

**PERAN PROMOSI PRODUK TERHADAP PERKEMBANGAN
BANK BRI SYARIAH DI KOTA PALOPO**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Meraih Gelar Sarjana Perbankan Syariah (SE)
Pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh :

INDRA ALDIANSYAH AMIR
NIM 13.16.15.0037

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PALOPO
2017

**PERAN PROMOSI PRODUK TERHADAP PERKEMBANGAN
BANK BRI SYARIAH DI KOTA PALOPO**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Meraih Gelar Sarjana Perbankan Syariah (SE)
Pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh :

Indra Aldiansyah Amir
NIM 13.16.15.0037

Dibimbing Oleh :

1. Dr. H. Muammar Arafat, M.H.
2. DR. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag.

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PALOPO
2017**

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “**Peran Promosi Pruduk Terhadap Perkembangan Bank BRI Syariah di Kota Palopo**” Yang di tulis oleh **Indra Aldiansyah Amir**, dengan NIM **12.16.15.0037** Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, yang *dimunaqasyahkan* pada hari Selasa **25 April 2017** bertepatan dengan **28 Rajab 1438 H**, sesuai dengan catatan dan permintaan tim penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 25 April 2017
27 Rajab 1438 H

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M. Ketua Sidang (.....)
2. Dr. Takdir, S.H., M.H. Sekertaris Sidang (.....)
3. Dr. Rahmawati, M.Ag. Penguji I (.....)
4. Muzayyanah Jabani, ST., MM. Penguji II (.....)
5. Dr. H. Muammar Arafat, M.H. Pembimbing I (.....)
6. Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag. Pembimbing II (.....)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah

Dr. Hj. Ramlah. M, M.M
NIP 196102081994032001

Zainuddin S. SE., M.AK
NIP 19771018 2006041 001

ABSTRAK

Nama Penyusun : INDRA ALDIANSYAH AMIR
NIM : 13.16.15.0037
Judul skripsi : Peran Promosi Produk Terhadap Perkembangan Bank BRI Syariah di Kota Palopo

Kata Kunci : Promosi Produk, Perkembangan Bank

Skripsi ini membahas tentang Peran Promosi Produk Terhadap Perkembangan Bank BRI Syariah di Kota Palopo. Adapun yang menjadi pokok permasalahannya adalah bagaimana peran promosi yang dilakukan Bank BRI Syariah dalam memperkenalkan produk-produknya, dan bagaimana perkembangan bank BRI Syariah yang ada di kota palopo, dan kendala, serta solusi yang dihadapi Bank BRI Syariah dalam mempromosikan produk-produknya kepada masyarakat.

Metode penelitian ini menggunakan metode pendekatan sosiologis dengan penelitian kualitatif melalui tehnik observasi, *interview* (wawancara), dan dokumentasi yang kemudian menganalisa data dengan deskriptif yaitu dengan cara mengumpulkan data yang diperoleh melalui hasil wawancara, catatan lapangan, dan lembar observasi kemudian data tersebut di paparkan, di bahas dan disimpulkan berdasarkan pokok permasalahan yang dibahas. Dalam pengumpulan data melibatkan pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini salah satunya wawancara dengan *Account Officer* Bank BRI Syariah KCP Palopo.

Berdasarkan hasil penelitian penyusun dapat menyimpulkan bahwa Bank BRI Syariah mempromosikan produknya dengan menggunakan metode promosi *advertising* (periklanan), yang dilakukan melalui berbagai media seperti: pemasangan *Biilboard* (papan nama), membagikan brosur di masyarakat, pemasangan spanduk dilokasi yang strategis, melalui koran, BBM, Facebook, majalah. Publisitas yang dilakukan dengan menjadi sponsorship di setiap acara yang berkaitan dengan dunia perbankan. Penjualan pribadi yang dilakukan oleh pegawai bank dimulai didalam keluarga, ke teman dekat lalu ke masyarakat luas. Adapun kendala yang ditemukan dalam mempromosikan produk-produknya yaitu: kurangnya komunikasi antara masyarakat, pemahaman masyarkat tentang bank syariah masih kurang, sumber daya manusia terbatas, waktu terbatas, dalam mempengaruhi dan meyakinkan nasabah

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Indra Aldiansyah Amir
NIM : 13.16.15.0037
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan 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 skripsi ini adalah karya saya sendiri, kutipan yang ada ditunjukkan sumbernya, segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya, bilamana di kemudian hari terbukti saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, 01 Mei 2017

Yang membuat pernyataan

INDRA ALDIANSYAH AMIR
NIM. 13.16.15.0037

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penyusun panjatkan dan persembahkan kehadiran Allah swt. Berkat rahmat, hidayah dan pertolongan-Nya atas selesainya penyusunan skripsi ini. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memenuhi penyelesaian studi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) program studi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak menerima masukan, bantuan, bimbingan, petunjuk-petunjuk, dan dorongan dari berbagai pihak yang kesemuanya ini sangat membantu penulis dalam rangka menyusun skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik. Oleh sebab itu, melalui kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga kepada Kedua orang tuaku, Ayahanda Amir Baharuddin serta Ibunda Harniati, yang senantiasa mendoakanku agar menjadi orang yang berguna, dan kakak serta adikku yang tercinta, serta ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Abdul Pirol, M.Ag., selaku Rektor IAIN Palopo dan Bapak Dr. Rustan S,M.Hum, selaku Wakil Rektor I, Bapak Dr. Ahmad Syarief, SE.MM., selaku Wakil Rektor II. Dan Bapak Dr. Hasbi, M.Ag., selaku Wakil Rektor III IAIN Palopo.
2. Dr. Hj. Ramlah Makulasse, MM., selaku Dekan Fakultas FEBI, Wakil Dekan I, Dr. Takdir, SH., MH., Wakil Dekan II, Dr. Rahmawati, M.Ag., dan Wakil Dekan III, Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag.,

