

**STRATEGI PEMASARAN YANG EFEKTIF DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN BANK BSI KCP
RATULANGI PALOPO DI TENGAH PANDEMI *COVID-19***

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN)*



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

2022

**STRATEGI PEMASARAN YANG EFEKTIF DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN BANK BSI KCP
RATULANGI PALOPO DI TENGAH PANDEMI *COVID-19***

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN)*



PEMBIMBING:

Nurul Khairani Abduh, S.Pd., M.Pd.

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

2022

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Allegra Rusman
NIM : 17 0402 0200
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan menyatakan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bila mana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administrative atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo,

yang membuat pertanyaan



ALLEGRA RUSMAN

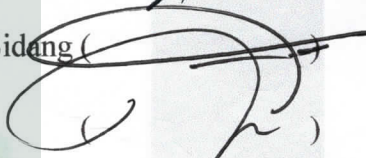
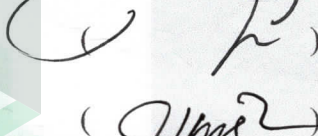
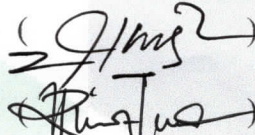
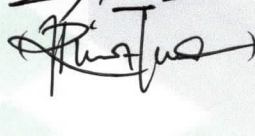
NIM: 17 0402 0200

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Strategi Pemasaran yang Efektif dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Bank BSI KCP Ratulangi Palopo ditulis oleh Allegra Rusman, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 17 0402 0200, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo yang dimunaqasyahkan pada hari Kamis, 01 Desember 2022 bertepatan dengan 7 Jumadil Awal 1444 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 2 Desember 2022

TIM PENGUJI

- | | | |
|---|-------------------|---|
| 1. Dr. Takdir, S.H., M.H. | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., M.A., Ek. | Penguji I | () |
| 4. Akbar Sabani, S.E.I., M.E. | Penguji II | () |
| 5. Nurul Khairani Abduh, S.Pd., M.Pd. | Pembimbing | () |

Mengetahui

Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Takdir, S.H., M.H.
NIP. 197907242003121 002

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah



Hendra Satri, S.E., M.M.
NIP. 19861020 201503 1 001

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ
وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ (أَمَّا بَعْدُ)

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah menanugrahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Strategi Pemasaran yang Efektif dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Bank BSI Kota Palopo di Tengah Pandemi Covid-19”.

Salawat dan Salam kepada Nabi Muhammad SAW, Kepada para keluarga, sahabat dan para pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam program studi perbankan syari’ah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan berkat berbagai macam bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, terkhusus kepada kedua orang tua saya tercinta ayahanda Rusman dan Ibunda Irma Kasim, yang telah mengasuh dan mendidik saya dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya, serta saudara saya yang selama ini membantu dan mendokan saya. Mudah-mudahan Allah Swt mengumpulkan kita semua dalam surga-Nya kelak. Serta kepada:

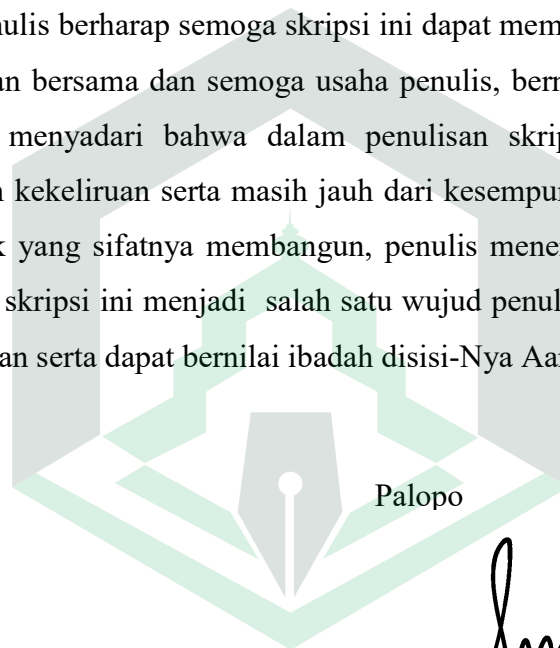
1. Prof. Dr. Abdul Pirol, M. Ag., Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo serta Dr. H. Muammar Arafat, S.H., M.H. Selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelembagaan, Dr. Ahmad Syarif Iskandar, M.M Selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan

- Keuangan, dan Dr. Muhaemin, M.A Selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.
2. Dr. Takdir, SH., MH. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo serta Dr.Muh. Ruslan Abdullah S.El., MA. Selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Pengembangan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Tadjuddin, S.E., M.Si.,AK. Selaku Wakil DekaniBidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Ilham, S.Ag., M.A. Selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.
 3. Hendra Safri. SE., M.M, selaku Ketua Program Studi Perbankan Syari'ah di IAIN Palopo beserta staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
 4. Nurul Khairani Abduh,S.Pd.,M.Pd. Selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi.
 5. Dr. Adzan Noor Bakri. S.E. Sy., MA. Ek. Selaku Penguji 1 yang telah memberikan kritikan dan saran dalam rangka penyelesaian skripsi.
 6. Akbar Sabani, M.El. Selaku Penguji 2 yang telah memberikan kritikan dan saran dalam rangka penyelesaian skripsi.
 7. Yuyun Ruqiyat Said, S.Pd.,M.Pd. selaku Dosen Penasehat Akademik.
 8. Seluruh Dosen beserta seluruh staf Pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
 9. Madehang,S.Ag.,M.Pd.selaku pimpinan perpustakaan IAIN Palopo beserta karyawan dan karyawati dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
 10. Kepada Bapak Muhammad Rusli Selaku Customer Banking Relationship Marketing Bank BSI KCP Ratulangi Palopo beserta kariyawan yang telah memberikan izin dan bantuan dalam melakukan penelitian.

11. Semua teman seperjuangan, Andi Nurfaika Muslim, Haniar, Indar Sari, Tenri Abeng, Sinta Sampe, Fadillah Halifa Putri, Anugra Ilahi, Budi, Aples dan Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo Angkatan 2017 (khususnya kelas PBS F), yang selama ini membantu dan selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.

Teriring doa, semoga amal kebaikan serta keikhlasan pengorbanan mereka mendapat pahala yang setimpal dari Allah SWT. Dan selalu diberi petunjuk jalan yang lurus serta mendapatkan Ridho-Nya aamiin.

Akhir penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam rangka kemajuan bersama dan semoga usaha penulis, bernilai ibadah disisi Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun, penulis menerima dengan hati yang ikhlas. Semoga skripsi ini menjadi salah satu wujud penulis dan bermanfaat bagi yang memerlukan serta dapat bernilai ibadah disisi-Nya Aamiin.



ALLEGRA RUSMAN

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf Bahasa arab dan transliternya ke dalam huruf latin dapat di lihat pada table berikut ini:

1. Konsonan

HurufArab	Nama	HurufLatin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	Š	Es dengan titik diatas
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik diatas
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Šad	Š	Es dengan titik di bawah

ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	Ain	„	Koma terbalik diatas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	“	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak diawalkataa mengikuti vokalnya tanpa diberi tandaapa pun.jika ia terletak di tengah atau di akhir maka ditulis denagan tanda (').

2. Vokal

Vokal Bahasa arab,seperti vocal Bahasa Indonesia , terdiri atas vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal Bahasa arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, translitenya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	<i>Fathah</i>	A	A
	<i>Kasrah</i>	I	I
	<i>Dammah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ئَیْ	<i>Fathahdanyā</i>	Ai	a dan i
ئَوْ	<i>Fathahdanwau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلَ : *hauila*

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupah harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
آ... ا...	<i>fathah dan alif atau yā</i>	<i>Ā</i>	A dan garis di atas

يَ	<i>Kasrah dan yā'</i>	Ī	I dan garis di atas
وُ	<i>dammah dan wau</i>	ū	U dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*
 رَمَى : *ramā*
 قَتَلَ : *qāla*
 يَمُوتُ : *yamūtu*

4. *Tā' mabūtah*

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapatkan harakat sukun, transliterasi adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan *ha* [h].

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atf ā'l*
 الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fa ā'dilah*
 الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

5. *Syaddah (Tasydīd)*

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbanā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

Jika huruf ع ber-*taysdid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ـِ) maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah menjai *ī*.

Contoh:

عَل : *Alī* (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَس : *Arabī* (bukan A' rabiyy atau 'Araby)

6. Kata sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ا (alif lam ma'rifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang diteransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungi dengan garis mendatar (-).

Contoh

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan asy-syamsuh)
الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (az-zalزالah)
الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*
الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamsah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْعُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أَمَرْتُ : *umirtu*

8. *Penulisan Kata Arab yan Lazim Digunaka dalam Bahasa Indonesia*

Kata, istilah atau kalimat Arab yang diteransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi diatas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), Alhamdulillah, munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Syah al-Arba'īn al-Nawāwī

Risālah fi 'āyah al-Maslahah

9. *Lafz al-Jalālah*

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *dīnull*

بِاللَّهِ : *billāh*

Adapun *tā' marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah* diteransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمُفِيرَ حَمَةِ اللَّهِ : *hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf capital (All Caps), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf capital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf capital, misalnya digunakan untuk menulis huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf capital tetapi huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf capital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK dan DR). Contoh:

wa mā Muammadun illā rasūl
Inna awwala baitin wudi ‘a linnāsi lallazī Bakkata mubārakan
Syahru Ramadān al-lazī unzila fihi al-Qur’ān
Nasīr al-Dīn al-Tūsī
Nasr Hāmid Abū Zayd
Al-Tūfi
Al-Maslahah fi al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyud, ditulismenjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad ibnu)
 Naṣr Ḥāmid Abū Zaīd, ditulismenjadi: Abū Zaīd, Naṣr Ḥāmid (bukan: Zaīd, Nasr Ḥamīd Abu)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt	= <i>subḥānahū wa ta ‘ātā</i>
saw	= <i>sallallāh ‘alaihi wa sallam</i>
as	= <i>‘alaihi al-salām</i>
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
I	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w	= Wafat tahun
QS../.:4	= QS al-Baqarah/2:4 atau QS Āli ‘Imrān/3:4
HR	= Hadis Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PRAKATA.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN.....	vi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR KUTIPAN AYAT	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
DAFTAR SINGKATAN DAN ISTILAH	xxi
ABSTRAK	xxii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	6
 BAB II KAJIAN TEORI.....	 7
A. Terdahulu Yang Relevan	7
B. Kajian Teori.....	8
1. Strategi Pemasaran	8
2. Produk Tabungan	18
3. Bank Syariah	24
4. Pandemi <i>Covid-19</i>	29
C. Kerangka Pikir.....	30
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 37
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	37
B. Fokus Penelitian	37
C. Definisi Istilah	38
D. Desain Penelitian.....	39
E. Data dan Sumber Data	39
F. Instrumen Penelitian	40
G. Teknik Pengumpulan Data	40
H. Pemeriksaan Keabsahan Data	41
I. Teknik Analisis Data	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Deskripsi Data	43
B. Pembahasan	49
BAB V PENUTUP	58
1. Simpulan	58
2. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN-LAMPIRAN	62



DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan ayat 1 QS Al-Baqarah/2: 168	22
Kutipan ayat 2 QS Al-Baqarah/2 : 275	29



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jenis Produk Tabungan	50
---------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Kerangka pikir.....	33
Struktur organisasi Bank BSI KCP Ratulangi Palopo	43



DAFTAR LAMPIRAN

Pedoman wawancara.....	64
Foto dokumentasi	65
Riwayat hidup	



DAFTAR SINGKATAN DAN ISTILAH

Efektif	: Sesuatu yang Mengarah Kepositif atau Berhasil
Bapepam	: Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan
AIDA	: Kesadaran, Minat, Keinginan, Aksi
BSM	: Badan Syariah Mandiri
PKB	: Pembiayaan Kendaraan Bermotor
OJK	: Otoritas Jasa Keuangan
Lockdown	: Terkunci
BSI	: Bank Syariah Indonesia
Ukm	: Usaha Mikro
GPN	: Gerbang Pembayaran Nasional
Efektif	: Usaha untuk Mendapatkan Tujuan
WFH	: Bekerja dari Rumah
WFO	: Bekerja dari Kantor

ABSTRAK

Allegra Rusman, 2022. *Strategi Pemasaran yang Efektif dalam Meningkatkan Jumlah nasabah Produk Tabungan Bank BSI KCP Ratulangi Palopo di Tengah Pandemi Covid-19*". Skripsi Program Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing Oleh Nurul Khairani Abduh.

Skripsi ini membahas tentang Strategi Pemasaran yang Efektif dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Bank BSI KCP Ratulangi Palopo di Tengah Pandemi *Covid-19*. Produk Tabungan yang diberikan Bank Syariah Indonesia yaitu Produk Tabungan Easy Mudharabah dan Produk Tabungan Easy Wadiah tabungan yang banyak digunakan Nasabah dalam menjalankan usahanya, pengusaha memperoleh tambahan modal dengan cepat dan persyaratan yang mudah. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Strategi Pemasaran yang Efektif dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan di Bank BSI KCP Ratulangi Palopo di Tengah Pandemi *Covid-19*.

Jenis penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Data penelitian ini diperoleh dari sumber data primer dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selanjutnya data penelitian ini dianalisis dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/ verifikasi data. Adapun untuk menguji keabsahan data menggunakan triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Pemasaran yang Efektif dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Bank BSI KCP Ratulangi Palopo di tengah pandemi *Covid-19* mengaplikasikan *Digital Marketing* dalam memasarkan produk dengan menggunakan alat *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) yang terdiri dari 4P yaitu: Strategi *Product*, dengan cara membuat produk tabungan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Strategi *Price*, penerapan harga dilakukan oleh pasar yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Strategi *Promotion*, melalui media sosial seperti mempromosikan bentuk gambar atau kata-kata lewat instagram dan facebook. Strategi *Place*, lokasi Bank BSI KCP Ratulangi Palopo sangat strategis karena dekat dengan Supermarket dan Jalan raya yang mudah dijangkau.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran, Bank Syariah, Pandemi Covid-19*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latari Belakang

Di masa pandemi *Covid-19* saat ini, Perbankan Syariah memiliki peran penting dalam memajukan perekonomian suatu Negara karena bank syariah membantu masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan. Tidak hanya masyarakat umum akan tetapi hamper semua perusahaan ataupun institusi sangat memerlukan bank syariah dalam membantu kegiatan transaksi keuangan. Menurut Lewin, *New Normal* merupakan perubahan yang terjadi karena adanya tekanan-tekanan terhadap suatu organisasi, individu, kelompok. Teori ini mengfokuskan pada pernyataan “mengapa” yaitu mengapa suatu individu atau kelompok atau organisasi berubah. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa *New Normal* yaitu suatu perubahan yang terjadi pada seseorang atau organisasi karena ada tekanan yang terjadi.¹ *Covid-19* yang terjadi sekitar akhir tahun 2019 sampai saat ini telah membuat masyarakat merasakan kesulitan tanpa terkecuali khususnya di dunia Perbankan Syariah.

Oleh karena itu Bank Syariah yang dapat menggerakkan roda perekonomian suatu negara. Persepsi tersebut tentu tidak salah, karena fungsi bank sebagai lembaga keuangan sangat penting, karena bank syariah memiliki fungsi seperti mengedarkan uang, menyediakan uang untuk menunjang kegiatan usaha untuk berinvestasi dan jasa keuangan lainnya. Berdasarkan Undang-Undang RI Nomor

¹ Mungkasa, O, Bekerja dari Rumah (Working From Home/WFH): Menuju Tatanan Baru Era pandemi COVID 19. “ *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesia Journal of Development Planning*”, Vol.4 No. 2,2020.h.126-150. <http://doi.org/10.36574/jpp.v4i2.119>

10 Tahun 1998 tentang perbankan yang dimaksud dengan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit.² Lembaga keuangan dibagi menjadi dua jenis lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan bukan bank.

Lembaga keuangan bank adalah lembaga yang memberikan jasa keuangan secara lengkap, melalui upaya keuangan berupa simpanan untuk menghimpun dana dan ke masyarakat luas. Lembaga keuangan bank dibina dan diawasi langsung oleh Bank Indonesia sebagai bank sentral Indonesia. Lembaga keuangan bank meliputi Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Pada saat yang sama, lembaga keuangan non-bank lebih banyak merujuk pada jenis lembaga keuangan dari pada lembaga keuangan bank. Setiap lembaga keuangan non-bank memiliki ciri khas bisnisnya masing-masing. Lembaga keuangan bukan banki secara operasional dibina dan diawasi oleh Kementerian Keuangan yang dijalankan oleh lembaga Keuangan *Bapepam*.³

Keunikan penelitian ini dari penelitian sebelumnya adalah membahas tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan nasabah produk tabungan di tengah pandemi *Covid-19* saat ini. Begitu pentingnya strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan di tengah pandemi *Covid-19*. Oleh karena itu strategi pemasaran produk tabungan harus disosialisasikan secara tidak langsung kepada nasabah melalui *website* dan lain-lain. Untuk dapat mencapai tujuan pemasaran di tengah pandemi *Covid-19*.

²Hery, “ *Bank dan Lembaga keuangan lainnya*”,(Jakarta:PT Grasindo, 2020),10

³Andri Some Ito, “ *Bank dan Lembaga keuangan syariah*”(Jakarta:Kencana Prendam edia Grup,2009),45-46.

Setiap bank syariah memiliki beragam produk yang disediakan sesuai dengan kebutuhan masyarakat dalam menyediakan produk. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan tertarik untuk mendapatkan manfaat dari produk yang disediakan sesuai dengan kebutuhannya. Strategi pemasaran harus ditinjau dan dirumuskan berdasarkan perkembangan pasar dan lingkungan pasar. Tujuan pemasaran adalah untuk memahami permintaan konsumen terhadap produk dan jasa tersebut.⁴ Dengan melihat intensitas persaingan yang semakin meningkat di dunia bisnis jasa maka Bank Syariah Indonesia harus benar-benar mengetahui strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan tersebut apa lagi dalam masa pandemi *Covid-19* tersebut.