3. Zainuddin S. SE., M.Ak., selaku ketua Prodi Perbankan Syariah dan beserta para dosen, asisten dosen Prodi Perbankan Syariah yang selama ini banyak memberikan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Perbankan Syariah.
4. Dr. H.Muammar Arafat, M.H., selaku Pembimbing I dan Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag., selaku pembimbing II yang senantiasa memberikan semangat khususnya pada saat penyusunan skripsi ini.
5. Dr. Rahmawati, M.Ag., selaku penguji I dan Muzzayanah Jabani, ST., MM., selaku penguji II yang memberikan saran dan masukan yang bermanfaat.
6. Pimpinan BRI Syariah Kota Palopo beserta staf-stafnya yang banyak membantu dan mendukung sehingga penyusun dapat merampungkan penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh rekan-rekan mahasiswa Prodi Perbankan Syariah yang bersama-sama telah banyak melewati suka duka selama kuliah di IAIN Palopo. Semua pihak yang berkenan memberikan bantuan baik materil maupun moril hingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktunya.

Akhirnya penyusun berdoa kepada Allah swt. Semoga segala bantuan yang telah diberikan bernilai ibadah di sisi-Nya. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi agama, bangsa dan negara, *Amin*.

Palopo, 17 April 2017

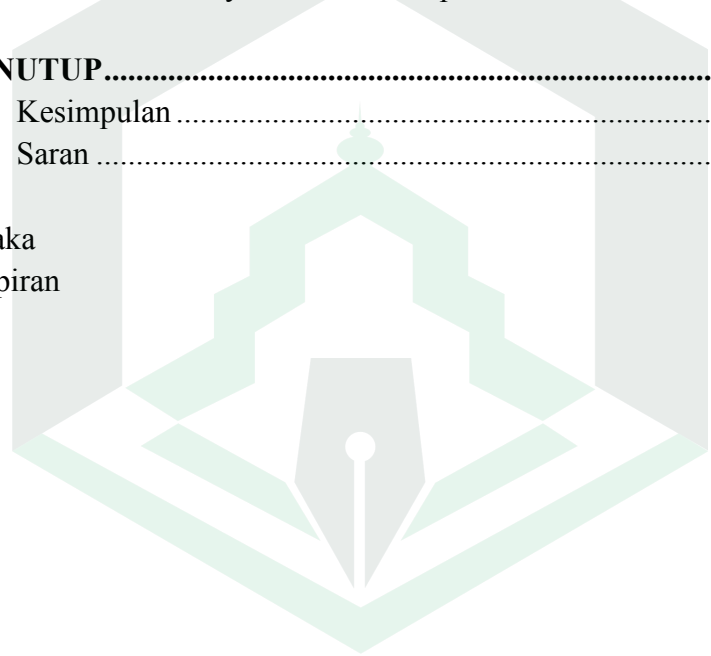
Penulis,

Indra Aldiansyah Amir

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	
Halaman Judul	
Pengesahan Skripsi	
Pernyataan Keaslian Skripsi.....	i
Persetujuan Penguji.....	ii
Nota Dinas Penguji	iii
Persetujuan Pembimbing.....	v
Nota Dinas Pembimbing	vii
Daftar Isi.....	viii
Prakata.....	x
Abstrak	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Definisi Operasional Variabel	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan	12
B. Pengertian Bank.....	13
C. Dasar Hukum Bank Syariah	17
D. Pengertian Promosi	20
E. Produk-Produk Bank Syariah	30
F. Perkembangan Bank Syariah di Indonesia	33
G. Kerangka Pikir	36
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	39
B. Lokasi Penelitian.....	41
C. Informan/Subjek Penelitian	41
D. Variabel Penelitian.....	41
E. Sumber Data	42
F. Teknik Pengumpulan Data.....	42

G. Analisis Data.....	44
H. Pengecekan Keabsahan Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Sejarah Umum BRI Syariah.....	47
B. Visi dan Misi Bank BRI Syariah Palopo.....	48
C. Struktur Organisasi Bank BRI Syariah Palopo	49
D. Perkembangan Bank BRI Syariah di Kota Palopo.....	54
E. Peran Promosi Produk Bank BRI Syariah di Kota Palopo	58
F. Kendala dan Solusi Yang Dihadapi Bank BRI Syariah Dalam Mempromosikan Produk-Produknya di Kota Palopo	62
G. Produk-Produk BRI Syariah KCP Palopo	63
BAB V PENUTUP.....	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran	71
Daftar Pustaka	
Daftar Lampiran	



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam memandang aktivitas keuangan dan perbankan sebagai wahana atau tempat menyimpan dana bagi masyarakat. Kehadiran bank syariah di tengah-tengah perbankan konvensional adalah untuk menawarkan sistem perbankan alternatif bagi umat Islam yang membutuhkan atau ingin memperoleh layanan jasa perbankan.

Pesatnya pendirian dan perkembangan bank syariah di dunia telah memberikan alternatif baru bagi konsumen pengguna jasa perbankan untuk menikmati produk-produk perbankan dengan metode nonbunga.¹ Perbankan syariah mempunyai peran yang sangat strategis dalam upaya pengembangan ekonomi kerakyatan karena bank syariah berorientasi pada manfaat bukan pada maksimalisasi keuntungan semata.

Transaksi di bank syariah juga rill bukan spekulatif, kemitraan yang dibangun bukan debitor-kreditor, dan yang paling penting ialah bank syariah memberlakukan uang sebagai instrument bukan komoditas.

Indonesia sebagai negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam terbesar di dunia juga telah merasakan kebutuhan akan adanya bank yang diharapkan dapat memberikan kemudahan-kemudahan dan jasa-jasa perbankan kepada semua umat Islam dan penduduk di Indonesia yang beroperasi tanpa riba.

¹ Edy Wibowo dan Untung Hendy Widodo, *Mengapa Memilih Bank Syariah*, (Cet. 1; Bogor : Ghalia Indonesia, 2005),h.10.

Dekade tahun 1970-an umat Islam di berbagai Negara telah berusaha untuk mendirikan bank-bank Islam. Tujuan pendirian bank-bank syariah ini pada umumnya adalah untuk mempromosikan dan mengembangkan aplikasi dan prinsip-prinsip Islam, syariah dan tradisinya ke dalam transaksi keuangan, perbankan, dan bisnis-bisnis lain yang terkait.²

Selain itu, dalam satu dekade terakhir ini pasar keuangan seluruh dunia telah mengalami perubahan mendasar. Pasar modal mengalami perkembangan yang sangat pesat, baik dalam volume, nilai transaksi maupun jenis-jenis instrument yang diperdagangkan.³ Sebagai bagian dari suatu lembaga yang berdasarkan syariat Islam, bank syariah harus berusaha untuk membantu umat Islam agar mempunyai akses di pasar keuangan dan pasar modal tanpa terlibat kepada unsur-unsur aktivitas yang tidak dibenarkan oleh syariah Islam.

Pelayanan perbankan syariah merupakan gabungan antara aspek moral dan aspek bisnis. Dalam operasionalnya selalu bertujuan untuk mendapatkan profit dan terbebas dari unsur perjudian (*intended speculation, maysir*), ketidakjelasan atau manipulatif (*gharar*), dan riba. Oleh karena itu, bank syariah hanya bertransaksi dan melakukan investasi pada bidang usaha yang halal, dan operasionalnya harus sesuai dengan arahan Dewan Pengawas Syariah.

Landasan utama perbankan syariah adalah keyakinan, kebebasan, kejujuran dan kegigihan untuk meraih sukses. Sedangkan penentu utamanya adalah sumber dana, sumber daya manusia, mitra usaha, dan perkembangan teknologi.

² Zainul Arifin, *Memahami Bank Syariah Lingkup, Peluang, Tantangan dan Prospek*, (Cet. 3; Jakarta : Alfabet, 2000), h. 143.

³ *Ibid.*, h. 139.

Sudah cukup lama umat Islam Indonesia, demikian pula dunia Islam lainnya menginginkan sistem perekonomian yang berbasis nilai dan prinsip syariah (*Islamic economic sistem*) untuk dapat diterapkan dalam segenap aspek kehidupan bisnis dan transaksi umat. Keinginan ini didasari oleh suatu kesadaran untuk menerapkan Islam secara utuh dan total seperti yang ditegaskan Allah swt.⁴

Kesempatan untuk mendirikan bank syariah di Indonesia sebenarnya mulai terbuka sejak tahun 1988 dengan adanya Pakto 1988 (Oktober 1988), yaitu dengan adanya ketentuan bahwa bank boleh beroperasi dengan mengenakan bunga sebesar 0%.

Di Indonesia, bank syariah yang pertama didirikan pada tahun 1992 adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI). Walaupun perkembangannya agak terlambat bila dibandingkan dengan negara-negara Muslim lainnya, perbankan syariah di Indonesia akan terus berkembang.⁵

Keberadaan bank syariah lebih dikembangkan lagi dengan diberlakukannya Undang-Undang No.7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Namun, undang-undang tersebut belum memberikan landasan hukum yang cukup kuat karena belum secara tegas mencantumkan kata *prinsip Syariah* dalam kegiatan usaha bank. Selain itu, mencakup secara tepat pengertian *bank syariah* maupun *Islamic bank* yang memiliki cakupan lebih luas daripada pengertian bagi hasil.

⁴ Muh. Syafi'I Antonio, *Bank Syariah (Dari teori ke Praktik)*, (Cet. I; Jakarta: Gema Insani Press), h. Vii.

⁵ Adiwarmanto A.Karim, *Bank Islam (Analisis Fiqih dan Keuangan)*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), h.25.

PT Bank Muamalat Indonesia (BMI) didirikan pada bulan Mei 1992, yang gagasan pendiriannya muncul dalam lokakarya bank tanpa bunga yang diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia.

Landasan yuridis yang lebih mantap bagi bank syariah diperoleh setelah disahkannya Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang mengatur bank syariah secara cukup kuat dan jelas dari segi kelembagaan dan operasionalnya. Selanjutnya, dengan Undang-Undang No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Sentral, Bank Indonesia dapat menerapkan kebijakan moneter berdasarkan prinsip-prinsip syariah agar dapat memengaruhi likuiditas perekonomian melalui bank-bank syariah.