Bank Syariah Indonesia harus memperhatikan perilaku nasabahnya yang mencerminkan mengapa seseorang pribadi melakukan pembelian jasa iidan bagaimana pribadi tersebut memilih dan membeli produk baik yang menabung maupun yang meminjam sehingga dapat meningkatkan efektifitas kinerja bank. Secara umum calon nasabah yang akan menabung tentu memilih bank yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan. Setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menabung.⁵ Selain itu nasabah juga memperhatikan kualitas pelayanan serta produk yang ditawarkan sehingga nasabah termotivasi untuk menggunakannya.

Melihat fenomena yang sedang terjadi dimana dampak yang ditimbulkan dari wabah virus *Covid-19* mengakibatkan penurunan daya minat masyarakat dalam

⁴Assauri Sofjan, “*Manajemen Pemasaran*”,(Jakarta:Rajawali Pers,2013),168

⁵Ghozali Meski, “*analisis keputusan nasabah menabung: Pendekatan komponen dan model logistic studi pada bank syariah di malang*”,(Jurnal,Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya,Vol.4 No. 1 mei 2010, 43-57)

hal menabung di perbankan syariah karena pemberlakuan seperti *social distancing* dan pembatasan sosial bersekala besar (PSBB) Sehingga pengetahuan masyarakat tentang produk BSI semakin berkurang.

Observasi awal yang dilakukan peneliti dengan pegawai bank BSI KCP Ratulangi Palopo yaitu wawancara dengan Munarwan bagian *Teller* beliau mengatakan bahwa sebelum pandemi *Covid-19* strategi pemasaran yang digunakan Bank Syariah yaitu dengan cara pemasaran langsung dan *door to door* serta membagikan brosur, adapun produk tabungan yang banyak diminati nasabah sebelum pandemi *Covid-19* yaitu produk tabungan Haji. Selama masa pandemi *Covid-19* produk Tabungan Bank BSI KCP Ratulangi Palopo yang banyak diminati nasabah yaitu Easy Mudharabah dan Easy Wadiah.⁶ Pada tanggal 1 Februari 2021 sebagai penanda sejarah bersatunya BSM, BNI Syariah, dan BRI Syariah sebagai satu entitas yakni Bank Syariah Indonesia (BSI). berikut komposisi pemegang saham BSI yang terdiri dari PT Bank Mandiri sebesar (51,2%), PT Bank Negara Indonesia sebesar (25,0%), PT Bank Rakyat Indonesia sebesar (17,4%), DPLK BRI Saham Syariah (2%), dan Publik (4,4%). penyatuan ini menggabungkan keunggulan dari tiga bank syariah kemudian menciptakan pelayanan yang makin memuaskan, jangkauan yang makin luas, dan mempunyai kapasitas permodalan yang lebih baik. Berdasarkan data yang didapatkan dari hasil observasi, dapat di jelaskan bahwa perkembangan jumlah nasabah produk tabungan Bank BSI KCP Ratulangi Palopo di tengah Pandemi *Covid-19* meningkat setiap tahun. Pada 1 Februari 2021 memiliki jumlah nasabah sebanyak

⁶ Munarwan, "Wawancara *Teller* BSI KCP Ratulangi Palopo" (Palopo, 15 Februari 2022).

2.834 nasabah, pada tanggal 1 februari 2022 nasabah meningkat menjadi 3.256 nasabah.⁷ Dalam meningkatkan jumlah nasabah, setiap perusahaan pasti memiliki strategi masing-masing.

Berdasarkan penjelasan di atas maka alasan utama penulis tertarik mengambil judul **“Strategi Pemasaran yang Efektif Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Bank BSI KCP Ratulangi Palopo di Tengah Pandemi Covid-19”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat diambil rumusan masalah yaitu Bagaimanakah Strategi Pemasaran yang Efektif dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Bank BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Ratulangi Palopo di Tengah Pandemi Covid-19?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi Pemasaran yang Efektif untuk meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan Bank BSI KCP Ratulangi Palopo ditengah Pandemi Covid-19 Sehingga dapat memberikan informasi kepada Bank BSI KCP Ratulangi Palopo agar dapat memaksimalkan pemasaran dan menambah Jumlah nasabah produk tabungan di Tengah Pandemi Covid-19.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka peneliti ini diharapkan mempunyai manfaat dalam pendidikan baik secara langsung maupun

⁷ Munarwan, “Wawancara Teller BSI KCP Ratulangi Palopo” (Palopo, 15 Februari 2022).

tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu: Memberikan sumbangan hasil penelitian sebagai bahan referensi bagi mahasiswa IAIN Palopo untuk penelitian di masa yang akan datang dan menambah khasanah pustaka mengenai konsep disiplin kerja, pelatihan dan produktivitas kerja.

2. Secara Praktis

Secara Praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

- a. Bagi Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi Palopo, penelitian ini dapat diharapkan berguna sebagai sumber referensi untuk pengembangan Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi Palopo ke depan dan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih menetapkan strategi yang lebih baik lagi.
- b. Bagi Peneliti, penelitian ini berguna memberikan tambahan wawasan dan pengalaman langsung tentang pengaruh disiplin kerja dan pelatihan karyawan.
- c. Bagi Calon Peneliti, dapat menambah pengetahuan dan sumbangan pemikiran tentang Strategi Pemasaran yang Efektif di tengah pandemi *Covid-19*

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Mengenai tentang penelitian yang dilakukan oleh peneliti ada beberapa penelitian-penelitian sebelumnya guna dijadikan salah satu sumber dalam penelitian ini atau dijadikan bahan pertimbangan maupun pembeda bagi penelitian tersebut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Maulida Zulfa Rahmannisa dengan Judul penelitian Strategi Pemasaran BPRS Suriyah Cabang Kudus Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan IB tasya Haji Baitullah, Berdasarkan hasil riset nasabah, produk tabungan IB tasya haji baitullah BPRS Cabang Suriyah Kudus mengadopsi bauran pemasaran yang terdiri dari 4P yaitu produk, harga, lokasi, promosi dan STP (*segmentasi, positioning, positioning*).⁸
2. Neri Safaroh dengan judul penelitian Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji IB Syariah Di Kantor Cabang Pembantu BRI Syariah Cilacap. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BRI Syariah KCP Cilacap menerapkan strategi pemasaran tabungan haji dengan menggunakan bauran pemasaran atau marketing mix dari berbagai elemen pemasaran.⁹

⁸ Maulida Zulfa Rahmannisa, “ *strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan iB Tasya haji baitullah di BPRS Suriyah cabang Kudus*”. (Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2018), 8

⁹ Neri Safaroh, “ *Strategi pemasaran produk tabungan haji IB Syariah di Kantor cabang pembantu BRI Syariah Cilacap*”. (Skripsi, IAIN Purwakerto, 2019), 2

3. Nimas Ayu Putri Fabiola dengan Judul penelitian Analisis strategi pemasaran personal selling pada produk syariah pembiayaan dalam meningkatkan penjualan polis asuransi. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa PT Asuransi jiwa Syariah Al Amin iiBandar Lampung telah menerapkan strategi dengan baik pemasaran dalam meningkatkan penjualan polis produk pembiayaan syariah menggunakan alat yang biasa dikenal dengan 4P yaitu Product, Price, Place dan Promosi

B. Kajian Pustaka

1. Strategi Pemasaran

Pemasaran syariah merupakan sebuah disiplin bisnis yang mengkoordinasikan cara untuk membuat, menawarkan dan perubahan nilai pada suatu inisiator kepada stakeholder yang dalam keseluruhan siklus atau prosesnya sesuai dengan kesepakatan dan prinsip-prinsip muamalah. Jadi pemasaran syariah dilakukan tergantung pada konsep Islam yang telah dijabarkan oleh Nabi Muhammad Saw. Keyakinan dasar dari pemasaran syariah adalah keterusterangan, sehingga pemasaran tidak boleh bohong dan individu membeli karena fakta itu dan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. pemasaran merupakan interaksi sosial dan manajerial dimana kelompok dan individu menemukan keinginan dan kebutuhan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama yang lain.¹⁰ Konsep strategi pemasaran menurut Kotler & Keller yaitu

¹⁰Firdaus NH dkk, “*Dasar& Strategi Pemasaran Syariah*”,(Jakarta: Renaisan,2005).22

menggunakan konsep AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) merupakan suatu pesan yang menyampaikani akan kualitas dari pesan yang baik yang harus mendapatkan perhatian, menjadi ketertarikan, mengubah menja di minat, mengambil tindakan. Modal AIDA terdapat empat elemen-elemen pokok dan saling berhubungan dengan tugas-tugas promosi yang menjadi taraf ukur respon, antara lain:

a. *Attention/* Perhatian

Dalami attention ini perusahaani harus mampu menarik perhatian masyarakat dengan menciptakan inovasi yang kreatif untuki memperkuat karakter produk yang dipasarkan, sehingga pemasaran terlihat dikemas semenarik mungkin untuk masyarakat.

b. *Interest/* Ketertarikan

Setelah mendapatkan perhatian dari masyarakat, tantangan selanjutnya dalam konsep ini adalah mampu menimbulkan ketertarikan masyarakat yang melihat, sehingga menimbulkan perhatian untuk menangkap lebih lanjut informasi tentang barang atau produk yang dipasarkan.

c. *Desire/* Minat

Pemikiran tersebut terjadi dari adanya sebuah harapan, berkaitan dengan pendapatan konsumen dalam membeli suatu produk. setelah menimbulkan suatu ketertarikan maka langkahi selanjutnya adalah menggerakani keinginan masyarakat untuk mencoba, mendapatkan dan menikmati produk yang dipasarkan.

d. *Action/* Tindakan

Keputusan yang telah dibuat pada tahapan promosi sebelumnya mampu menghasilkan tindakan masyarakat untuk mewujudkan keinginannya dengan menggunakan produk yang ditawarkan.¹¹ Pencapaian suatu organisasi bergantung pada kemampuannya dalam mengontrol strategi pemasaran yang dimiliki. Konsep pemasaran memiliki simpanan alat pemasaran terkendali yang dikenal sebagai *Marketing Mix* (bauran pemasaran). Bauran pemasaran merupakan kumpulan dari variabel-variabel yang digunakan organisasi untuk mencapai tujuan pemasarannya di pasar objektif.¹² Kotler mendefinisikan mengenai bauran pemasaran sebagai: “ Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran faktor yang dapat dikendalikan product, price, promotions, place yang dipadukan pada perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran”. Berikut akan dijelaskan setiap komponen dari bauran pemasaran dari definisi yang dikemukakan oleh Philip Kotler, yaitu:

a. Produk (*Product*)

Pilihan tentang produk ini termasuk menentukan jenis penawaran produk yang sebenarnya untuk barang tersebut, merek yang akan ditawarkan atau ditempelkan ke produk tersebut (merek), sorotan yang ditawarkan dalam produk, fitur yang ditawarkan didalam produk tersebut, pembungkus, garansi dan servis sesudah penjualan. Kemajuan produksi harus dilakukan

¹¹ Moch. Qurthuby, “ *Pengaruh strategi pemasaran dengan konsep AIDA(Attention, Interest, Desire, Action) terhadap respon nasabah mengambang pada bank syariah (studi pada bank syariah di wilayah cibadak-sukabumi)*”.
<https://smartlib.umri.ac.id/assets/uploads/files/23f80-4682-16186-2-pb.pdf>. Diakses 21 januari 2022.

¹² Putu Diah Sastri Pitanatasari, “ *Dasar-Dasar Pemasaran*”, (Depok: Rajawali pers, 2018), 72.

setelah di lakukan pemeriksaan terhadap persyaratan kebutuhan pasar. Dengan asumsi masalah ini telah terjadi, pilihan lebih lanjut berkenaan dengan estimasi, penyebaran dan kemajuan dapat diambil.¹³ Kotler dan Keller mengartikan suatu produk sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dilihat, diklaim, dimanfaatkan atau dikonsumsi untuk memenuhi persyaratan dan keinginan pembeli.

Dalam strategi produk yang harus dilakukan untuk mengembangkan atau membangun pada suatu produk yaitu:

- 1) Penentuan logo dan moto, logo adalah kata-kata yang mengandung visi dan misi
- 2) Penciptaan merek dan peningkatan produk, Karena jasa memiliki jenis yang berbeda, setiap jasa harus memiliki nama , agar tidak sulit untuk dikenal dan di ingat
- 3) Menciptakan kemasan. Kemasan adalah pembungkus suatu produk, dalam hal ini kemasan lebih diartikan sebagai pemberian pelayanan atau jasa kepada para nasabah. Dalam strategi produk, organisasi atau perusahaan harus memiliki pilihan untuk memahami apa yang lebih diinginkan dan dibutuhkan pembeli sehingga perusahaan bisa mendapatkan banyak nasabah, selain itu kualitas dan keberadaan produk harus dipertimbangkan sehingga tidak berpotensi terjadinya penipuan.¹⁴

b. Harga (*Price*)

¹³ M. Nur Arianto Al Arif, “ *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* ” ,(Bandung: Alfabeta : 2010), 14-15

¹⁴ Haris Hermawan, “ *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Konsumen* ”. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia VOL.1 No.2 (Desember 2015),153

Pada saat ini, dengan daya beli mayoritas konsumen semakin tinggi, penetapan harga merupakan hal yang sangat penting karena konsumen semakin kritis dan selektif untuk membelanjakan uang. Harga merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan lainnya hanya unsur biaya saja.¹⁵ Harga dalam lembaga keuangan syariah diperoleh dari akad, yaitu sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Biasanya, harga dijadikan penukar barang yang diridhai oleh kedua pihak yang melakukan akad. Bagi lembaga keuangan syariah harga adalah bagi hasil, sedangkan untuk konvensional harga diperoleh dari riba, biaya provisi, komisi, biaya administrasi, biaya kirim, biaya tagih, biaya sewa dan biaya iuran.¹⁶ Indikator-indikator harga yaitu :¹⁷

(1) Keterjangkauan harga

Sejauh mana seorang konsumen mampu membayar yang terjangkau, yang diukur dengan biaya relatif terhadap jumlah yang pembeli mampu membayar oleh konsumen

(2) Kesesuaian harga dengan kualitas jasa

Harga tiket yang dibayarkan harus sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan oleh penyedia jasa

(3) Harga memengaruhi daya beli konsumen

¹⁵ Sofjan Assauri, “ *Manajemen Pemasaran*”, 222.

¹⁶ Sentot Imam Wahjono, “ *Manajemen Pemasaran Bank*”, 114.

¹⁷ Philip Kotler dan Armstrong, Gary. “*Principles of Marketing*”. (New Jersey: Prentice 2012), 32

Kesanggupan konsumen untuk membeli produk sesuai dengan harga yang ditetapkan

(4) Harga dapat memengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan. Harga produk yang murah dapat dibeli oleh konsumen tanpa harus menguras ekonomi. Harga merupakan jumlah atau ukuran uang tunai yang harus dibayar oleh pelanggan untuk mendapatkan suatu barang. Dalam konsep Islam, jaminan nilai ditentukan oleh pasar, yang bergantung pada kekuatan kepentingan pasar. Pertemuan antara penawaran dan permintaan pasar harus terjadi pada waktu yang bersamaan atau secara sukarela. ini adalah cara agar tidak ada yang menzalimi dan dizalimi. Dalam hukum muamalah fiqih, harga mengambil posisi tengah, tidak berlebih-lebihan dan tidak pula merendah-rendahkan. Artinya dalam perbuatan fiqih muamalah biaya yang harus dikeluarkan harus sesuai.

Pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran dapat menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam suatu penetapan harga antara lain biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar.¹⁸

Metode penerapan harga berbasis permintaan:

1) *Skimming Pricing*

Pada strategi ini diselesaikan dengan memutuskan biaya yang berlebihan atau harga yang tinggi untuk suatu barang dan melengkapinya dengan latihan

¹⁸ M. Nur Rianto Al Alif, “Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah”, 15

waktu terbatas yang tak henti hentinya. Tujuan dari penerapan strategi ini adalah:

- a) Untuk melayani pelanggan yang tidak terlalu sensitive terhadap harga, selama belum ada persaingan.
- b) Untuk menutupi biaya promosi dan riset pengembangan secepat mungkin melalui margin yang besar.
- c) Untuk membatasi permintaan hingga tingkat yang tidak melampaui kapasitas produksi perusahaan.

2) *Penetration Pricing*

Dalam strategi ini ditetapkan cukup rendah pada fase awal PLC, untuk menyelesaikan berita pasar yang sangat besar dan mencegah bagian pemasaran. Dengan harga yang rendah perusahaan akan mampu mengupayakan tercapainya skala ekonomis dan menurutnya biaya perunit. Strategi ini mempunyai pandangan jangka panjang dengan mengorbankan laba jangka pendek untuk tercapainya keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Strategi ini sesuai diterapkan pada kondisi sebagai berikut:

- a) Produk yang ditawarkan memiliki daya tarik tertentu bagi pasar
- b) Harga awal yang rendah mengurangi persaingan untuk memasuki pasar
- c) Banyak segmen pasar yang sensitive terhadap harga

3) *Prestige Pricing*

Hargai dapat dimanfaatkan oleh pelanggan sebagai proporsi atau ukuran dari kualitas atau ketenaran barang/jasa. Dengan metode ini biaya diturunkan

ke tingkat tertentu, bunga juga akan berkurang. Strategi ditetapkan pada level yang signifikan dengan tujuan agar pembeli yang sangat khawatir tentang statusnya akan tertarik oleh produk yang pada saat itu mendapatkannya.¹⁹

c. Tempat (*Place*)

Tempat adalah memilih atau mengelola saluran perdagangan yang dipakai untuk menyalurkan produk/jasa dan juga untuk melayani pasar sasaran. Saluran distribusi merupakan alat yang dipergunakan perusahaan untuk menghantarkan atau mengirimkan tawaran berupa produk, dan alat dimana customer harus mengaksesnya. Untuk mempermudah adanya transaksi jual beli, pemasar harus memperhatikan faktor pemilihan tempat/ saluran distribusi yakni :

- a. Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum;
- b. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak jauh pandang normal;
- c. Lalu lintas (*traffic*), menyangkut dua pertimbangan, yaitu :
 - 1) Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya impulse buying, yaitu keputusan pembelian yang sering kali terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus;
 - 2) Kepadatan dan kemacetan lalu-lintas bisa pula menjadi hambatan.

¹⁹ Agustina Shinta, “ *Manajemen Pemasaran*”, (Malang: UB Press, 2011), h.80-82

- 3) Tempat parkir luas, nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat;
 - 4) Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari;
- d. Lingkungan, yaitu daerah-daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan. Contoh daerah dekat dengan warung, tempat tinggal, masjid, sekolah, kampus atau perkantoran.

d. Promosi (*Promotions*)

Promosi adalah mengiklankan suatu produk atau merek, menghasilkan penjualan, dan menciptakan loyalitas merek atau brand. ini adalah salah satu dari empat elemen dasar bauran pemasaran, yang mencakup 4P: price, product, promotion dan place atau harga, produk, promosi dan tempat. Promosi mencakup metode komunikasi yang digunakan pemasar untuk memberikan informasi tentang produknya. Informasi bisa bersifat verbal dan visual. Pengertian promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan.

Promosi sebagai upaya membujuk orang untuk menerima produk, konsep dan gagasan. Promosi adalah proses menginformasikan, membujuk, dan mempengaruhi suatu keputusan pembelian. Sebenarnya ada banyak sekali versi pengertian promosi yang dikemukakan oleh para ahli pemasaran diseluruh dunia, tetapi kesimpulannya kurang lebih sama, yaitu promosi

adalah untuk memberitahukan, menginformasikan, menawarkan, membujuk, atau menyebarluaskan suatu produk atau jasa kepada calon konsumen dengan tujuan agar calon konsumen tersebut pada akhirnya dapat melakukan pembelian. Strategi Pemasaran Pada Masa Pandemi *Covid-19* yaitu: *Digital Marketing*

Penggunaan Internet Pada masa Pandemi *Covid-19* ini sudah seperti sudah seperti keharusan termasuk dalam menjalankan bisnis dan salah satu upaya dalam memasarkan produk dengan melakukan *Digital Marketing* . Era digital yang berkembang pesat saat ini tidak mungkin untuk dihindari. *Digital Marketing* adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya sosial media. ada beberapa bentuk pemasaran digital yang biasa dilakukan adalah sebagai berikut: (1) Publikasi Video dan foto Produk di akun sosial media secara intensif. penggunaan sosial media juga disesuaikan dengan segmen produk yang dimiliki. (2) Memanfaatkan *Facebook, Instagram, Twitter, Google* yang dapat dengan mudah diakses melalui sosial media dan dapat menjangkau konsumen dengan kriteria yang sudah kita tentukan sebelumnya. (3) Menyediakan produk pemasaran melalui sosial atau melakukan promosi produk secara *real-time*. Jika Strategi ini diterapkan dengan benar maka akan berdampak positif bagi bisnis. (4) Melibatkan konsumen didalam pemilihan produk, melakukan edukasi dan pengenalan terhadap kualitas produk secara intensif di akun media sosial. Tentunya *Digital Marketing* juga mempertimbangkan

penggunaan media sosial yang sesuai dan metode komunikasi yang tepat yang disesuaikan dengan segmen pasar atau pangsa pasar yang di pilih, dengan cara ini pemasaran akan lebih efektif dan tidak salah sasaran.²⁰

Promosi adalah bagian yang digunakan untuk memberitahu dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk-produk yang diproduksi oleh organisasi atau perusahaan. Adapun kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi adalah priklanan, personal selling, promosi penjualan, dan publisitas. Promosi disini terkait dengan besaran biaya promosi dan kegiatan promosi yang akan dilakukan. Promosi disini didefinisiakan dengan ukuran pengeluaran khusus dan waktu terbatas latihan yang harus diselesaikan. Tujuan umum dari promosi ini adalah bahwa pembeli bisa mendapatkan beberapa info tentang produk tersebut dan pada akhirnya memilih untuk membeli produk tersebut. Perusahaan harus memiliki pilihan untuk memilih kegiatan promosi apakah yang tepat bagi suatu produk yang dimiliki oleh perusahaan. Karena setiap produk memiliki pasar tujuan yang berbeda, dan kegiatan promosi harus disesuaikan dengan anggaran promosi yang dimiliki oleh perusahaan.²¹

Promosi penjualan mempunyai sifat komunikasi, insentif dan undangan. Promosi penjualan yang bersifat komunikasi berarti mampu memberikan informasi yang memperkenalkan pelanggan pada produk dan menarik perhatian. Sifat insentif berarti memberikan rangsangan dan keistimewaan

²⁰ Wan laura Hardilawati, “Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19”, *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika* 10,no 1 (15 Mei 2022): 89-98

²¹ M. Nur Rianto Al Arif, “Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah”, (Bandung: Alfabeta,2010),15-16

yang berarti bagi pelanggan. Sedangkan sifat undangan berarti mengundang khalayak untuk membeli saat itu juga. Alasan mendasar untuk promosi adalah untuk menasehati, mempengaruhi dan meyakinkan serta meningkatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasaran. Tujuan utama promosi adalah untuk menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta meningkatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.

e. People (Orang)

People adalah individu yang memiliki keterampilan Interpersonal dan sikap positif yang berinteraksi langsung dengan konsumen. Pendapat ahli lain menyatakan bahwa partisipan (*people*) merupakan pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Dalam penelitian ini karyawan bank syariah berperan aktif dalam memberikan pelayanan kepada konsumen selama melakukan proses pembelian jasa.

f. Physical Evidence (Bukti Fisik)

Physical Evidence menurut Kotler (2011) adalah bukti yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditujukan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah konsumen. Bukti fisik adalah keadaan atau kondisi yang didalamnya juga termasuk suasana bank syariah. Hal ini akan semakin memperkuat keberadaan dari jasa tersebut. Karena dengan adanya fasilitas pendukung secara fisik, maka pelanggan akan lebih memahami jasa yang ditawarkan tersebut.

g. Proses (Proces)

Proses adalah semua prosedur actual, mekanisme dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Kotler adalah bagaimana cara perusahaan melayani permintaan tiap konsumennya, mulai dari konsumen tersebut memilih (*choose*), memesan (*order*), membeli (*buy*) hingga akhirnya mereka mendapatkan layanan jasa tersebut.

2. Produk Tabungan

Produk adalah suatu karakteristik yang berwujud ataupun tidak berwujud yang meliputi warna, harga, kemasan, prestise, dan layanan yang diberikan oleh produsen yang dapat diterima oleh konsumen sebagai kepuasan yang ditawarkan terhadap keinginan atau kebutuhan konsumen.²²

Islam mewajibkan setiap orang menggunakan produk yang baik. Produk yang baik adalah produk halalan thayyiban (halal dan bagus).

Allah telah memastikan halal di Al-Quran surah Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِى الْأَرْضِ حَلَالًا
لَطَائِبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ
هَلْ كُمْعَدٌ وَءَمِينٌ

²²Herry Achmad Buchory dan Djaslim Saladin, “ *Dasar-dasar Pemasaran Bank*” (Bandung: Linda Karya, 2006), 45

Terjemahnya:

*"Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kami mengikuti langkah-langkah syaitan karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu".*²³

Ayat di atas menjelaskan bahwa Wahai manusia, Makanlah dari makanan yang halal, yaitu yang tidak haram, baik zatnya maupun cara memperolehnya. Dan selain halal, makanan juga harus yang baik, yaitu yang sehat, aman, dan tidak berlebihan. Makanan dimaksud adalah yang terdapat di bumi yang diciptakan Allah untuk seluruh umat manusia, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan yang selalu merayu manusia agar memenuhi kebutuhan jasmaninya walaupun dengan cara yang tidak sesuai dengan ketentuan Allah. Waspadailah usaha setan yang selalu berusaha menjerumuskan manusia dengan segala tipu dayanya. Allah mengingatkan bahwa sungguh setan itu musuh yang nyata bagimu, wahai manusia.²⁴

Perkembangan terjadi pada bank akan dipengaruhi dengan adanya produk-produk. Para nasabah lebih cenderung memilih suatu produk sesuai kebutuhan atau keinginan mereka dan produk tersebut memiliki keunggulan. Seperti diketahui oleh nasabah tetapi ada membedakan seperti dalam operasinya dalam transaksi. Adapun produk-produk BSI KCP Ratulangi Palopo yaitu :

²³ Surah Al-Baqarah ayat 168 : Arab-Latin dan Artinya. Tafsir Web"
<https://www.tokopedia.com/s/quran/al-baqarah/ayat-168>. (Diakses pada 10 Agustus 2022).

²⁴ "Tafsir Ringkasan Kemenag" <https://www.tokopedia.com/s/quran/al-baqarah/ayat-168>. (Diakses pada 10 Agustus).

1. Tabungan

- a. Tabungan BSM yaitu sebuah tabungan dengan penarikannya atau setorannya bisa dilakukan kapan saja yang penting sesuai jam kerja yang berbentuk mata uang.
- b. BSM Tabungan Cendekia yaitu tabungan yang jangkanya untuk keperluan pendidikan yang setorannya setiap bulan.
- c. BSM Tabungan simpatik yaitu sebuah tabungan yang berdasar pada nilai-nilai islam dengan penarikannya kapan saja.
- d. BSM Tabungan yaitu tabungan yang member nisbah bagi hasil yang berjangka dalam perolehan yang ditargetkan.
- e. BSM Tabungan Pensiun yaitu sebuah simpanan yang berbentuk rupiah yang didasarkan pada prinsip mudharabah muttalaqah, dan penarikannya dapat dilakukan kapan saja yang didasarkan pada prinsip serta ketetapan yang ditentukan.²⁵
- f. BSM Tabunganku yaitu tabungan khusus pribadi serta syarat ringan dan gampang untuk dihadirkan dengan seksama oleh bank yang ada di Indonesia untuk mengembangkan kebiasaan menabung dan untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat.
- g. Tabungan Mabrur yaitu sebuah tabungan yang berbentuk mata uang rupiah yang akan menolong dalam melakukan umrah dan haji.
- h. Tabungan Mabrur Junior yaitu tabungan yang didalam mata uang rupiah guna menolong melakukan badah umrah dan haji.

²⁵ Bank Syariah Mandiri, BSM Tabungan Simpatik, dikutip dari <https://www.syariahamandiri.co.id/consumer-banking/tabungan/bsm-tabungan-simpatik>, pada hari kamis, tanggal 31 maret 2022.

- i. Tabungan Saham Syariah yaitu tabungan dana nasabah berbentuk produk tabungan yang dipergunakan hanya untuk keperluan dalam menyelesaikan transaksi efek, serta guna menerima hak nasabah terkait dengan dampak yang dimiliki melalui pemegang rekening.
 - j. Tabungan Easy Mudharabah yaitu tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikannya dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam oprasional kas di kantor bank atau melalui ATM.
 - k. Tabungan Easy Wadiah yaitu tabungan yang bebas biaya admin bulanan, sehingga tabungan nasabah tidak terpotong sekalipun tidak ada transaksi.²⁶
2. Giro
- a. BSM Giro yaitu tempat menyimpan dana dengan bentuk mata uang rupiah guna digunakan dalam memudahkan transaksi terhadap pemangku yang didasarkan pada prinsip *wadiah yad dhammanah*.
 - b. BSM Giro Singapore yaitu tempat penyimpanan dana dengan bentuk mata uang Amerika guna memudahkan transaksi dengan pemangku yang didasarkan pada prinsip *wadiah yad dhammanah*. Untuk non-perorangan atau perorangan.
 - c. BSM Giro Singapore yaitu tempat penyimpanan dana dengan bentuk mata uang Singapore Dollar guna memudahkan transaksi dengan pemangku yang didasarkan pada prinsip *wadiah yad dhammanah*. Untuk non-perorangan atau perorangan.

²⁶ Bank Syariah Mandiri, BSM Tabungan Simpatik, dikutip dari <https://www.syariahamandiri.co.id/consumer-banking/tabungan/bsm-tabungan-simpatik>, pada hari kamis, tanggal 31 maret 2022.

- d. BSM Giro Euro yaitu tempat penyimpanan dana dengan bentuk mata uang Euro guna memudahkan transaksi dengan pemangku yang didasarkan pada prinsip *wadi'ah yad dhammanah*. Untuk non-perorangan atau perorangan.

3. Deposito

- a. BSM Deposito yaitu investasi yang berjangka dengan waktu yang ditentukan dengan bentuk mata uang rupiah yang dijalankan berdasarkan prinsip *Mudharabah Mutta'ah* untuk non-perorangan atau perorangan.
- b. BSM Deposito Valas yaitu investasi yang berjangka dengan waktu yang ditentukan dengan bentuk mata uang dollar yang dijalankan berdasarkan prinsip *Mudharabah Mutta'ah* untuk non-perorangan atau perorangan.

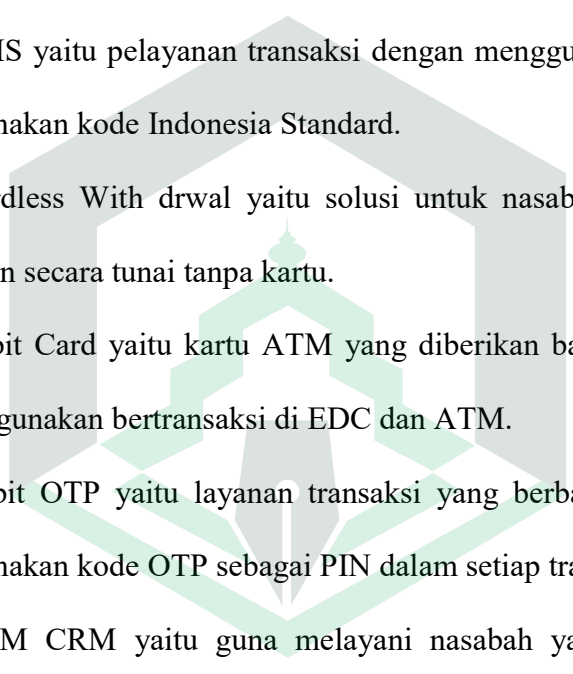
4. Pembiayaan

- a. Pembiayaan kepada pension yaitu pembiayaan yang menggunakan akad *Ijara* atau *Mudharabah* dengan menggunakan pembiayaan multiguna kepada nasabah pensiunan yang pembayaran angsuran yang dipotong dan dana pensiun yang diambil pihak bank perbulanya.
- b. Gadai emas BSM yaitu produk atau benda guna yang dapat menghasilkan uang tunai secara cepat yang pembiayaannya berdasarkan jaminan seperti emas.
- c. Cicil Emas BSM yaitu sebuah produk berupa lantakan atau batangan yang memudahkan untuk mendapatkan emas, hal ini dapat menolong nasabah dalam memiliki emas.

- d. BSM Pembiayaan Kendaraan Bermotor (PKB) yaitu suatu produk yang ditawarkan pada nasabah dalam membayar atau membeli kendaraan bermotor dengan menggunakan sistem *Murabahah*.
- e. BSM Implan yaitu pembiayaan yang dipergunakan mengakomodasi keperluan pegawai dalam hal pembiayaan terhadap pegawai yang tidak memiliki pengalaman dalam kegiatan simpan pinjam atau karyawan yang terbata. Pembiayaan ini berupa valuta rupiah dari pihak bank untuk diberikan kepada pegawai.
- f. Griya BSM yaitu produk yang disediakan oleh BSM guna menolong nasabah untuk melayani pembelian rumah tinggal, baik bekas maupun baru, dengan sistem *Murabahah* di lingkungan *developer*.
- g. Pembiayaan Mikro Umrah BSM yaitu suatu produk pembiayaan yang diberi kepada nasabah guna memenuhi keperluan perjalanan ibadah haji dan umrah.
- h. Pembiayaan Modal kerja yaitu pembiayaan yang diperuntukan kepada calon nasabah dengan jangka pendek, guna dalam pembiayaan pembelian siklus, bahan baku, pembiayaan kontraktor dan modal kerja.
- i. Pembiayaan Investasi yaitu pembiayaan berjangka panjang atau menengah untuk nasabah guna membeli barang untuk modal atau aktiva tetap, proyek perluasan perusahaan ataupun pembiayaan proyek, misalkan mesin-mesin, kendaraan, alat-alat, dan bangunan.²⁷

5. Digital Banking

²⁷ Bank Syariah Mandiri, BSM Tabungan Simpatik, dikutip dari <https://www.syariahamandiri.co.id/consumer-banking/tabungan/bsm-tabungan-simpatik>, pada hari Kamis, tanggal 31 Maret 2022.

- 
- a. BSI Mobile Banking yaitu aplikasi untuk membantu dalam melakukan transaksi dan beribadah yang dilengkapi berbagai fitur dalam satu aplikasi.
 - b. Buku Rekening Online yaitu kemudahan yang diberikan kepada nasabah untuk membuka rekening dengan mudah dan cepat. Dengan syarat memiliki kelengkapan berkas seperti NPWP, KTP itu wajib pajak.
 - c. Solusi Emas yaitu layanan untuk kepemilikan emas melalui aplikasi MB dengan pembelian emas mulai dari Rp.50.000
 - d. BSI QRIS yaitu pelayanan transaksi dengan menggunakan kode QR yang menggunakan kode Indonesia Standard.
 - e. BSI Cardless With drwal yaitu solusi untuk nasabah dalam melakukan penarikan secara tunai tanpa kartu.
 - f. BSI Debit Card yaitu kartu ATM yang diberikan bank syariah Indonesia untuk digunakan bertransaksi di EDC dan ATM.
 - g. BSI Debit OTP yaitu layanan transaksi yang berbasis kartu debit yang menggunakan kode OTP sebagai PIN dalam setiap transaksi.
 - h. BSI ATM CRM yaitu guna melayani nasabah yang ingin melakukan transaksi setor tunai, transfer antara bank, tarik tunai, dll.
 - i. BSI Aisyah yaitu Interaksi Bank Syariah Indonesia yang akan menolong memberikan informasi layanan, promo, dan produk yang baru.
 - j. BSI Net yaitu transfer secara massa atau kelompok dan monitoring bisa anda lakukan di BSI Net.
 - k. BSI Jadi Berkah.id yaitu guna untuk shodaqoh, infak, wakaf, dan zakat.