Tahun 2000, di Indonesia terdapat 162 bank umum dan 2.262 BPR dengan jumlah total volume usaha sebesar Rp 1.005 triliun, dana masyarakat sebesar Rp 679 triliun, dan penyaluran kredit Rp 277 triliun. Dari jumlah tersebut terdapat dua bank umum syariah, satu bank yang membuka kantor cabang syariah, serta 79 BPR syariah dengan total volume usaha sebesar Rp 1,2 triliun.⁶

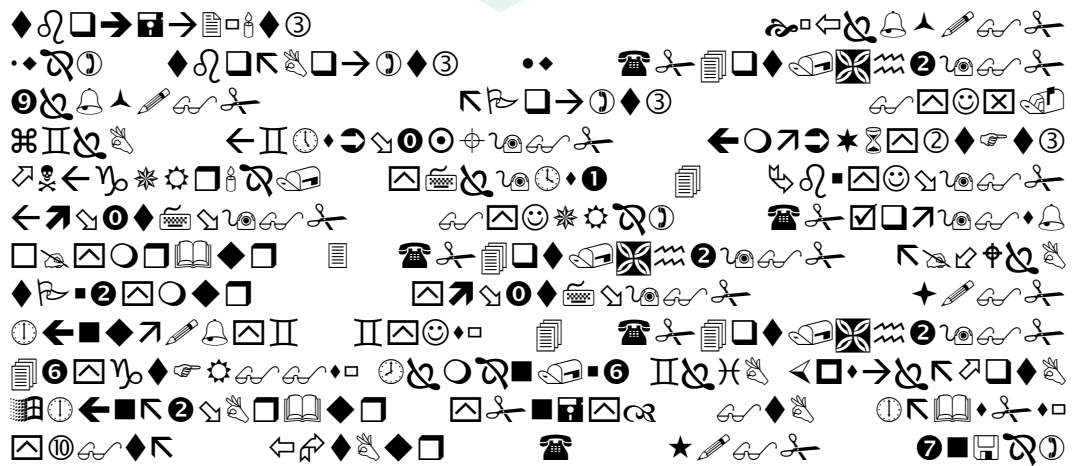
Sekarang saatnya menunjukkan bahwa muamalah syariah dengan filosofis utama dengan kemitraan dan kebersamaan (*sharing*) dalam profit dan risk dapat mewujudkan kegiatan ekonomi yang lebih transparan. Sekaligus pula membuktikan bahwa dengan sistem perbankan syariah, kita dapat menghilangkan wabah penyakit *negative spread* dari dunia perbankan. Ketidak mampuan pengusaha membayar kembali kreditnya menimbulkan terjadinya kredit macet

⁶ Edy Wibowo dan Untung Hendi Widodo, *Mengapa Memilih Bank Syariah*, (cet.1; jakarta : Ghalia Indonesia, 2005), h.34-35.

dalam jumlah besar, selanjutnya bank-bank yang mengalami kredit macet akibat pengusaha yang tidak mampu membayar kreditnya kepada bank sehingga bank mengalami kerugian, dan bank terancam eksistensinya, karena di satu sisi bank harus membayar bunga deposito yang tinggi, sedang di sisi lain pendapatan bank anjlok karena kredit macet, inilah yang dimaksud dengan *negatif spread*.

Tradisi masyarakat yang telah memanfaatkan jasa dan pelayanan bank konvensional selama ini merupakan salah satu diantara sekian banyak faktor yang menjadi tarik ulur dalam perkembangan bank syariah. Namun disisi lain, konsep-konsep Islam yang melekat kuat dalam sistem dan mekanisme operasional bank syariah juga menjadi kekuatan tersendiri sehingga bank ini dalam perkembangannya memperoleh operasional yang luas demi masyarakat.

Perbedaan pokok antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional adalah adanya larangan riba (bunga) bagi perbankan syariah. Riba dilarang, sedangkan jual-beli (*ba'i*) dihalalkan. Dengan demikian, maka membayar dan menerima bunga pada uang yang di pinjam dan dipinjamkan dilarang. Sebagaimana dijelaskan oleh Allah SWT dalam Qs.al-Baqarah. (2): 275





Terjemahnya:

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang Telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang Telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.⁷

Adanya perbedaan karakteristik produk bank konvensional dengan bank syariah telah menimbulkan adanya keenganan bagi pengguna jasa perbankan. Keenganan tersebut antara lain disebabkan oleh hilangnya kesempatan mendapatkan penghasilan tetap berupa bunga dari simpanan. Oleh karena itu, perlu diinformasikan bahwa penempatan dana pada bank syariah juga dapat memberikan keuntungan finansial yang kompetitif.⁸

Dilihat dari beragamnya produk-produk perbankan yang ditawarkan di masyarakat, sehingga menimbulkan persaingan yang ketat dalam dunia perbankan. Diantara keluhan terhadap perbankan syariah adalah karena sedikitnya produk yang dapat mengakomodasi kebutuhan masyarakat, berbeda dengan perbankan konvensional yang terlihat aktif dalam merekayasa produknya. Ini di

⁷ Departemen Agama R.I., *Al-Quran dan Terjemahanya*, (Cet. VI; Bandung: CV. Diponegoro, 2008), h.47.