1. BSI Merchant Business yaitu fasilitas yang disediakan bank syariah untuk nasabah yang memiliki usaha untuk memberikan kemudahan transaksi.

3. Bank Syariah

Bank syariah merupakan bank islam atau lembaga yang berperan untuk memperlancar kegiatan ekonomi di sektor rill melalui berbagai aktivitas usaha seperti jual beli, investasi dan lainnya. Hal ini didasarkan pada prinsip islam yang kegiatannya sudah mengikuti hukum islam antara pihak bank dan pihak yang bersangkutan untuk pembiayaan dan penyimpanan dana dalam kegiatan usaha yang telah didasarkan pada nilai-nilai islam yang bersifat mikro dan makro.²⁸

Islamic bank atau lebih kita kenal sekarang dengan nama BSI yaitu bank atau lembaga yang bekerja berdasarkan pada kaidah-kaidah syariah, yang mengarah pada ketetapan-ketetapan Al-qur'an dan Hadist. Adapun salah satu Al-qur'an tentang bank syariah yaitu Al-Baqarah ayat 275 yang menjelaskan tentang riba:

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 مَوْعِدٌ

²⁸ Ascarya, “ Akad dan Produk Bank Syariah ”,(Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,2008),30

ظَةً مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُمَا سَ
لَفٌ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ
فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا
خَالِدُونَ

Terjemahnya:

*“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka ini penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya”.*²⁹

Ayat di atas menjelaskan bahwa Wahai manusia, Makanlah dari makanan yang halal, yaitu yang tidak haram, baik zatnya maupun cara memperolehnya. Dan selain halal, makanan juga harus yang baik, yaitu yang sehat, aman, dan tidak berlebihan. Makanan dimaksud adalah yang terdapat di bumi yang diciptakan Allah untuk seluruh umat manusia, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan yang selalu merayu manusia agar memenuhi kebutuhan jasmaninya walaupun dengan cara yang tidak sesuai dengan ketentuan Allah. Waspadailah usaha setan yang selalu berusaha menjerumuskan manusia dengan segala tipu dayanya. Allah mengingatkan bahwa sungguh setan itu musuh yang nyata bagimu, wahai manusia.³⁰

²⁹ Surah Al-Baqarah ayat 275 : Arab-Latin dan Artinya. Tafsir Web
<https://www.tokopedia.com/s/quran/al-baqarah/ayat-168>. (Diakses pada 10 Agustus).

³⁰ “Tafsir Ringkasan Kemenag” <https://www.tokopedia.com/s/quran/al-baqarah/ayat-275>.
(Diakses pada 10 Agustus).

Di Indonesia perbankan syariah dijadikan sebagai tolak ukur terhadap perkembangan perekonomian Indonesia. Hubungan ekonomi yang didasarkan pada syariat Islam yang ditentukan pada hubungan akad yang terbagi dalam lima konsep dasar akad yang secara garis besar. Ada empat konsep dasar yang dapat ditemukan dalam produk-produk lembaga keuangan syariah dan lembaga non-keuangan untuk dioperasikan. Adapun konsep tersebut yaitu:³¹

- a. Al-Wadi'ah atau sistem simpanan murni, dalam tradisi fiqih islam prinsip titipan atau simpanan dikenal dengan alwadi'ah yang dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik kepada individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja isi penitip menghendaki.
- b. *Profit sharing* atau Bagi hasil. Secara umum, prinsip bagi hasil dalam perbankan syariah dapat dilakukan dalam empati akad utama yaitu *al-musyarakah*, *al-mudharabah*, *almuzara'ah* dan *al-musaqah*. Tata cara pembagian hasil usaha antara shahibul mall dengan mudharib. Dalam pembagian hasil dari usaha dapat terjadi kepada penyimpan dana, maupun antara nasabah dengan pihak bank.
- c. *At-Tijara* atau prinsip jual beli adalah suatu sistem yang menerapkan cara jual beli dimana bank akan membeli suatu barang dan menjadikan nasabah sebagai agen bank yang akan melakukan pembelian barang atas

³¹ Muhammad, “ *Manajemen Keuangan Syariah: Analisis Fiqh dan Keuangan*”, (Yogyakarta :UPP STIM YKPN,2014),229

nama bank, lalu pihak bank menjual barang kepada nasabah dengan sejumlah harga yang ditambah dengan marqin atau keuntungan.

- d. *Al-Ijarah* atau sewa adalah akad pemindahan suatu hak guna atas jasa dan barang dengan melalui pembayaran upah sewa tanpa diikuti dengan kepemilikan atas barang itu sendiri. Prinsip ini terbagi atas dua jenis yaitu bai al-takjiri atau ijarah al-muntahiya bittamlik adalah penggabungan sewa dan beli, dimana isi penyewa mempunyai hak untuk memiliki barang pada akhir masa sewa. Sewa murni seperti penyewaan alat-alat.

Perbankan Syariah pada Masa Pandemi *Covid-19* memiliki beberapa tantangan yaitu: tantangan pertama perbankan syariah saat ini dimana nasabah harus menjaga jarak sekitar meter dan pihak bank syariah mewajibkan kepada nasabah untuk melakukan transaksi secara online pada masa pandemi *Covid-19* bank syariah harus bisa menyesuaikan pola bisnis dimana bank syariah harus melayani nasabah melalui online layanan bank baik dalam menghimpun dana maupun pembiayaan. Perry Warjio Gubernur Bank Indonesia mengatakan bahwa dalam perbankan syariah harus dilakukan langkah cepat karena transaksi masyarakat semakin berkembang dengan adanya penggunaan smartphone yang kian meningkat. OJK menjelaskan bahwa pelayanan bank syariah digital merupakan suatu layanan atau aktivitas perbankan dalam menggunakan sarana elektronik atau fasilitas yang disediakan.

Melalui fasilitas tersebut nasabah lebih mudah dalam melakukan transaksi secara mandiri.

Tantangan kedua akibat pandemi *Covid-19* terdampak suatu tantangan ketiga dalam mencari alternative market baru maupun minimal market, seperti memberikan bantuan kepada tenaga kesehatan seperti alat pelindung dan masker serta alat yang dibutuhkan dalam menangani *Covid-19* dan memberikan biaya kepada usaha-usaha kecil dan menengah, ditengah pandemi *Covid-19* ini pemerintah akan semakin meningkat dengan memberikan berbagai fasilitas pelayanan, sehingga membuat sektor perbankan syariah tidak mengalami penurunan market secara signifikan. Bank syariah diharuskan menjaga prinsip islam dalam melakukan segala kegiatan guna menjaga reputasi atau citra bank syariah, baik dalam manajemen agar tidak menjadi buruk terhadap pengelolaan bank syariah.

Tantangan ketiga yang dihadapi oleh perbankan syariah dimana pandemi *Covid-19* telah mempengaruhi rasio pembiayaan dan likuiditas dalam hal ini untuk menjaga kestabilan NPF bank harus restrukturisasi yang bertujuan untuk membantu meringankan kreditur dalam bentuk penurunan suku bunga yang berkepanjangan dan penyesuaian cicil pokok. Penurunan suku bunga meningkat situasi perekonomian di tengah pandemi *Covid-19* seperti ini, sehingga nasabah dapat melanjutkan mengangsur kewajiban kepada Bank Syariah. Dengan melakukan hal-hal diatas maka dapat dilakukan atau digunakan satu persatu ataupun secara

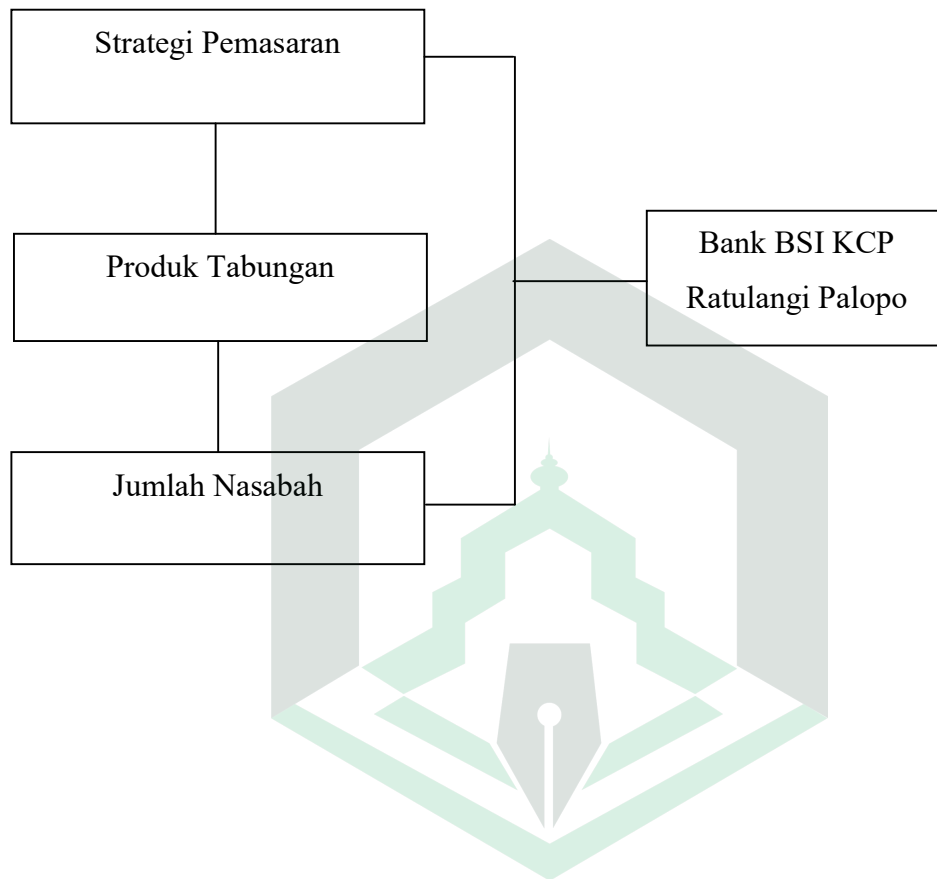
keseluruhan yang disesuaikan dengan apa yang dibutuhkan dalam debitur tersebut. Pada hakikanya nasabah mengalami masalah pembiayaan jika pendapatan suatu nasabah mengalami penurunan yang berangsur-angsur dalam hal ini mendorong kinerja perbankan syariah khususnya untuk menjaga keseimbangan sistem keuangan dan memperhatikan perkembangan ekonomi perlu adanya kebijakan perekonomian untuk menghadapi dampak dari pandemi *Covid-19*.

4. Pandemi *Covid-19*

Virus Corona atau *severe acute respiratory syndrome coronavirus 2* (SARS-CoV-2) adalah virus yang menyerang sistem pernafasan. Penyakit akibat infeksi virus ini disebut *Covid-19*. Virus Corona bisa menyebabkan gangguan ringan pada sistem pernafasan, infeksi paru-paru yang berat, hingga kematian. Infeksi virus Corona yang disebut *Covid-19* (*Corona Virus Disease 2019*) pertama kali ditemukan di kota Wuhan, China pada akhir Desember 2019. Virus ini menular dengan sangat cepat dan menyebar ke hampir semua negara, termasuk Indonesia, hanya dalam waktu beberapa bulan. Hal tersebut membuat beberapa negara melakukan kebijakan *Lockdown* untuk mencegah virus Corona makin meluas. *Coronavirus* adalah kumpulan virus yang mengidentifikasi sistem pernafasan. Pada banyak kasus, virus ini hanya menyebabkan infeksi pernafasan ringan, seperti flu. Namun, virus ini juga bisa menyebabkan infeksi pernafasan berat, seperti infeksi paru-paru (*pneumonia*).

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir penelitian ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kualitatif dengan menggunakan penelitian lapangan. dalam hal ini penulis terjun langsung ke lapangan untuk mencari informasi tentang startegi pemasaran produk Bank BSI KCP Ratulangi Palopo di tengah pandemi *Covid-19*. Penulis melakukan wawancara langsung dengan Bapak Muhammad Rusli bagian pemasaran dan pegawai Bank BSI KCP Ratulangi Palopo, serta melakukan pengamatan langsung dan mengumpulkan data yang diperlukan. Dengan mendeskripsikan strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah di tengah pandemi *Covid-19*. Maka penulis menganalisis dengan menggunakan bahan dan dokumentasi yang telah penulis peroleh.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian berguna untuk pembatasan objek penelitian yang diangkat. Manfaat lainnya adalah peneliti tidak terjebak pada banyaknya data yang diperoleh di lapangan. Penentuan fokus penelitian lebih diarahkan pada tingkat kebaruan informasi yang akan membatasi penelitian kualitatif serta membatasi penelitian guna memilih data mana yang relevan dan mana data yang tidak relevan. Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan di tengah pandemi *Covid-19*.

C. Definisi Istilah

1. Strategi pemasaran adalah metode untuk mencapai sekumpulan tujuan dan sasaran, strategi dan keputusan yang memberikan arah bagi upaya pemasaran perusahaan dalam jangka panjang. Dimana strategi pemasaran menurut Philip Kotler 7P yaitu: Produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), people (*orang*), physical evidence (*bukti fisik*), process (*proses*).
2. Produk yang ada di Bank BSI KCP Ratulangi Palopo merupakan produk yang baik dan halal *Thayyiban* (halal dan bagus). Adapun produknya yaitu: tabungan, giro, deposito, digital banking.
3. Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi memperlancar mekanisme sektor riil melalui aktivitas kegiatan Usaha (jual beli dan investasi). Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang universal, transparansi, keadilan dan kemitraan dan kegiatan usahanya didasarkan pada prinsip-prinsip islam.
4. Pandemi *Covid-19* atau Virus Corona (*Severe acute respiratory syndrome coronavirus 2*) adalah virus yang menyerang sistem pernafasan. Penyakit akibat infeksi virus ini disebut *COVID-19*. Infeksi virus Corona yang disebut *Covid-19* (*Corona Virus Disease 2019*) pertama kali ditemukan di kota Wuhan, China pada akhir Desember 2019. Virus ini menular dengan sangat cepat dan menyebar ke hampir semua negara, termasuk Indonesia, hanya dalam waktu beberapa bulan. Hal tersebut membuat beberapa negara melakukan kebijakan *Lockdown* untuk mencegah virus Corona

makin meluas.

B. Desain Penelitian

Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam merencanakan dan melaksanakan penelitian. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain penelitian deskriptif kualitatif karena peneliti ingin mencari fakta dan menginterpretasikan “Strategi Pemasaran yang Efektif dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Bank BSI KCP Ratulangi Palopo”.

C. Data dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya data di bedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder:

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat penggumpulan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi. Pada penelitian ini data primer yang akan di dapatkan dari hasil wawancara langsung dengan Bapak Muhammad Rusli bagian Pemasaran dan pegawai Bank BSI KCP Ratulangi Palopo.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data dari sumber kedua atau pihak tertentu yang berhubungan dengan data yang dibutuhkan, seperti berasal dari literature, artikel, jurnal serta situs dari internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

D. Instrumen Penelitian

Keberhasilan suatu penelitian tidak terlepas dari instrument yang digunakan, oleh karena itu instrument yang digunakan dalam penelitian ini antara Lain: Wawancara dengan daftar pertanyaan yang telah disiapkan, kamera (Dokumentasi), alat perekam, buku catatan dan pena.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan hal yang sangat penting, karena alasan utama dalam penelitian adalah untuk mendapatkan informasi. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis pada penelitian ini, ialah:

1. Observasi

Observasi merupakan suatu pengumpulan data dengan melakukan survei lapangan pengamatan secara langsung mengenai kondisi lokasi yang akan diteliti. Peneliti akan melakukan observasi langsung ke Bank BSI KCP Ratulangi Palopo.

2. Wawancara

Wawancara yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka dengan pewawancara dengan penjawab atau responden.³² Adapun dalam penelitian ini menggunakan Wawancara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur tidak membuat pertanyaan yang telah disusun secara sistematis dan lengkap tetapi peneliti hanya mempersiapkan pernyataan seputar poin-poin penting dari

³² Moh.Nazir,*Metode penelitian*,(Bogor:Ghalia Indonesia,2005),h.193.

permasalahan.³³ Untuk mendapatkan informasi secara langsung maka peneliti harus ke Bank BSI KCP Ratulangi Palopo untuk memudahkan peneliti mendapatkan informasi yang sesuai dengan permasalahan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu metode pengumpulan data dengan mengabadikan moment yang berisi peristiwa baik itu tulisan ataupun gambar yang dianggap dapat membantu mencapai tujuan penelitian. Pada penelitian ini dokumentasi diambil pada saat melakukan wawancara dengan Bapak Muhammad Rusli bagian pemasaran dan pegawai Bank BSI KCP Ratulangi Palopo.

E. Pemeriksaan Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data yang terkumpul, penulis menggunakan metode (*triangulasi*). *Triangulasi* adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.³⁴ Dalam penelitian ini peneliti mengecek kembali segala informasi ataupun catatan-catatan yang diperoleh dengan cara membandingkan dengan berbagai sumber. Seperti membandingkan hasil pengamatan dengan hasil wawancara serta mengecek data yang sudah diperoleh dengan berbagai sumber data. Pada penelitian ini peneliti pernyataan dari pihak Bank BSI KCP Ratulangi Palopo di masa pandemi *Covid-19*. Dengan *triangulasi* peneliti menjadikan bagian pemasaran

³³ Sugiyono, “*Metode penelitian kualitatif dan R&D*”, (Bandung: Alfabeta, 2013), 233

³⁴ Lexy J.Moeleong, “*Metode Penelitian Kualitatif*”, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), 330

produk tabungan sebagai sumber pengumpulan data dan sebagai tolak ukur keabsahan data.

F. Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik analisis model Miles dan Huberman selama berada di lapangan, berikut tahap-tahapnya:

1. *Data reduction* (Reduksi data)

Didefinisikan sebagai proses memilih data dengan melakukan pengurangan data yang tidak penting ataupun menambahkan data yang dianggap masih kurang sehingga memudahkan dalam menyimpulkan hasil data penelitian.

2. *Data Display* (Penyajian data)

Setelah melakukan pengurangan data yang tidak penting, selanjutnya peneliti akan melakukan penyajian data dengan menyusun informasi yang didapatkan dengan sistematis. Penyajian data pada penelitian ini ada beberapa bentuk yang mudah dipahami baik itu grafik ataupun bagan. Penyajian data yang tersusun rapi dapat mempermudah peneliti untuk menarik kesimpulan.

3. *Conclusion Drawing* (Penarikan kesimpulan)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif Miles dan Huberman menjelaskan bahwa penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awali yang dilakukan masih dalam tahap sementara dan akan berubah jika tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Akan tetapi yang dikemukakan pada awal didukung oleh

bukti- bukti yang valid dan konsisten pada saat peneliti kembali kelapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.



BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

Dalam sebuah deskripsi data, dalam penelitian ini peneliti menjelaskan dengan menggambarkan data dan menyajikan data yang diperoleh dari lapangan melalui observasi dan wawancara yang telah dilaksanakan oleh peneliti selama masa penelitian.

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Sejarah BSI KCP Palopo

Pada tahun 2010 merupakan tahun didirikan bank syariah yang didasarkan pada prinsip syariah dengan tujuan memberikan informasi kepada masyarakat untuk mengembangkan bank syariah dengan tujuan memajukan pertumbuhan ekonomi islam didalam berinteraksi dan mengembangkan usaha-usaha lainnya yang berkaitan dengan prinsip islam namun dibalik didirikanya bank syariah, pihak-pihak bank sudah melakukan evaluasi di kota palopo dalam pembangunan bank syariah, setelah melakukan observasi pihak bank mendiskusikan apakah tempat untuk membangun bank syariah layak untuk pembangunan. Setelah itu dilakukan uji kelayakan dan hasilnya positif maka hasil keputusanya kota palopo layak untuk membangun Bank Syariah Mandiri Cabang Palopo. Dengan adanya bank syariah dikota palopo masyarakat antusias. Bank Syariah berdiri untuk memperlihatkan kepada masyarakat mengenai produk apa saja dan bagaimana kegiatan bank syariah karena kebanyakan masyarakat lebih mengetahui kegiatan bank konvensional dari

pada Bank Syariah.

Beberapa tahun terakhir bank syariah mengalami peningkatan dalam produk dan layanan yang berbasis syariah. Hal inilah yang membuat pemerintah menggabungkan tiga bank syariah di Kota Palopo menjadi satu bank yaitu BNI Syariah, BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah, yang diberi nama menjadi Bank Syariah Indonesia. Tanggal 1 februari 2021 diresmikanya Bank Syariah Indonesia yang diresmikan BSI yang merupakan gabungan dari tiga bank syariah merupakan hal yang baik yang dapat menghasilkan bank syariah yang lebih baik dan menjadi panutan semua bank, bank BSI diharapkan menjadi kekuatan baru bagi perkembangan perekonomian yang dapat membantu kesejahteraan masyarakat secara luas. Dengan adanya BSI dapat menjadi dentitas baru bagi perbankan syariah dengan universal atau modern serta dapat member manfaat bagi masyarakat kota Palopo.

b. Visi dan Misi

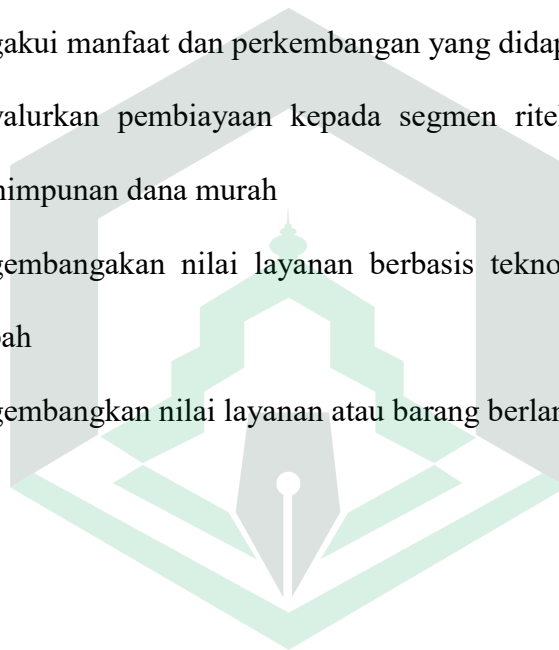
1) Visi

Visi merupakan suatu hal yang organisasi harapkan dimasa depan. Adapun visi yang dimiliki Bank BSI KCP Ratulangi Palopo yaitu menjadi bank yang dapat mendominasi dibidang industry perbankan, miniature UKM, bisnis dan area perusahaan dan menjadi bank syariah yang memiliki Inovasi dalam penyimpanan uang serta administrasi yang terunggul bagi klien.

2) Misi

Misi merupakan sebuah pernyataan yang dipergunakan untuk mengetahui tujuan dari sebuah organisasi. Misi Bank BSI KCP Ratulangi Palopo yaitu:

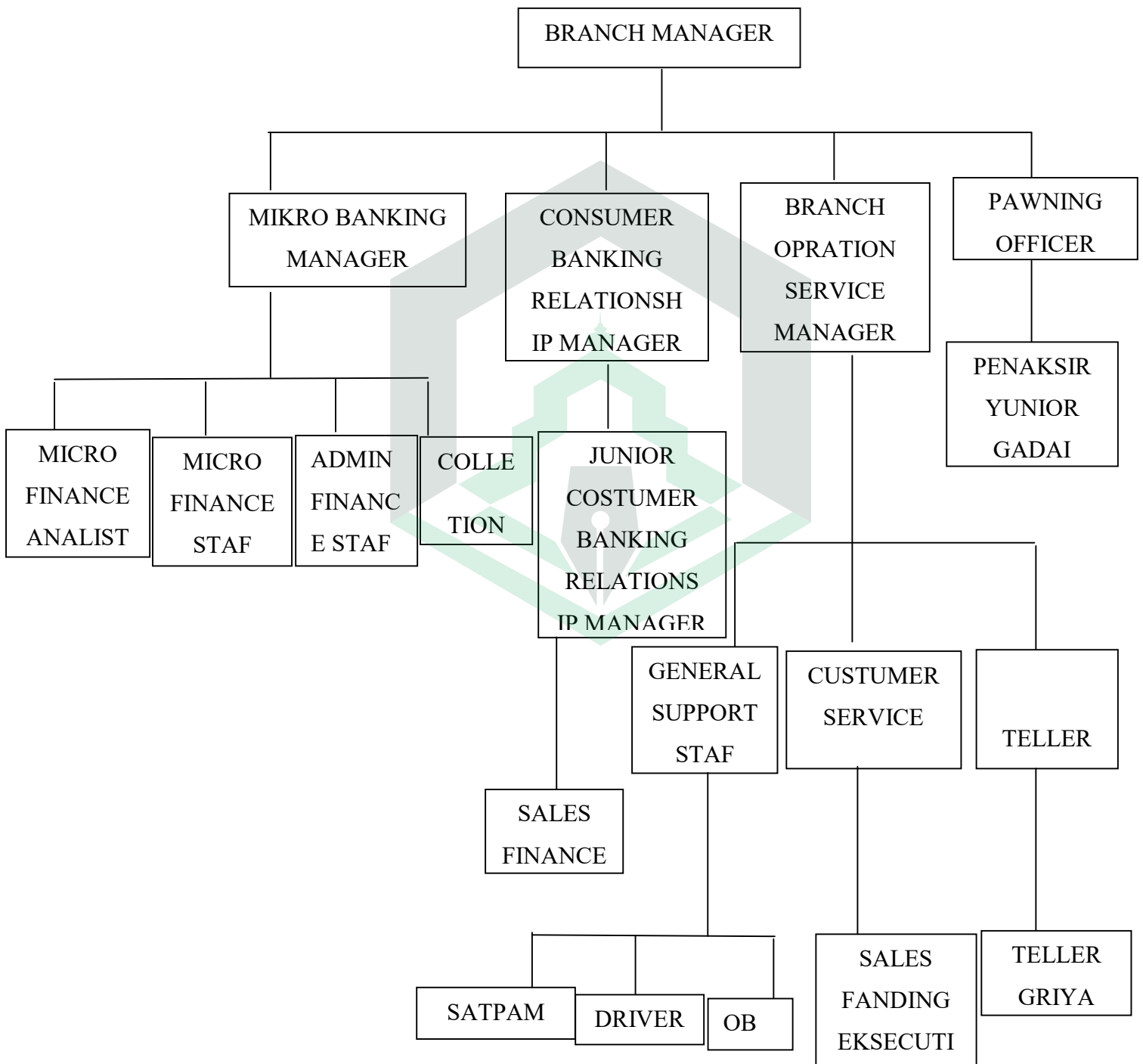
- a) Memberi perhatian terhadap masyarakat dan daerah
- b) Melakukan penambahan di industri yang berkaitan dengan profit
- c) Meningkatkan usaha ke tingkat syariah universal
- d) Mengakui manfaat dan perkembangan yang didapat dari normal bisnis
- e) Menyalurkan pembiayaan kepada segmen ritel dan memprioritaskan penghimpunan dana murah
- f) Mengembangkan nilai layanan berbasis teknologi sesuai keinginan nasabah
- g) Mengembangkan nilai layanan atau barang berdasarkan teknologi.



c. Struktur Organisasi Bank BSI KCP Ratulangi Palopo

Struktur organisasi merupakan suatu sistem yang dipergunakan untuk mendefinisikan setiap pekerjaan dibagi atau dikelompokkan secara teratur.

Gambar 4.1 Struktur Organisasi



1. Branch Manager

Tanggung jawab serta Tugas

- a. Mengarahkan serta mengawasi dengan langsung para pekerja yang sesuai dengan tugasnya masing-masing.
- b. Memastikan sebuah tercapaian target yang telah ditentukan dalam sebuah bisnis.
- c. Memperhatikan kedisiplinan pada semua tingkat prodentialisasi dan keadaan semua cabang.

2. Mikro Banking Manager (MBM)

Tanggung jawab serta Tugas:

- a. Memperhatikan implementasi rapihnya atau keamanan pengambilan dokumentasi.
- b. Memperhatikan jalanya recoveri pelanggan atau restrukturisasi.
- c. Memastikan pencapaian target dan bisnis.
- d. Memperhatikan nilai aktiva dalam kondisi *Performing Financing*.

3. Branch Operasional Service Manager (BOSM)

Tanggung jawab serta Tugas:

- a. Mengesahan penutup serta pembukaan rekening.
- b. Memastikan persedian likuiditas
- c. Melaksanakan approval atau complaint didalam manajemen sistem.
- d. Melaksanakan permintaan kartu ATM secara regular atau cepat.
- e. Mengambil pelayanan yang sesuai kemauan nasabah yang optimal.

- f. Memantau semua aktifitas yang dilaksanakan sesuai administrasi, dokumentasi dan kesiapan sesuai yang telah ditetapkan.
 - g. Memastikan oprasional biaya terkendali secara tepat.
4. Customer Banking Relationship Marketing (CBRM)
- a. Melaksanakan kerja sama dengan pihak ketiga
 - b. Menciptakan perkembangan bisnis melalui *branch manager* dan rancangan kerja.
 - c. Membuat perencanaan kerja yang didasarkan dentitas calon nasabah dan memastikan adanya dana dan kapasitas pasar.
 - d. Menjamin telah adanya produk serta penyelenggaranya.
 - e. Mengembangkan pendanaan pertumbuhan portofolio, *fee based* dalam konsumen dan pembiayaan.
 - f. Memperhatikan adanya data untuk laporan *montoring portofolio* penyelenggara dan produk keagendaan.
5. Mikro Finance Analist (MFA)
- Tanggung jawab serta Tugas:
- a. Menjamin kualitas barang.
 - b. Memastikan proses pencairan pembiayaan.
 - c. Mengambil tindakan perizinan pembiayaan gadai sesuai telah ditetapkan.
 - d. Memastikan kelengkapan dokumen aplikasi gadai.
6. Mikro Finance Analist (MFA)
- Tanggung jawab serta Tugas:

- a. Memberikan laporan bulanan kepada unit risk.
 - b. Melakukan pengamatan kepada pekerja dalam pembiayaan berdasarkan pekerjaan yang dilakukan.
 - c. Melaksanakan pengimpunan pada aplikasi FAS sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
 - d. Menyelenggarakan peninjauan ke lokasi jaminan dan bisnis.
 - e. Melakukan penafsiran jaminan berdasarkan aturan yang berlaku.
 - f. Melakukan verifikasi kelayakan bisnis dan penilaian jaminan.
7. Customer Service Representative (CSR)
- Tanggung jawab serta Tugas:
- a. Mengelola surat-surat berharga dan kartu ATM
 - b. Menginput data nasabah dan *Loan facilities* secara lengkap dan akurat.
 - c. Menginput data secara lebih lengkap.
 - d. Menyerahkan informasi jasa dan barang BSM terhadap nasabah atau pelanggan.
 - e. Menangani surat izin pembukuan deposito, dan penutupan rekening tabungan dan giro.

B. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan di atas mengenai Strategi Pemasaran yang Efektif dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Bank BSI KCP Ratulangi Palopo, Kegiatan pemasaran terasa semakin penting dengan semakin banyaknya bank yang menawarkan produk tabungan yang sejenis. Dengan adanya kegiatan pemasaran yang gencar seperti promosi dan kualitas produk yang baik, maka konsumen diharapkan akan tertarik dengan produk yang ditawarkan. Seiring dengan semakin ketatnya persaingan antara perusahaan bank di Indonesia.

Bank BSI KCP Ratulangi Palopo harus memiliki strategi untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidup suatu usaha sehingga dibutuhkan suatu strategi pemasaran yang sesuai, untuk itu banyak perusahaan menerapkan strategi pemasaran untuk mencari laba sebagai tujuan yang hendak dicapai. Demikian pula penerapan Strategi Pemasaran yang Efektif Dalam Memasarkan Produk Tabungan oleh Bank BSI KCP Ratulangi Palopo perlu dilakukan agar tujuan dapat mencapai target yang di inginkan.

Berdasarkan rumusan masalah yang peneliti buat disini Strategi Pemasaran yang Efektif selama masa Pandemi *Covid-19* yang di pakai di Bank BSI KCP Ratulangi Palopo merupakan 4P yang mana terdiri dari Product, Price, Place dan Promotion.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Rusli selaku *Customer Banking Relationship Marketing* (CBRM) di Bank BSI KCP Ratulangi Palopo mengatakan:

“Strategi pemasaran produk tabungan selama Pandemi *Covid-19* di Bank BSI KCP Ratulangi Palopo ini meliputi empat variabel dalam bauran pemasaran yaitu produk, harga, tempat dan promosi”.

Strategi Bank BSI KCP Ratulangi Palopo dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan menggunakan sebuah teori pemasaran atau *Marketing Mix* untuk seperti:

1. *Product* (Produk)

Produk merupakan sesuatu yang memiliki nilai di suatu pasar sasaran, di mana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan termasuk benda, jasa, tempat dan ide-ide. Penerapan strategi pemasaran produk tabungan yang dilakukan Bank BSI adalah dengan menampilkan mutu dari masing-masing produk tabungan tersebut meliputi pemberian fasilitas yang terdapat di dalam karakteristik produk. Produk sangat berperan penting pada perusahaan dengan mengutamakan tujuan dasar dari dikeluarkannya produk tabungan Bank BSI KCP Ratulangi Palopo adalah untuk membantu masyarakat dalam melakukan investasi. Produk tabungan Bank BSI KCP Ratulangi Palopo menggunakan akad Mudharabah dan Wadiah yang memberikan rasa aman dan terjamin, *online* di seluruh Bank BSM dan setoran minimum yang ringan sehingga menjadi kemudahan nasabahnya. produk tabungan Easy Mudharabah yaitu tabungan dalam mata uang rupiah yang dapat memudahkan transaksi segmen wiraswasta dengan limit transaksi harga yang lebih besar. keunggulan dari jenis tabungan ini adalah penarikannya dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam oprasional kas di kantor bank atau melalui ATM dan gratis

biaya tarik tunai. Secara lebih rinci saldo minimum produk tabungan Easy Mudharabah :

- a. Setoran awal: Rp 100.000 (perorangan) dan Rp. 1.000.000 (non-perorangan)
- b. Setoran minimum berikutnya: Rp.50.000 (Via Teller)
- c. Saldo minimum: Rp.50.000
- d. Biaya penutupan rekening: Rp.20.000
- e. Biaya admin BSI produk tabungan Easy Mudharabah: Rp.10.000
- f. Biaya ganti kartu hilang/rusak: Rp. 25.000
- g. Vasilitas kartu debit: GPN dan VISA
- h. Biaya dormant accont: Rp.5.000

Sedangkan Tabungan Easy Wadiah yaitu tabungan dengan mata uang rupiah berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah* yang penarikan dan setoranya dapat dilakukan setiap saat selama jam oprasional kas di kantor bank atau melalui ATM. Secara lebih rinci saldo minimum produk tabungan Easy Wadiah:

- a. Setoran awal: Rp.100.000 (perorangan) dan Rp.1.000.000 (non-perorangan)
- b. Setoran minimum berikutnya: Rp.50.000 (Via Teller)
- c. Saldo minimum: Rp.50.000
- d. Biaya penutupan rekening: Rp.20.000
- e. Biaya admin Bank BSI produk tabungan Easy Wadiah: gratis
- f. Biaya ganti kartu/rusak: Rp.25.000

g. Fasilitas kartu debit : GPN dan VISA

h. Biaya dormant account: Rp.5.000

Secara teori penerapan strategi pemasaran terhadap produk menurut Al-Arif (2012: 140) merupakan suatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian konsumen untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.