⁸ Muhammad Syafe'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Cet. 1 ; Jakarta : Gema Insani Press, 2001), h.225.

sebabkan oleh beberapa kendala, seperti masalah regulasi, perlakuan yang cenderung menyamaratakan semua bank, sumberdaya, dan sebagainya.⁹

Jika perbankan syariah di bebaskan untuk mengembangkan produknya sendiri menurut teori perbankan Islam, maka produknya akan sangat variatif mengikuti produk-produk hukum syariah. Sifat produk perbankan syariah yang tidak mengambil bunga sebagai ukuran, berdampak pada stabilisasi nilai mata uang, karena perbankan syariah tidak bisa di pisahkan dari transaksi rill. Jika persyaratan tersebut dipenuhi, maka tinggal usaha perbankan syariah untuk mengolah produk tersebut agar bisa kompetitif dengan produk lainya didunia perbankan, serta bisa diadaptasi dengan teknologi yang sedang dan akan berkembang.

Perkembangan bank syariah terutama di Kota Palopo, belum pesat seperti bank-bank konvensional yang lainya hal ini disebabkan karena proses sosialisasi yang kurang terutama dalam hal produk-produknya. Sehingga banyak masyarakat yang tidak mengetahui keunggulan produk bank syariah tersebut.

Agar produk-produk bank syariah lebih dikenal oleh masyarakat terutama di Kota Palopo perlu diadakan proses promosi, hal ini dilakukan karena masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keunggulan-keunggulan produk bank syariah dan perbedaanya dengan produk perbankan konvensional.

Proses promosi produk-produk bank syariah sangatlah penting bagi perkembangan bank itu sendiri, karena jika produknya sudah dikenal oleh masyarakat, dan mereka tahu keunggulan produk tersebut, maka mereka akan

⁹ Zainul Arifin, *op.cit*, h.198.

menggunakan produk-produk tersebut. Terutama bagi umat Islam mereka tidak akan ragu lagi menggunakan produk bank syariah karena sesuai dengan ajaran agama Islam. Semakin banyak orang menggunakan produk-produk bank syariah maka semakin banyak pula nasabah bank tersebut, sehingga dapat mempengaruhi perkembangan bank tersebut sebagai lembaga keuangan perbankan yang sesuai dengan hukum syariah.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk mengkaji latar belakang di atas lebih lanjut untuk selanjutnya dijadikan penelitian dan menarik judul '*Peran Promosi Produk Terhadap Perkembangan Bank BRI Syariah di Kota Palopo*'.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, dapat diuraikan beberapa pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Perkembangan Bank BRI Syariah di Kota Palopo?
2. Bagaimanakah peran promosi produk terhadap perkembangan Bank BRI Syariah di Kota Palopo?
3. Bagaimanakah kendala dan solusi yang dihadapi Bank BRI Syariah dalam mempromosikan produk-produknya di Kota Palopo ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan memahami perkembangan Bank BRI Syariah di Kota Palopo.

2. Untuk mengetahui dan memahami peran promosi produk terhadap perkembangan Bank BRI Syariah di Kota Palopo.
3. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam mempromosikan produk-produknya di Kota Palopo.

D. Manfaat Penelitian

Penulisan ini memiliki manfaat baik secara teoritis maupun praktis:

a. Secara Teoritis

Diharapkan penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti dapat berguna untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi dan promosi produk Bank BRI Syariah bagi perkembangan Bank BRI Syariah di Kota Palopo yang sesuai dengan syariat Islam.

b. Secara Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan untuk mengembangkan dan meningkatkan kemampuan penulis dalam menerapkan teori sehingga dapat memperluas wawasan penulis, khususnya bidang ilmu ekonomi dan promosi produk perbankan syariah.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi yang menguntungkan dan bahan evaluasi bagi Bank BRI Syariah Kota Palopo dalam mempromosikan produk-produknya di masyarakat Kota Palopo.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi dan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk menjadi nasabah Bank BRI di Kota Palopo.

E. Definisi Operasional Variabel dan Ruang Lingkup Penelitian

1. Definisi Operasional Variabel

Untuk memudahkan dan memberikan arah yang jelas bagi peneliti dengan pembaca dalam melakukan penelitian ini, maka berikut ini diuraikan definisi operasional dari setiap variabel yang dilibatkan dalam penelitian sebagai berikut:

a. Bank

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

b. Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

c. Promosi

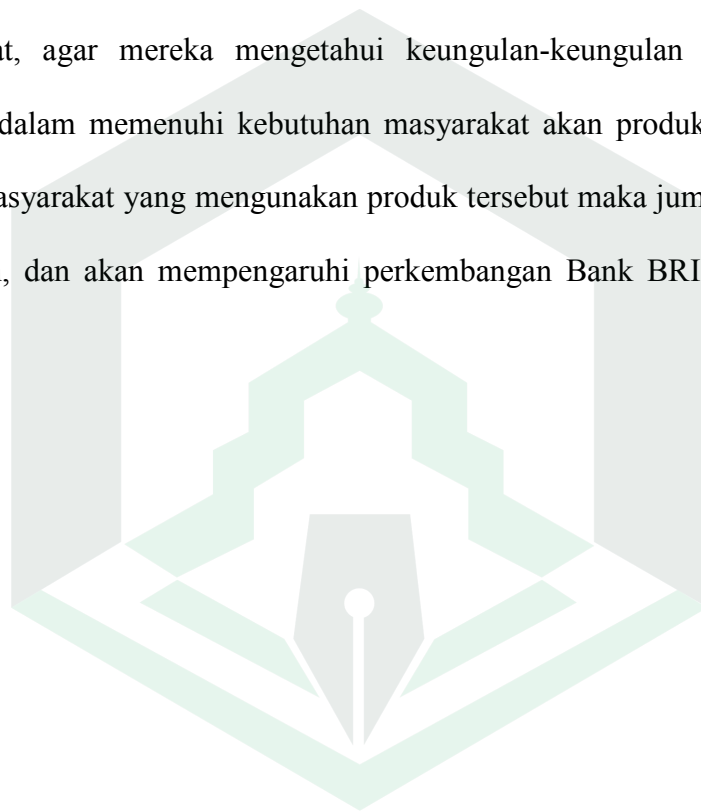
Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada orang dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya.

d. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada masyarakat untuk dilihat, dipegang, dibeli atau dikonsumsi.

e. Perkembangan Bank BRI Syariah di Kota Palopo yaitu perubahan yang terjadi pada Bank BRI Syariah di Kota Palopo.

Jadi promosi produk Bank BRI Syariah yang di maksud adalah bagaimana Bank BRI Syariah memperkenalkan atau menawarkan produk-produknya kepada masyarakat, agar mereka mengetahui keunggulan-keunggulan produk yang di tawarkan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk perbankan. Jika banyak masyarakat yang menggunakan produk tersebut maka jumlah nasabah akan bertambah, dan akan mempengaruhi perkembangan Bank BRI Syariah di Kota Palopo.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

penelitian terdahulu digunakan oleh penelitian sebagai bahan perbandingan dan acuan. Selain itu untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Anjani Mandasari (2010), yang berjudul ‘Pola Pengembangan Produk Bank Syariah dalam Meningkatkan Kualitas Manajerial di BRI Syariah’ Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan produk BRI Syariah merupakan rancangan BRI Syariah dalam mengembangkan produk melalui proses perencanaan perusahaan untuk mengetahui keinginan pasar, menetapkan keputusan yang strategis dalam pembentukan produk, memperbaiki produk, bahkan membuat inovasi produk-produk baru sebagai upaya peningkatan kualitas layanan dan produk jasa perbankan syariah. Melalui prinsip syariah pada pola pengembangan produknya, maka produk-produk bank syariah dapat memberikan variasi yang halal dan baik untuk kemaslahatan masyarakat secara umum.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Khoirul Uyun (2012) yang berjudul “Pengaruh Produk Syariah Dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di BNI Syariah Cabang Semarang” hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk Syariah berpengaruh terhadap keputusan nasabah BNI Syariah dengan koefisien regresi 0,425. semakin banyak inovasi produk-produk yang

sesuai dengan prinsip syariah yang diciptakan oleh BNI Syariah Cabang Semarang maka semakin tinggi pula keputusan nasabah untuk menabung di BNI Syariah Cabang Semarang. Dan Bauran promosi secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dengan koefisien regresi 0,153 semakin tinggi bauran promosi yang dilakukan maka akan semakin tinggi tingkat keputusan nasabah untuk menabung di BNI Syariah Cabang Semarang sebagai jasa perbankan.

Hasil penelitian yang dikemukakan di atas, dapat diketahui bahwa penelitian yang akan dilakukan penulis memiliki kajian yang berbeda walaupun ada beberapa kajian yang memiliki tema yang sama, akan tetapi yang di kaji penulis memiliki persamaan sama-sama mengkaji mengenai Produk Bagi Perkembangan Bank Syariah, yang memiliki perbedaan yang terletak pada tempat penelitian dan rumusan masalah.

B. Pengertian Bank

Istilah bank berasal dari kata Italia ” *banco*” yang berarti kepingan papan tempat buku, sejenis meja. Kemudian penggunaannya lebih diperluas untuk menunjukkan meja tempat penukaran uang, yang digunakan oleh para pemberi pinjaman dan para pedagang valuta di Eropa, pada abad pertengahan untuk memamerkan uang mereka. Dari sinilah awal mula timbulnya perkataan bank. ¹

Bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa di sebut dengan nama bank tanpa bunga adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya di kembangkan

¹ Muhammad Muslehuddin, *Sistem Perbankan Dalam Islam*,(Jakarta: PT Rineka Cipta), h.1.

berlandaskan pada al-Qur'an dan hadist. Dengan kata lain, bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalulintas pembayaran serta peredaran uang pengoperasiannya di sesuaikan dengan prinsip syariat Islam.²

Bank syariah yang dimaksud disini adalah bank Islam, bank yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip Islam, yaitu aturan perjanjian (akad) antara bank dengan pihak lain (nasabah) berdasarkan hukum Islam.³

Menurut Ensiklopedi Islam, bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha operasinya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalulintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya di sesuaikan dengan prinsip syariat Islam.⁴

Menurut UU RI No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan disebutkan bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.⁵ Dalam menjalankan aktivitasnya, bank syariah menganut prinsip-prinsip;

1. Prinsip keadilan, prinsip tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang disepakati bersama antara bank dengan nasabah.

² Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Cet. II; Yogyakarta: Ekonisia, 2005), h. 1.

³Rivai Veithhzal, Andriana Permata Veithzal, Ferry N. Idroes, *Bank and Financial Institution Management*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2007), h. 758-759.

⁴Dewan Redaksi Ensiklopedi Islam, *Ensiklopedi Islam*, (Jilid. I. Cet. III; Jakarta: Ichtiar Rawvanhouse, 1994), h. 231

⁵http://produk-banksyariah.blogspot.co.id/2015/04/pengertian-bank-syariah_10.html?m=1

2. Prinsip kemitraan, bank syariah menempatkan nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank pada kedudukan yang sama antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana maupun bank yang sederajat sebagai mitra usaha. Hal ini tercermin dalam bank, kewajiban, risiko dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana maupun bank. Dalam hal ini bank berfungsi sebagai *intermediary institution* melalui pembiayaan yang dimilikinya.
3. Prinsip ketentraman, produk-produk bank syariah telah sesuai dengan prinsip dan kaidah muamalah Islam, antara lain tidak adanya unsur riba serta penerapan zakat harta. Dengan demikian, nasabah akan merasakan ketentraman lahir maupun batin.
4. Prinsip transparansi/keterbukaan, melalui laporan keuangan bank yang terbuka, secara berkesinambungan, nasabah dapat mengetahui tingkat keamanan dana dan kualitas manajemen bank.
5. Prinsip *universalitas*, bank dalam mendukung operasionalnya tidak membedakan suku, agama, ras, golongan agama masyarakat dengan prinsip Islam sebagai ' *rakhmatan lil 'alamin* '
6. Tidak ada riba (*non-usurious*)
7. Laba yang wajar (*legitimate profit*)

Pelaksanaan prinsip-prinsip di atas merupakan pembeda utama antara bank syariah dengan bank konvensional, seperti menurut Dixon (1992): *the basic difference between Islamic and western banks is that the former operate on an equity based system in which predetermined rate of return is not guaranteed,*

whilst in the latter case the system is based on interest financing. This fundamental difference stems from the Sharia's prohibition of riba (usuary or interest) and gharar (uncertainty, risk or speculation).

Dengan demikian, dalam operasinya bank syariah mengikuti aturan dan norma Islam, seperti yang dijelaskan di atas, yaitu:

- a) Bebas dari bunga (*riba*)
- b) Bebas dari kegiatan spekulatif yang nonproduktif seperti perjudian (*maysir*)
- c) Bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (*gharar*)
- d) Bebas dari hal-hal yang rusak atau tidak sah (*bathil*) dan
- e) Hanya membiayai kegiatan usaha yang halal.⁶

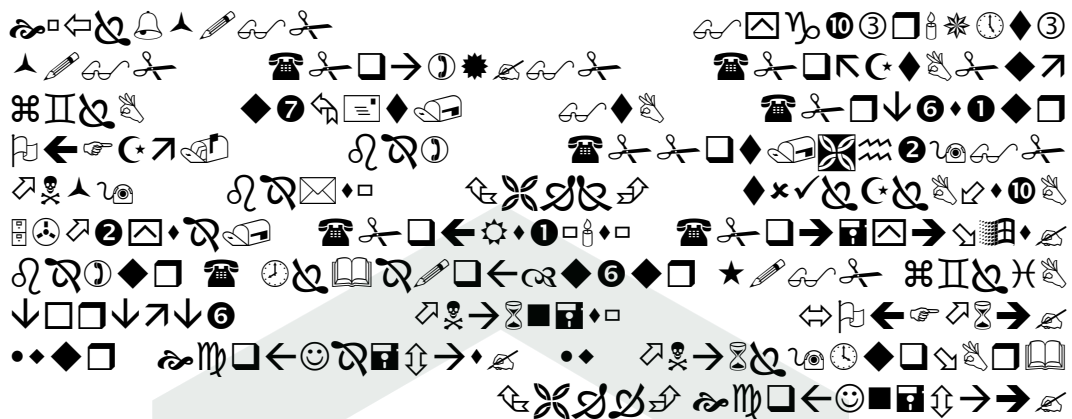
Berdasarkan rumusan tersebut, bank Islam atau bank syariah yang secara pengertian mempunyai perbedaan, namun secara teknis bank Islam dan bank syariah adalah sama. Bank Islam adalah yang tatacara beroperasinya didasarkan pada tata cara bermua'malah secara Islam. Mua'malah adalah ketentuan-ketentuan yang mengatur hubungan manusia dengan manusia baik hubungan pribadi maupun antara perorangan dengan masyarakat.⁷

⁶ Rivai Veithhzal, Andriana Permata Veithzal, Ferry N. Idroes, *op. Cit.*, h.759-760

⁷Warkum Sumitro, *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait (BMUI dan TAKAFUL) dan Pasar Modal Syariah di Indonesia*, (Cet. IV; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h. 5.

C. Dasar Hukum Bank Syariah

Bank syariah ada beberapa dasar/landasan hukum sebagaimana dijelaskan dalam Q.S.Al-Baqarah/ (2):278-279:



Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak Menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.⁸

Maksud ayat di atas tampak dengan sangat jelas bahwa Allah swt, sangat melarang sistem riba dalam proses pelaksanaan ekonomi. Sementara di sisi lain Allah swt, menganjurkan agar manusia menerapkan sistem jual beli sesuai dengan syariat Islam.