Tabel 4.1 Jenis Produk Tabungan (Bank Syariah Indonesia KCP

Ratulangi Palopo,2022)

No.	Tabungan	Nasabah
1.	BSI Tab <i>Mudh</i> Bank (Bank Umum/Bprs)	285
2.	BSI Tabungan Easy Mudharabah	1726
3.	BSI Tabungan Easy Wadiah	1530
4.	BSI Tabunganku	736
5.	BSI Tabungan Simpel	780
6.	BSI Tabungan <i>Valas</i>	167
7.	BSI Tabungan Haji Indonesia <i>Mudharabah</i>	92
8.	BSI Tabungan Haji Indonesia <i>Wadiah</i>	78
9.	BSI Tabungan Pensiun	832
10.	BSI Tabungan Bisnis	422
11.	BSI Tabungan <i>Escrow</i>	98
12.	BSI Tabungan Pensiun <i>Wadiah</i>	446
13.	BSI Tabungan Mahasiswa <i>Mudharabah</i>	320
14.	BSI Tabungan Mahasiswa <i>Wadiah</i>	280

15.	BSI Tabungan <i>Payroll Mudharabah</i>	233
16.	BSI Tabungan <i>Payroll Wadiah</i>	247
17.	BSI Tabungan Junior <i>Mudharabah</i>	341
18.	BSI Tabungan Junior <i>Wadiah</i>	380
19.	BSI Tabungan <i>Valas Mudharabah</i>	187
20.	Tabunganku Bansos <i>Wadiah</i>	412
21.	Simpanan Pelajar Pip	250
22.	BSI Tabungan Pendidikan	316
23.	BSI Tabungan Berencana	471

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penerapan Strategi Pemasaran yang Efektif dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk tabungan Bank BSI KCP Ratulangi Palopo dari segi produk sudah sangat bagus, Bank BSI KCP Ratulangi memiliki berbagai produk tabungan yang efektif sesuai dengan kebutuhan para nasabah. Sebagaimana Bapak Muhammad Rusli mengatakan:

“Produk Tabungan di Bank BSI KCP Ratulangi ada berbagai macam Salah satu produk tabungan yang banyak diminati selama pandemi *Covid-19* yaitu tabungan *Easy Mudharabah* dan tabungan *Easy Wadiah* dimana tabungan *Easy Mudharabah* menggunakan akad *Mudharabah* sedangkan *Easy Wadiah* menggunakan akad *Wadiah* atau akad titipan dimana tidak dikenakan bagi hasil tetapi dikenakan biaya administrasi”.³⁵

Produk yang ditawarkan oleh Bank BSI KCP Ratulangi Palopo memangcukup variatif dibandingkan dengan kompetitor lainnya dan pastinya nasabah tertarik dengan produk tabungan yang ada di Bank BSI KCP Ratulangi Palopo.

³⁵ Muhammad Rusli, “Wawancara *Customer Banking Relationship Marketing* BSI KCP Ratulangi Palopo” (Palopo 20 April 2022)

2. *Price* (Harga)

Dalam konsep ekonomi islam, penerapan harga dilakukan oleh pasar yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Harga harus ditentukan harganya, hal ini sangat penting karena harga dapat menentukan laku tidaknya produk yang ditawarkan. Penerapan strategi pemasaran produk tabungan dari segi harga dilihat dari pengembalian modal adalah bagi hasil. Bagi hasil adalah suatu sistem yang meliputi tata cara bagi hasil usaha antara penyedia dana dan pengelola dana atau antara bank dengan nasabah penerima dana. Bank BSI KCP Ratulangi dalam menawarkan bagi hasil dimungkinkan pada penerapan nisbah bagi hasil. Nisbah bagi hasil yang ditentukan secara cermat untuk masing-masing produk tabungan dengan memperhitungkan hasil investasi dari dana nasabah yang telah dijalankan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Rusli mengatakan:

“Harga yang diberikan oleh Bank BSI KCP Ratulangi Palopo setoran awal dan pembuatan ATM yang dapat didebit secara otomatis pada buku rekening yaitu untuk pembukaan Tabungan sebesar Rp.50.000”.

Secara teori penerapan strategi pemasaran terhadap harga menurut Swastha (2002:147) merupakan jumlah yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. penentuan suatu harga menjadi sesuatu yang sangat penting diperhatikan, mengingat harga menjadi salah satu sebab laku atau tidaknya suatu produk dan jasa yang ditawarkan. ketika harga salah ditetapkan untuk suatu produk akan berakibat fatal terhadap produk yang di tawarkan dan berakibat tidak lakunya produk dipasar.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penerapan strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan Bank BSI KCP Ratulangi Palopo dari segi Harga yang ditawarkan untuk membuka tabungan Oleh Bank BSI KCP Ratulangi Palopo juga relatif lebih murah dibandingkan dengan kompetitor lainnya. Hal ini bisa dijadikan daya tarik bagi nasabah, proses yang dilakukan pada Bank BSI KCP Ratulangi Palopo lebih mudah dan cepat dengan menggunakan aplikasi Mobile Banking di tengah pandemi *Covid-19*.

3. *Place* (Tempat)

Tempat adalah salah satu keberhasilan dalam memasarkan produk tabungan, tempat yang ramai akan meningkatkan pengetahuan masyarakat akan suatu perusahaan. Bank BSI KCP Ratulangi Palopo yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan Bank BSI KCP Ratulangi Palopo terletak di Jl.dr Ratulangi Kota Palopo Lokasi atau tempat memiliki letak yang sangat strategis dekat dengan kawasan perdagangan dan Bank Konvensional yaitu berlokasi di Tempat ini sangat strategis karena dekat dengan Supermarket dan jalan raya yang mudah dijangkau.

Hasil wawancara dengan salah satu karyawan Bank BSI KCP Ratulangi Palopo mengatakan:

“Letak kantor Bank BSI KCP Ratulangi Palopo ini sangat strategis, dekat dengan jalan raya dan juga supermarket Palopo sehingga memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi”.

Secara teori penerapan strategi pemasaran terhadap tempat menurut Anang (2019:188) pemilihan lokasi suatu bisnis didasarkan kepada visibilitas, ekspansi dan lingkungan bisnis. Visibilitas yaitu lokasi yang dapat ditemukan dengan jelas oleh konsumen. kemudian ekspansi yaitu tersedianya tempat yang cukup luas untuk mengembangkan usaha dikemudian hari. Lingkungan sekitar yang mendukung jasa dan produk yang ditawarkan menjadi faktor pendukung untuk mencapai tujuan suatu bisnis. Tempat yang ramai akan meningkatkan pengetahuan masyarakat akan suatu perusahaan. Lokasi atau tempat memiliki letak yang sangat strategis dekat dengan kawasan perdagangan dan Bank konvensional yaitu berlokasi di Jl. Dr. Ratulangi Kota Palopo. Tempat ini sangat strategis karena dekat dengan Supermarket dan jalan raya yang mudah dijangkau sehingga memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi.

4. *Promotion* (Promosi)

Tujuan promosi bagi Bank BSI KCP Ratulangi Palopo adalah untuk menginformasikan segala jenis produk tabungan yang ditawarkan dan berusaha untuk menarik nasabah yang baru dan meningkatkan penjualan produk tabungan Bank BSI KCP Ratulangi Palopo. perangkat bauran promosi yang dilakukan Bank BSI KCP Ratulangi Palopo diantaranya melalui media massa seperti *website*, media sosial selama masa pandemi *Covid-19*. Promosi merupakan cara langsung atau tidak langsung untuk mempengaruhi konsumen agar lebih suka membeli suatu merek barang tertentu. Istilah promosi sering disamakan dengan komunikasi pemasaran. Dalam menghadapi persaingan

Bank BSI KCP Ratulangi juga melakukan promosi dimana pada dasarnya promosi yang dilakukan Bank BSI KCP Ratulangi sama dengan kegiatan promosi bank lainya.

Secara teori penerapan strategi pemasaran terhadap tempat menurut suryani (2017:85) merupakan pemasaran yang tujuanya untuk mempromosikan produk dan jasa perbankan yang memainkan peran penting dalam mempengaruhi nasabah. Bauran pemasaran yang tepat seperti periklanan, kehumasan, penjualan personal, publisitas, dan promosi penjualan akan mempengaruhi persepsi, sikap dan perilaku nasabah sehingga dapat meningkatkan penjualan dan kinerja pemasaran bank lainya. Pihak Bank BSI KCP Ratulangi mempromosikan produk tabunganya di tengah pandemi *Covid-19* dengan cara :

- 1) Melalui Media sosial, promosi yang dilakuakan dalam bentuk gambar atau kata-kata yang dipromosikan lewat Instagram dan Facebook.
- 2) Sosialisasi, promosi yang dilakukan dengan cara mengsosialisasikan produk tabungan dengan mitra-mitra melalui *Zoom Meeting*.

Selain itu Bank BSI KCP Ratulangi Palopo juga menggunakan teknik Personal Selling. Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari *cleaning service*, satpam sampai pejabat bank. Secara khusus *personal selling* dilakukan oleh petugas *customer service* atau *service assistensi*. Sehingga setiap pegawai yang ada di Bank BSI KCP Ratulangi Palopo melakukan penjualan pribadi dengan melakukan promosi kepada masyarakat dalam rangka mensukseskan

penjualan dan membangun hubungan dengan nasabah selama pandemi *Covid-19*.

Hasil wawancara dengan Bapak Rusli selaku *Customer Banking Relationship Marketing* atau Bagian pemasaran produk beliau mengatakan bahwa:

“Strategi yang kami gunakan pada masa pandemi *Covid-19* yaitu lebih banyak menggunakan digital marketing, Selama pandemi *Covid-19* ada pola yang dilakukan oleh Bank BSI yaitu interaksi terhadap nasabah produk tabungan harus dibatasi dengan memanfaatkan berbagai fasilitas seperti Mobile Banking, dengan adanya pandemi *Covid-19* ini Bank lebih mengharuskan nasabah berinteraksi secara Online”.³⁶

Hal ini didukung dengan pendapat pengawas BSI KCP Ratulangi Palopo yang menyebutkan bahwa:

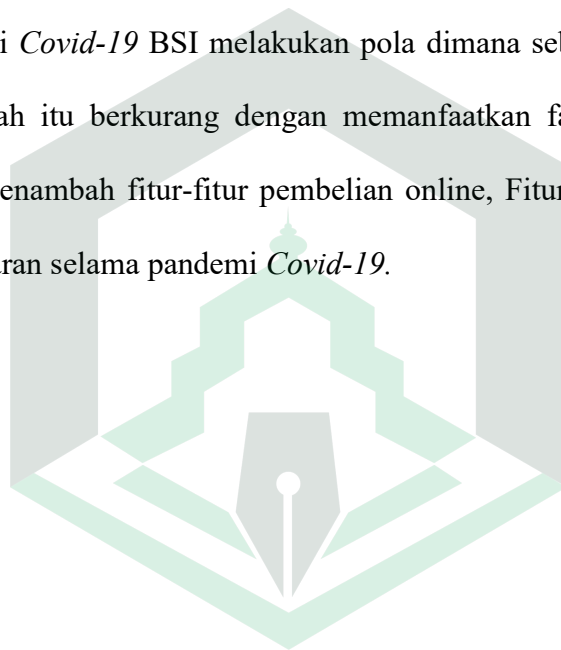
“Terkait dengan proses pelayanan ada beberapa yang harus di perhatikan yang pertama dari segi pelayanan, selama pandemi *Covid-19* terjadi perubahan pelayanan dimulai pukul 08.30-14.00 yang sebelum Pandemi pelayanan dimulai pukul 08.00-15.00. Yang kedua dari segi kapasitas selama pandemi *Covid-19*, nasabah yang berhak dalam kantor tidak mencapai 50% dari normalnya dengan catatan menjaga protokol kesehatan”.³⁷

Terkait dengan kebijakan Bank BSI KCP Ratulangi Palopo pada masa pandemi *Covid-19*, ada beberapa kebijakan yaitu Pertama: karyawan menerapkan WFH dan WFO, yang artinya WFH singkatan dari *Work From Home* yang artinya bekerja dari rumah jika salah satu karyawan mengalami keadaan atau situasi seperti terkena wabah penyakit atau mengalami bencana alam atau hal yang berkaitan dengan personal. Sedangkan arti dari WFO merupakan singkatan dari *Work From Office* yang artinya format pembagian kerja dengan melihat dan mempertimbangkan protocol kesehatan pada masa pandemi *Covid-19*. Kedua:

³⁶Muhammad Rusli, “Wawancara *Customer Banking Relationship Marketing* BSI KCP Ratulangi Palopo” (Palopo 20 April 2022)

³⁷Furqon, “Wawancara *Pengawas* BSI KCP Ratulangi Palopo” (Palopo 20 April 2022)

Bank BSI KCP Ratulangi Palopo membuat sistem CIS (*Customer Identification System*), dimana CIS yaitu setiap hari semua karyawan wajib melaporkan kondisi kesehatan, kondisi Sif kerja apakah dia WFH atau WFO dan wajib dilaporkan sebelum jam 07.00 Pagi. Ketiga: dan setiap ada karyawan yang ingin melakukan perjalanan keluar daerah wajib melapor ke area. Keempat: setiap karyawan wajib mengabsen terkait dengan vaksinasi, apabila belum divaksin itu wajib melakukan WFH. Kelima: Proses interaksi dalam kantor dibatasi sampai 50% saja. Selama adanya pandemi *Covid-19* BSI melakukan pola dimana sebisa mungkin interaksi terhadap nasabah itu berkurang dengan memanfaatkan fasilitas seperti Mobile Banking dan menambah fitur-fitur pembelian online, Fitur tarik tunai salah satu Strategi Pemasaran selama pandemi *Covid-19*.



BAB V

PENUTUP

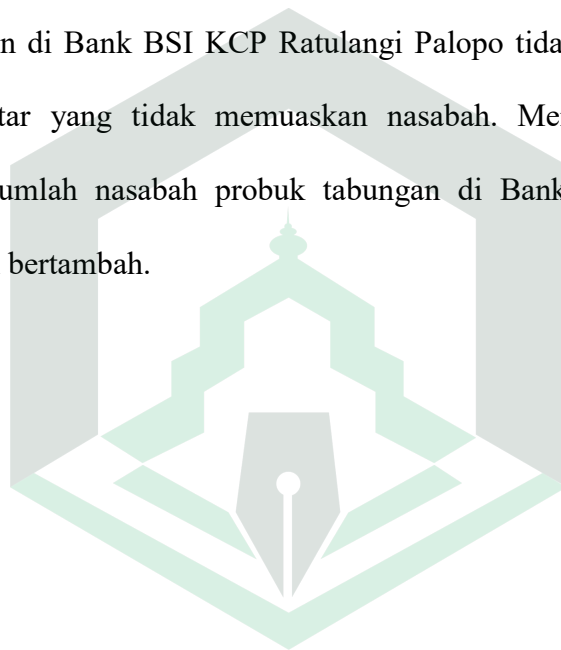
A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis, dalam hal ini maka dapat ditarik kesimpulan yaitu berdasarkan hasil penelitian tentang strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan Bank BSI KCP Ratulangi Palopo ditengah pandemi *Covid-19*, maka peneliti memperoleh kesimpulan bahwa dalam memasarkan produk tabungan yang efektif di tengah Pandemi *Covid-19* Bank BSI KCP Ratulangi Palopo mengaplikasikan *Digital Marketing* dalam memasarkan produk di Tengah Pandemi *Covid-19* dengan menggunakan alat *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) yang terdiri dari 4P, *product* (produk) tabungan yang banyak diminati selama pandemi *Covid-19* yaitu Easy Mudharabah dan Easy Wadiah. *Price* (harga) dari segi Harga yang ditawarkan untuk membuka tabungan oleh Bank BSI KCP Ratulangi Palopo juga relatif lebih murah dibandingkan dengan kompetitor lainnya. *Promotion* (promosi) Pihak Bank BSI KCP Ratulangi mempromosikan produk tabunganya di tengah pandemi *Covid-19* dengan cara Melalui Mediasosial, promosi yang dilakukan dalam bentuk gambar atau kata-kata yang dipromosikan lewat Instagram dan Facebook. Sosialisasi, promosi yang dilakukan dengan cara mengsosialisasikan produk tabungan dengan mitra-mitra melalui *Zoom Meeting*. *Place* (tempat) Bank BSI KCP Ratulangi Palopo terletak di Jl.dr Ratulangi Kota Palopo Lokasi atau tempat memiliki

letak yang sangat strategis dekat dengan kawasan perdagangan dan Bank konvensional yaitu berlokasi di Tempat ini sangat strategis karena dekat dengan Supermarket dan jalan raya yang mudah dijangkau dalam memasarkan produk tabungan ditengah pandemi *Covid-19* saat ini.

B. Saran

Pelayanan dan kenyamanan nasabah produk tabungan di Bank BSI KCP Ratulangi Palopo harus berkualitas di tengah pandemi *Covid-19* sehingga nasabah produk tabungan di Bank BSI KCP Ratulangi Palopo tidak melakukan keluhan atau berkomentar yang tidak memuaskan nasabah. Mengutamakan kepuasan nasabah agar jumlah nasabah produk tabungan di Bank BSI KCP Ratulangi Palopo semakin bertambah.



DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif , M. Nur Arianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta: 2010.
- Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Bank Syariah Mandiri, BSM Tabungan Simpatik, dikutip dari <https://www.syariahamandiri.co.id/consumer-banking/tabungan/bsm-tabungan-simpatik>. (31 Maret 2022).
- Buchory, Herry Achmad dan Djaslim Saladin. *Dasar-dasar Pemasaran Bank* Bandung: Linda Karya, 2006.
- Dr.Pittara,<https://www.alodokter.com/virus-corona>. (21 November 2021).
- Firdaus NH, dkk. *Dasar& Strategi Pemasaran Syariah*, Jakarta: Renaisan, 2005.
- Furqon, “Wawancara Pengawas BSI KCP Ratulangi Palopo” (Palopo 20 April 2022).
- Hardilawati, Wan laura. “Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19”, *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika* 10,no 1.(15 Mei 2022).
- Hermawan, Haris. ”Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Konsumen”. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia* VOL.1 No.2 (Desember 2015).
- Hery. *Bank dan Lembaga keuangan lainnya*, Jakarta: PT Grasindo, 2020.
- Intro, Andri Some. *Bank dan Lembaga keuangan syariah* Jakarta: Kencana Prendam edia Grup, 2009.
- M. Nur Rianto Al Arif, “*Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*”,(Bandung: Alfabeta,2010).
- Maulida Zulfa Rahmannisa, 2018. “*strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan iB Tasya haji baitullah di BPRS Suriyah cabang Kudus*”. Skripsi, UIN Walisongo Semarang.
- Meski, Ghozali, “*analisis keputusan nasabah menabung: Pendekatan komponen dan model logistic studi pada bank syariah di malang*”, *Jurnal,Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya*,Vol.4 No. (1 mei 2010).
- Moch.Qurthuby, *Pengaruh strategi pemasaran dengan konsep AIDA(Attention, Interenst,Desire,Action) terhadap respon nasabah mengambang pada bank syariah (studi pada bank syariah di wilayah cibadak-sukabumi)*. <https://smartlib.umri.ac.id/assets/uploads/files/23f80-4682-16186-2-pb.pdf>. (21 Januari 2022).
- Moeleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009.
- Muhammad, “ *Manajemen Keuangan Syariah: Analisis Fiqh dan Keuangan*”, (Yogyakarta :UPP STIM YKPN,2014),229
- Munarwan, “Wawancara Teller BSI KCP Ratulangi Palopo” (Palopo, 15 Februari 2022).
- Nazir, Moh. *Metode penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2005.

- Neri Safaroh, 2019. "*Strategi pemasaran produk tabungan haji IB Syariah di Kantor cabang pembantu BRI Syariah Cilacap*". Skripsi, IAIN Purwakerto.
- Nimas Ayu Putri Fabiola, 2019. "*Analisis strategi pemasaran personal selling pada produk syariah pembiayaan dalam meningkatkan penjualan polis asuransi*". Skripsi, UIN Raden Intan Lampung.
- O. Mungkasa. "Bekerja dari Rumah Working From Home/WFH: Menuju Tatanan Baru Era pandemi COVID 19" *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesia Journal of Development Planning*, Vol.4 No.2, (2020). <http://doi.org/10.36574/jpp.v4i2.119>.
- Pak Muhammad Rusli, *Customer Banking Relationship Marketing Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi Palopo*. Wawancara 20 April 2022
- Pitanatasari, Putu Diah Sastri. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Depok: Rajawali pers, 2018.
- Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*, Malang: UB Press, 2011.
- Sofjan, Assauri. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Sugiyono. *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Surah Al-Baqarah ayat 168 : Arab-Latin dan Artinya. Tafsir Web*
<https://www.tokopedia.com/s/quran/al-baqarah/ayat-168>. (10 Agustus 2022).
- Surah Al-Baqarah ayat 275 : Arab-Latin dan Artinya. Tafsir Web*
<https://www.tokopedia.com/s/quran/al-baqarah/ayat-168>. (Diakses pada 10 Agustus).
- Tafsir Ringkasan Kemenag. <https://www.tokopedia.com/s/quran/al-baqarah/ayat-275>. (Diakses pada 10 Agustus).
- Tafsir Ringkasan Kemenag. <https://www.tokopedia.com/s/quran/al-baqarah/ayat-168>. (10 Agustus 2022).

L

A

M

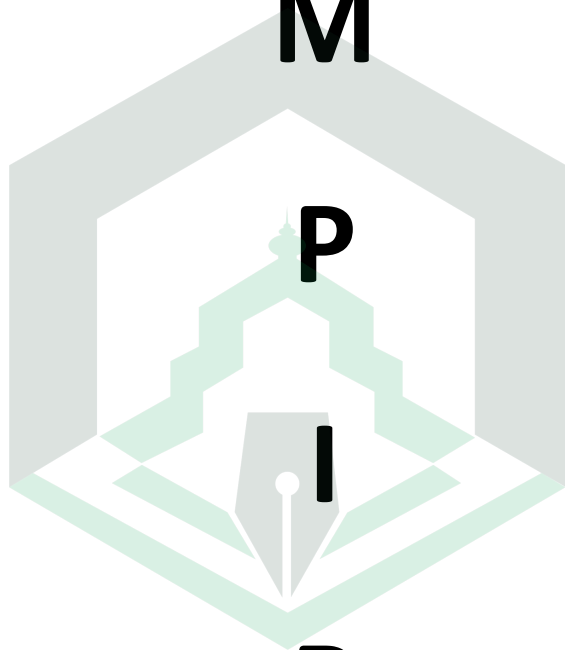
P

I

R

A

N



PEDOMAN WAWANCARA

STRATEGI PEMASARAN YANG EFEKTIF DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
NASABAH PRODUK TABUNGAN BANK BSI KCP RATULANGI PALOPO DI TENGAH
PANDEMI *COVID-19*

NAMA : ALLEGRA RUSMAN

NIM : 17 0402 0200

Daftar pertanyaan wawancara Pegawai Bank BSI KCP Ratulangi Palopo

1. Strategi pemasaran apa saja yang digunakan Bank BSI selama pandemic *Covid-19*?
2. Apa saja jenis produk yang ada di Bank BSI KCP Ratulangi Palopo?
3. Produk manakah yang paling diminati nasabah di Bank BSI KCP Ratulangi Palopo selama pandemic *Covid-19*?
4. Apakah produk tabungan dapat meningkatkan jumlah nasabah yang ada di Bank BSI KCP Ratulangi Palopo di tengah pandemic *Covid-19*?
5. Apa saja promosi yang dilakukan oleh Bank BSI KCP Ratulangi Palopo selama pandemic *Covid-19*?
6. Apa saja kendala yang dihadapi pada saat melakukan promosi di tengah pandemic *Covid-19*?
7. Apa solusi atau upaya lain dalam melakukan promosi di tengah pandemi saat ini?
8. Dimana saja pangsa pasar Bank BSI KCP Ratulangi Palopo?
9. Bagaimana Bank BSI KCP Ratulangi Palopo melakukan promosi untuk daerah yang jauh dari lokasi kantor?

Kantor Bank BSI KCP Ratulangi Palopo



DOKUMENTASI



SURAT KETERANGAN PEMBIMBING



SURAT KEPUTUSAN
REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
NOMOR : 38 TAHUN 2021
TENTANG

PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING PENULISAN SKRIPSI MAHASISWA

REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

- Menimbang : a. bahwa demi kelancaran proses penyusunan dan penulisan skripsi bagi mahasiswa strata S1, maka dipandang perlu dibentuk Pembimbing Penyusunan dan penulisan skripsi.
- Mengingat : b. bahwa untuk menjamin terlaksananya tugas Dosen Pembimbing sebagaimana dimaksud dalam butir a di atas maka perlu ditetapkan melalui surat Keputusan Rektor.
1. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Presiden RI Nomor 141 Tahun 2014 tentang Perubahan STAIN Palopo Menjadi IAIN Palopo;
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 5 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Palopo.
- Memperhatikan : Penunjukan Pembimbing Dari Ketua Prodi
- MEMUTUSKAN
- Menetapkan : KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO TENTANG PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING PENYUSUNAN DAN PENULISAN SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM S1 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
- Pertama : Mengangkat mereka yang tersebut namanya pada lampiran surat keputusan ini sebagaimana yang tersebut pada alinea pertama huruf (a) di atas.
- Kedua : Tugas Dosen Pembimbing Penyusunan dan Penulisan Skripsi adalah : membimbing, mengarahkan, mengoreksi, serta memantau penyusunan dan penulisan skripsi mahasiswa berdasarkan panduan penyusunan skripsi dan pedoman akademik yang ditetapkan pada Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Ketiga : Segala biaya yang timbul sebagai akibat ditetapkannya Surat Keputusan ini dibebankan kepada DIPA IAIN PALOPO TAHUN 2021.
- Keempat : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkannya dan berakhir setelah kegiatan pembimbingan atau penulisan skripsi mahasiswa selesai, dan akan diadakan perbaikan seperlunya jika terdapat kekeliruan didalamnya.
- Kelima : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya

Ditetapkan di : Palopo
Pada tanggal : 07 Juni 2021



Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,

Tembusan :

1. Kabiرو AUAK;
2. Mahasiswa yang bersangkutan;
3. Pertiinggal.

LAMPIRAN : SURAT KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO NO : 38 TAHUN 2021
TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING PENYUSUNAN DAN PENULISAN SKRIPSI
MAHASISWA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO

- I. Nama Mahasiswa : Allegra Rusman
NIM : 17 0402 0220
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
- II. Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Yang efektif Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah
Produk Tabungan di Tengah Pandemi Covid 19
- III. Pembimbing Utama : Nurul Khaerani Abduh, S.Pd., M.Pd

Palopo, 07 Juni 2021

Rektor
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,



SURAT KETERANGAN PENGUJI



SURAT KEPUTUSAN
REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
NOMOR : 316 TAHUN 2022
TENTANG

PENGANGKATAN DOSEN PENGUJI SKRIPSI TUGAS AKHIR MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO

REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

- Menimbang : a. bahwa demi kelancaran proses pengujian seminar hasil dan ujian munaqasyah bagi mahasiswa Program S1, maka dipandang perlu dibentuk Dosen Penguji Seminar Hasil dan Ujian Munaqasyah;
- b. bahwa untuk menjamin terlaksananya tugas Dosen Penguji Seminar Hasil dan Ujian Munaqasyah sebagaimana dimaksud dalam butir a di atas, maka perlu ditetapkan melalui surat Keputusan Rektor.
- Mengingat : 1. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Presiden RI Nomor 141 Tahun 2014 tentang Perubahan STAIN Palopo Menjadi IAIN Palopo;
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 5 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Palopo.
- Memperhatikan : Penunjukan Penguji dari Ketua Prodi
- MEMUTUSKAN
- Menetapkan : KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO TENTANG PENGANGKATAN DOSEN PENGUJI TUGAS AKHIR MAHASISWA PROGRAM S1 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
- Pertama : Mengangkat mereka yang tersebut namanya pada lampiran surat keputusan ini sebagaimana yang tersebut pada alinea pertama huruf (a) di atas.
- Kedua : Tugas Dosen Penguji Seminar Hasil dan Ujian Munaqasyah adalah : mengoreksi, mengarahkan, menilai/ mengevaluasi dan menguji kompetensi dan kemampuan mahasiswa berdasarkan skripsi yang diajukan serta memberi dan menyampaikan hasil keputusan atas pelaksanaan ujian skripsi mahasiswa berdasarkan pertimbangan tingkat penguasaan dan kualitas penulisan karya ilmiah dalam bentuk skripsi.
- Ketiga : Segala biaya yang timbul sebagai akibat ditetapkannya Surat Keputusan ini dibebankan kepada DIP A IAIN PALOPO TAHUN 2022.
- Keempat : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal di tetapkannya dan berakhir setelah kegiatan pengujian munaqasyah selesai, dan akan diadakan perbaikan seperlunya jika terdapat kekeliruan di dalamnya.
- Kelima : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Palopo
Pada Tanggal : 25 April 2022



Tembusan :

1. Kabiro AUAK;
2. Mahasiswa yang bersangkutan
3. Peringgal

LAMPIRAN : SURAT KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO NOMOR : 316 TAHUN 2022
TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PENGUJI TUGAS AKHIR MAHASISWA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO

- I. Nama Mahasiswa : Allegra Rusman
NIM : 17.0402.0200
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
- II. Judul Skripsi : **Strategi Pemasaran yang Efektif dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Bank BSI Kota Palopo di Tengah Pandemi Covid-19.**
- III. Tim Dosen Penguji :
- Ketua Sidang : Dr. Hj. Ramlah M, M.M.
Sekretaris : Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.
Penguji Utama (I) : Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.Ek.
Pembantu Penguji (II) : Akbar Sabani, M.EI.

Palopo, 25 April 2022



Rektor
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

NOTA DINAS PEMBIMBING

Nurul Khairani Abduh, S.Pd., M.Pd

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp : :

Hal : Skripsi an. Allegra Rusman

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Di

Palopo

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan baik dari segi isi, bahasa mau pun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

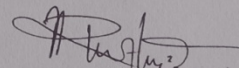
Nama	: Allegra Rusman
NIM	: 17 0402 0200
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi	: Perbankan Syariah
JudulSkripsi	: Strategi Pemasaran yang Efektif dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Bank BSI KCP Ratulangi Palopo di Tengah Pandemi COVID-19.

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak di ajukan untuk diujikan pada ujian *Munaqasyah*

Demikian di sampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Nurul Khairani Abduh, S.Pd., M.Pd
Tanggal:

NOTA DINAS PENGUJI

Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., M.A., Ek
Akbar Sabani, S.EI., M.E

NOTA DINAS PENGUJI

Palopo, Oktober 2022

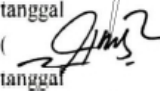
Lamp :
Hal : Skripsi an. Allegra Rusman
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo
Di
Palopo
Assalamu'alaikum Wr. Wb
Setelah melakukan bimbingan baik dari segi isi, bahasa mau pun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:
Nama : Allegra Rusman
NIM : 17 0402 0200
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
JudulSkripsi : Strategi Pemasaran yang Efektif dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Bank BSI KCP Ratulangi Palopo di Tengah Pandemi COVID-19.

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak di ajukan untuk diujikan pada ujian *Munaqasyah*

Demikian di sampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

1. Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., M.A., Ek
Penguji I
2. Akbar Sabani, S.EI., M.E
Penguji II
3. Nurul Khairani Abduh, S.Pd., M.Pd
Pembimbing/Penguji

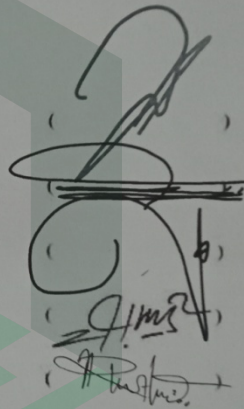
()
tanggal
()
tanggal
()
tanggal

PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGUJI

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul "Strategi Pemasaran yang Efektif dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Bank BSI KCP Ratulangi Palopo di Tengah Pandemi Covid-19" yang ditulis oleh Allegra Rusman NIM 17 0402 0200, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Rabu tanggal 12 Oktober 2022 telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *munaqasyah*.

1. Dr. Takdir, SH., MH.
Ketua Sidang
2. Dr. Muh.Ruslan Abdullah,S.EI.,M.A.
Sekretaris Sidang
3. Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., M.A.,Ek
Penguji I
4. Akbar Sabani, S.EI.,M.E
Penguji II
5. Nurul Khairani Abduh, S.Pd., M.Pd
Pembimbing



NOTA DINAS VERIFIKASI

TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO

NOTA DINAS

Lamp. : 1 (satu) Skripsi
Hal : Skripsi An. Allegra Rusman

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di

Palopo

Assalamu'alaikum wr. wb

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN
Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut:

Nama : Allegra Rusman
NIM : 17 0402 0200
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran yang Efektif dalam Meningkatkan
Jumlah Nasabah Produk Tabungan Bank BSI KCP Ratulangi
Palopo di Tengah Pandemi COVID-19

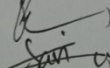
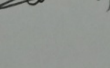
Menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi sebagai berikut:

1. Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam *Buku Pedoman Penulis Skripsi, Tesis dan Artikel Ilmiah* yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo
2. Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagaimana diatur dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia

Demikian di sampaikan untuk proses selanjutnya

Wassalamu'alaikum wr. wb

Tim Verifikasi

1. Hendra Safri, S.E., M.M. ()
Tanggal
2. Purnama Sari, S.E. ()
Tanggal 27/11/2022

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

SURAT KETERANGAN

PT. Bank BSI KCP Ratulangi Palopo, dengan ini menerangkan bahwa:

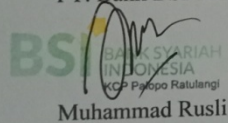
Nama : Allegra Rusman
NIM : 17 0402 0200
Jurusan : Perbankan Syariah
Universitas : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Telah melaksanakan penelitian/riset di PT. BANK BSI KCP Ratulangi Palopo dengan judul skripsi “Strategi Pemasaran yang Efektif dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Bank BSI KCP Ratulangi Palopo di Tengah Pandemi Covid-19”.

Demikian surat keterangan yang dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 03 November 2022

PT. Bank BSI KCP Ratulangi Palopo


Muhammad Rusli

SURAT IZIN PENELITIAN


1 2 0 2 2 1 9 0 0 9 0 1 9 6

PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Alamat : Jl. K.H.M. Hasyim No.5 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Telpun : (0471) 326048

ASLI

IZIN PENELITIAN
NOMOR : 196/IP/DPMTSP/III/2022

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2020 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Walikota Palopo Nomor 34 Tahun 2019 tentang Penetapan Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan dan Non Perizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Kota Palopo dan Kewenangan Perizinan dan Non Perizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Yang Diberikan Pelimpahan Wewenang Walikota Palopo Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama	: ALLEGRA RUSMAN
Jenis Kelamin	: Perempuan
Alamat	: Jl. Tokasirang Kota Palopo
Pekerjaan	: Mahasiswa
NIM	: 17 0402 0200

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

STRATEGI PEMASARAN YANG EFEKTIF DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN BANK BSI KOTA PALOPO DI TENGAH PANDEMI COVID-19

Lokasi Penelitian	: BANK SYARIAH INDONESIA KCP PALOPO RATULANGI
Lamanya Penelitian	: 09 Maret 2022 s.d. 09 Mei 2022

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo
Pada tanggal : 10 Maret 2022
Plt. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP

MUH. IHSAN ASHARUDDIN, S.STP, M.Si
Pangkat : Pembina Tk.I
NIP : 19780611 199612 1 001

Tembusan :

1. Kepala Badan KesbangProv. Sul-Sel;
2. Walikota Palopo;
3. Dinsur 1403 SWG;
4. Kapidres Palopo;
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo;
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo;
7. Kepala Dinas PTSP untuk dilaksanakan penelitian

HASIL CEK TURNITIN

Skripsi Allegra fix UT parafrase11

ORIGINALITY REPORT

24%

SIMILARITY INDEX

23%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.iainpalopo.ac.id	7%
Internet Source		
2	e-jurnal.stitqi.ac.id	1%
Internet Source		
3	eprints.walisongo.ac.id	1%
Internet Source		
4	repository.radenintan.ac.id	1%
Internet Source		
5	journal.umpo.ac.id	1%
Internet Source		
6	Submitted to Universitas Ibn Khaldun	1%
Student Paper		
7	Submitted to iGroup	<1%
Student Paper		
8	repository.iainpurwokerto.ac.id	<1%
Internet Source		
9	Submitted to Universiti Malaysia Kelantan	<1%
Student Paper		

10	digilib.iain-palangkaraya.ac.id	<1%
Internet Source		
11	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya	<1%
Student Paper		
12	id.123dok.com	<1%
Internet Source		
13	etd.iain-padangsidempuan.ac.id	<1%
Internet Source		
14	Indah Ussania, Nuri Aslami. "Saluran Distribusi Pemasaran Asuransi", Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan dan Agama Islam, 2022	<1%
Publication		
15	digilibadmin.unismuh.ac.id	<1%
Internet Source		

TES MEMBACA DAN MENULIS AL-QURAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JL. Bitti Telp (0471) 22076 Balandai - Kota Palopo
Email: febi@iainpalopo.ac.id; Website: <http://febi.iainpalopo.ac.id/>

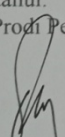
SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini Dosen Penguji dan Ketua Program Studi Perbankan Syariah, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut membaca dan menulis al-Qur'an dengan kurang/~~baik~~/~~lancar~~.

Nama : Allegra Rusman
NIM : 17 0402 0200
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

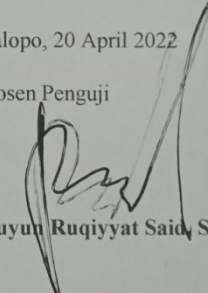
Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui:
Ketua Prodi Perbankan Syariah


Hendra Safri, S.E., M.M.

Palopo, 20 April 2022

Dosen Penguji


Yuyun Ruqiyat Said, S.Pd., M.Pd.

**coret yang tidak sesuai dengan kemampuan mahasiswa*

SERTIFIKAT MAHAD



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

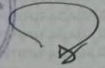
Syahadah

Nomor : In.19/PP/UPT/MAHAD AL-JAMI'AH/ 0516 /VII/2018

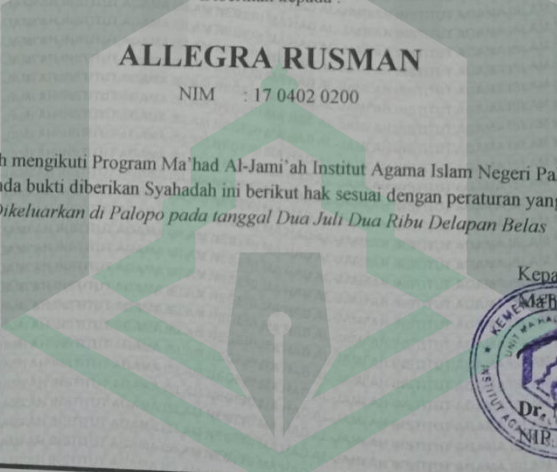
Diberikan kepada :

ALLEGRA RUSMAN
NIM : 17 0402 0200

Setelah mengikuti Program Ma'had Al-Jami'ah Institut Agama Islam Negeri Palopo
Sebagai tanda bukti diberikan Syahadah ini berikut hak sesuai dengan peraturan yang berlaku
Dikeluarkan di Palopo pada tanggal Dua Juli Dua Ribu Delapan Belas


Rektor IAIN Palopo
Dr. Abdul Pirol, M.Ag.
NIP 19691104 199403 1 004


Kepala Unit
Ma'had Al-Jami'ah IAIN Palopo
Dr. Mardhi Takwim, M.HI
NIP 196803 199803 1 005





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

TRANSKRIP NILAI
MAHASISWA PROGRAM MA'HAD AL-JAMI'AH

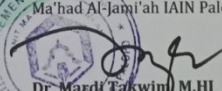
NAMA : ALLEGRA RUSMAN
NIM : 17 0402 0200
FAK/PRODI : PBS F

NO	MATA KULIAH	SEMESTER	NILAI	
			ANGKA	HURUF
1	MEMBACA TULIS DAN AL-QUR'AN	I	70	B-
2	AQIDAH AKHLAK	I	90	A
3	PENGAMALAN SUNNAH	II	88	A-
4	MEMBACA TULIS DAN AL-QUR'AN	II	80	B+
5	TEORI DAN PRAKTIK IBADAH	II	81	B+
JUMLAH			409	
RATA-RATA			81,80	

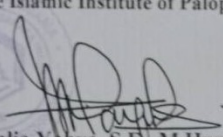
Predikat Kelulusan : ~~Amat Baik~~ / Baik / Cukup / Kurang

Palopo, 2 Juli 2018

Kepala Unit
Ma'had Al-Jami'ah IAIN Palopo


Dr. Mardiyatun M.HI
NIP.1968031998031005

SERTIFIKAT TOEFL

 IAIN PALOPO	
ENGLISH LANGUAGE EDUCATION STUDY PROGRAM TARBIYAH AND TEACHER TRAINING FACULTY STATE ISLAMIC INSTITUTE OF PALOPO	
CERTIFICATE OF ACHIEVEMENT	
<i>This is to certify that</i>	
ALLEGRA RUSMAN	
Date of Birth : March 24 th , 1999	Native Language : Indonesia Sex : F
<i>Achieved the following scores on the</i>	
TOEFL PREDICTION Test	
Listening Comprehension	: 41
Structure & Written Expression	: 41
Reading Comprehension	: 36
Total	: 393
At : Palopo	The Head of English Education Study Program
Date : September 4 th , 2021	State Islamic Institute of Palopo
No : / TOE-PRE/PBI/IAIN-PLP/2021	 Amalia Yahya, S.E., M.Hum. Nip. 19771013 200501 2 006

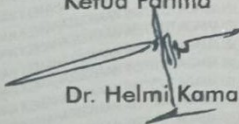
SERTIFIKAT PBAK


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
PANITIA PELAKSANA PENGENALAN BUDAYA AKADEMIK DAN KEMAHASISWAAN
Jln. Agatis Kelurahan Balandi Kota Palopo, Telp. 0471-22075 Fax. 0471-325195

Sertifikat
Nomor: 043/SC/PBAK/IAIN/PLP/08/2017
Diberikan Kepada:


ALLEGRA RUSMAN

Sebagai **Peserta** pada kegiatan Pengenalan Budaya Akademik dan Kemahasiswaan (PBAK) Institut Agama Islam Negeri Palopo tahun akademik 2017/2018 yang dilaksanakan pada tanggal 26 s.d 28 Agustus 2017 dan dinyatakan **Lulus**.

Ketua Panitia

Dr. Helmi Kamal, M.HI.

Mengetahui;
Rektor

Dr. Abdul Pirol, M.Ag.

Palopo, 29 Agustus 2017
Presiden Badan Eksekutif Mahasiswa

Fikri Kusim



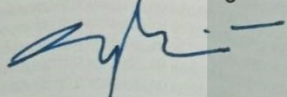

MATERI PENGENALAN BUDAYA AKADEMIK DAN KEMAHASISWAAN (PBAK)
"Membangun Mahasiswa yang Religius, Unggul, dan Patriotik"

26 - 28 Agustus 2017

No.	Narasumber	Materi	Volume
1	Dr. Abdul Pirol, M.Ag.	Profil IAIN Palopo	2 JPL
2	Kapolres Palopo	Membangun Generasi Muda yang Berintegritas dan Cinta Tanah Air	2 JPL
3	Prof. Dr. H. M. Said Mahmud, Lc., M.A.	Ma'had al-Jāmi'ah dan Pembinaan Akhlak al-Karimah Mahasiswa	2 JPL
4	Dr. Abbas Langaji, M.Ag.	Profil Mahasiswa Unggulan, Inovasi, dan Sekilas tentang PPS IAIN Palopo	2 JPL
5	Fikram Kasim	Materi Kemahasiswaan: Peran Mahasiswa dalam Kehidupan Sosial dan Kebangsaan	2 JPL
Jumlah			10 JPL

Palopo, 29 Agustus 2017

Koordinator Steering Committee,


 Dr. Muhaemin, M.A.

Koordinator Lapangan,


 Dr. Baso Hasyim, M.Sos.I.



TRANSKIP NILAI



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

(IAIN) PALOPO

TRANSKRIP PRESTASI AKADEMIK

DIBERIKAN KEPADA

NAMA : ALLEGRA RUSMAN
NIM : 17 0402 0200

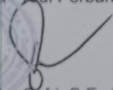
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PRODI : Perbankan syariah

No	Nama Mata Kuliah	Nilai (N)	Kredit (K)	N x K	Ket
1	TAUHID	3,00	2	6,00	B
2	BAHASA ARAB	3,00	2	6,00	B
3	BAHASA INDONESIA	3,25	2	6,50	B+
4	BAHASA INGGRIS	3,50	2	7,00	A-
5	PENDIDIKAN KEWARGAAN	4,00	2	8,00	A+
6	METODE BACA TULIS AL-QURAN	3,75	2	7,50	A
7	TEKNIK PENULISAN KARYA ILMIAH	3,75	2	7,50	A
8	STUDI ISLAM DAN KEARIFAN LOKAL	3,50	2	7,00	A-
9	TEORI DAN PRAKTEK DAKWAH	3,25	2	6,50	B+
10	PENGANTAR FILSAFAT	3,50	2	7,00	A-
11	EKONOMI WILAYAH DAN KEARIFAN LOKAL	3,25	2	6,50	B+
12	PENGANTAR FIQHI DAN USHUL FIQHI	2,75	2	5,50	B-
13	DASAR-DASAR EKONOMI ISLAM	3,75	3	11,25	A
14	PENGANTAR AKUNTANSI SYARIAH	3,00	3	9,00	B
15	TAFSIR AYAT DAN HADIS EKONOMI	3,00	3	9,00	B
16	ULUMUL HADIS	3,25	2	6,50	B+
17	ULUMUL QURAN	3,50	2	7,00	A-
18	PENGANTAR BANK SYARIAH	3,50	3	10,50	A-
19	PENGANTAR MANAJEMEN	3,25	3	9,75	B+
20	SEJARAH PEMIKIRAN EKONOMI ISLAM	3,75	3	11,25	A
21	FIQHI MUAMALAT	3,50	2	7,00	A-
22	AKUNTANSI SYARIAH	3,25	2	6,50	B+
23	ETIKA BISNIS ISLAM	3,00	3	9,00	B
24	MATEMATIKA KEUANGAN	2,25	3	6,75	C
25	TEORI EKONOMI MIKRO ISLAM	3,50	3	10,50	A-
26	ASPEK HUKUM PERBANKAN SYARIAH	3,75	2	7,50	A
27	ENGLISH FOR BANKING & FINANCE	3,75	2	7,50	A
28	LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH	3,00	2	6,00	B
29	PENGANTAR PERPAJAKAN	3,75	2	7,50	A
30	KEWIRUSAHAAN	3,00	3	9,00	B
31	FIQHI MUAMALAT KONTEMPORER	3,25	3	9,75	B+
32	MAGANG 1	3,75	2	7,50	A
33	TEORI EKONOMI MAKRO ISLAM	3,25	3	9,75	B+
34	MANAJEMEN KEUANGAN	3,25	3	9,75	B+
35	MANAJEMEN INVESTASI BANK SYARIAH	3,75	3	11,25	A
36	APLIKASI KOMPUTER PERBANKAN SYARIAH	3,75	3	11,25	A
37	ISU-ISU PERBANKAN DAN LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH	3,50	2	7,00	A-
38	PEREKONOMIAN INDONESIA	2,75	3	8,25	B-
39	EKONOMI ZAKAT DAN WAKAF	3,75	2	7,50	A

40	UANG DAN BANK	3,50	2	7,00	A-
41	AKUNTANSI PERBANKAN SYARIAH	3,75	3	11,25	A
42	MANAJEMEN RESIKO BANK SYARIAH	4,00	3	12,00	A+
43	MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA	2,25	3	6,75	C
44	STATISTIK BISNIS	3,50	3	10,50	A-
45	AKUNTANSI MANAGERIAL	3,00	3	9,00	B
46	METODE PENELITIAN EKONOMI	3,50	3	10,50	A-
47	STUDI KELAYAKAN BISNIS	2,75	3	8,25	B-
48	MANAJEMEN PEMASARAN PERBANKAN SYARIAH	3,75	2	7,50	A
49	MANAJEMEN TREASURY BANK SYARIAH	3,75	2	7,50	A
50	SISTEM INFORMASI PERBANKAN SYARIAH	3,75	3	11,25	A
51	PERILAKU ORGANISASI	3,50	2	7,00	A-
52	ANALISIS LAPORAN KEUANGAN BANK SYARIAH	3,50	3	10,50	A-
53	EKONOMETRIKA	3,75	3	11,25	A
54	MANAJEMEN STRATEGIK	3,75	3	11,25	A
55	MAGANG 2	3,75	2	7,50	A
56	KULIAH KERJA NYATA	4,00	4	16,00	A+
57	KOMPREHENSIF	3,25	2	6,50	B+
58	SKRIPSI			0,00	0
			143	486,00	

Indeks Prestasi Kumulatif : 3,40
Jumlah Kredit : 143

Palopo, 24 Juni 2022
Ketua Prodi Perbankan Syariah


Hendra Safri, S.E., M.M.
NIP. 19861020 201503 1 001

KETERANGAN BEBAS MATA KULIAH



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
Jalan Bitti Kota Palopo 91914 Telepon 085243175771
Email: febi@iainpalopo.ac.id; Website: <https://febi.iainpalopo.ac.id/>

SURAT KETERANGAN

NOMOR: B 127 /In.19/FEBI.04/KS.02/PBS/02/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa mahasiswa (i) :

Nama : Allegra Rusman
NIM : 17 0402 0200
Program Studi : Perbankan Syariah

benar telah mengikuti perkuliahan sesuai dengan kurikulum program studi perbankan syariah dan dinyatakan bebas mata kuliah yang diprogramkan sejak semester I tahun akademik 2017/2018 s.d semester VII tahun akademik 2020/2021 berdasarkan data nilai prodi.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 07 Februari 2022
Ketua Prodi Perbankan Syariah

Hendra Safri, S.E., M.M.

KETERANGAN LUNAS

SPP



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Bitti Kota Palopo 91914 Telepon/HP 085243175771
Email: febi@iainpalopo.ac.id; Website: <https://febi.iainpalopo.ac.id/>

SURATKETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Saepul, S.Ag., M. Pd.I
NIP : 19720715 200604 1 001
Jabatan : Kepala Bagian Tata Usaha
Unit Kerja : FEBI IAIPalopo

menerangkan bahwa:

Nama : ALLEORA RUSMAN
NIM : 17 0402 0200
Semester/Prodi : X1/PBS
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Yang bersangkutan benar telah melunasi pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT) semester I s/d X1.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 26 SEPTEMBER 2022
an. Dekan
Kepala Bagian Tata Usaha

Saepul, S.Ag., M. Pd.I
NIP19720715 200604 1001

SLIP PEMBAYARAN

BANK BRI
Melayani Dengan Setulus Hati

EXP: 01/06/23 PB

MM FASHION
JL. DR. RATULANGI
PALOPO KOT.

TERMINAL ID : 26246682
MERCHANT ID : 000001370242094
ATM DEBIT
26/09/2022 08:59:23
522184XXXXXX6719 (Chip)

TRACE# 010273 APPR. CODE :
LOTCH# 000001 REF NO. 000002460813

PEMBAYARAN BRIVA

NO BRIVA : 7199811704020200
INSTITUSI : IAIN Palopo
NAMA PELANGGAN : ALLEGRA RUSMAN
PETERANGAN : 1704020200_1300000_1
TAGIHAN : RP 1.300.000
PEMBAYARAN : RP 1.300.000
ADMIN BANK : RP 2.500
TOTAL PEMBAYARAN : RP 1.302.500

BERHASIL

Informasi Lebih Lanjut, Silakan Hubungi
CONTACT BRI di 14017 atau 1500017

BRI

--Customer Copy--

*** Terima Kasih ***

02021.1.0.0.1 333-275-258

RIWAYAT HIDUP



Allegra Rusman, lahir di Sorowako pada tanggal 24 Maret 1999. Penulis merupakan anak kedua dari Tiga bersaudara dari pasangan seorang ayah yang bernama Rusman dan ibu Irma Kasim. Saat ini, penulis bertempat tinggal di desa Magani, Kec. Nuha, Kab. Luwu Timur.

Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2011 di SD Negeri 252 Nikkel. Kemudian ditahun yang sama menempuh pendidikan di SMP Negeri 1 Nuha hingga tahun 2014. Selanjutnya menempuh pendidikan di SMA Negeri 1 Nuha hingga tahun 2017. Setelah lulus SMA, penulis melanjutkan pendidikan di Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Demikian riwayat hidup penulis.

Contact person penulis: Allegrarusman0200@iainpalopo.ac.id