Akomodasi peraturan perundang-undangan Indonesia terhadap ruang gerak perbankan syariah terdapat pada beberapa peraturan perundang-undangan berikut ini :

⁸Departemen Agama R.I, h. 48.

a. Undang-Undang RI No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang RI No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan.

b. Undang-Undang RI No. 23 Tahun 1999 tentang Bank sentral. Undang-Undang berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

c. Undang-Undang RI Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah Pasal 1 ayat 7 menetapkan bahwa Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

d. Undang-Undang RI Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah Pasal 1 ayat 8 menetapkan bahwa Bank Umum Syariah adalah Bank Syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

e. Undang-Undang RI Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah Pasal 1 ayat 9 menetapkan bahwa Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah Bank Syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

f. Undang-Undang RI nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah Pasal 19 ayat 1 menetapkan bahwa kegiatan usaha Bank Umum Syariah meliputi:

1. menghimpun dana dalam bentuk Simpanan berupa Giro, Tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan Akad wadi'ah atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah;

2. menghimpun dana dalam bentuk Investasi berupa Deposito, Tabungan, Tau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan Akad mudharabah atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah;

3. menyalurkan Pembiayaan bagi hasil berdasarkan Akad mudharabah, Akad musyarakah, atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah;

4. menyalurkan Pembiayaan berdasarkan Akad murabahah, Akad salam, Akad istishna', atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah.⁹

g. Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No. 32/33/KEP/DIR tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Umum dan surat keputusan Direksi Bank Indonesia No. 32/33/KEP/DIR tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Umum berdasarkan prinsip syariah.

h. Peraturan Bank Indonesia No. 2/7/PBI/2000 tentang Giro Wajib Minimum Bank Indonesia No.2/4/PBI/2000 tanggal 11 Februari tentang perubahan atas peraturan Bank Indonesia No. 1/3/PBI/1999 tanggal 13 Agustus tentang penyelenggaraan kliring lokal dan penyelesaian akhir transaksi pembayaran antar Bank atas hasil kliring lokal, Peraturan Bank Indonesia No. 2/8/PBI/2000 tentang sertifikat *wadi'ah* Bank Indonesia peraturan perundang-undangan tersebut mengatur tentang likuiditas dan instrument moneter yang sesuai dengan prinsip syariah.

i. Ketentuan-Ketentuan yang dikeluarkan oleh *Bank for International Settlement* (BIS) yang berkedudukan di Basel, Swiss yang dijadikan acuan oleh perbankan Indonesia untuk mengatur pelaksanaan prinsip kehati-hatian.

j. Peraturan lainnya yang diterbitkan oleh Bank Indonesia dan lembaga lain sebagai pendukung operasi Bank Syariah yang meliputi ketentuan berkaitan dengan pelaksanaan tugas sentral ketentuan standar akuntansi dan audit, ketentuan

⁹ Dzen Nurwin, [http://Muaddabah.Wordpress.com/uu No,21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah](http://Muaddabah.Wordpress.com/uu%20No,21%20Tahun%202008%20tentang%20Perbankan%20Syariah). Selasa, 15 November 2016.

pengaturan perselisihan perdata antara Bank dengan Nasabah (arbitrase muamalah) standarisasi fatwa produk Bank Syariah dan peraturan pendukung lain.¹⁰

D. Pengertian Promosi

promosi berasal dari kata bahasa inggris *promote* yang berarti ‘meningkatkan atau ‘mengembangkan’. Pengertian tersebut jika digunakan dalam bidang penjualan berarti alat untuk meningkatkan omzet penjualan. Pengertian promosi dapat dipandang berbeda dalam hal produsen dan konsumen. Bagi produsen, promosi adalah kegiatan untuk menginformasikan produk atau jasa, membujuk konsumen untuk membeli serta mengingatkan para konsumen untuk tidak melupakan produk. Sementara bagi konsumen, pengertian promosi adalah komunikasi antara produsen dan konsumen. Kegiatan promosi adalah salah satu cara perusahaan (barang/jasa) untuk meningkatkan volume penjualan produknya.

Selain pengertian di atas, menarik juga untuk disimak pengertian promosi yang pernah diuraikan oleh beberapa ahli, di antaranya:

1. Menurut Stanton (1993) promosi adalah kegiatan memberikan informasi kepada konsumen, memengaruhi, dan menghimbau khalayak ramai.
2. Menurut Saladin (2003) promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, mengingatkan, dan membujuk konsumen tentang produk perusahaan.

¹⁰ Edy Wibowo, Untung Hendry Widodo, *op., cit*, h. 35-36.

3. Menurut Swastha (1991) promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.
4. Menurut Zimerer (2002) promosi adalah segala bentuk macam komunikasi persuasi yang dirancang untuk menginformasikan pelanggan tentang produk atau jasa dan untuk memengaruhi mereka agar membeli barang atau jasa tersebut yang mencakup publisitas, penjualan perorangan dan periklanan.
 - a. Promosi penjualan dalam Islam

Promosi penjualan adalah bahasa Indonesia berasal dari dua kata, yaitu promosi dan penjualan. Promosi adalah suatu pesan yang dikomunikasikan kepada calon pembeli melalui berbagai unsur yang terdapat dalam program. Sedangkan penjualan ialah suatu proses sosial dan manajerial individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Pemasaran adalah suatu bahagian dari kegiatan ekonomi Islam didalam pelaksanaannya juga harus didasarkan dan bersumber pada Al Qur'an, Hadist. Syariah/Fiqh dan Praktek Pemasaran Islam dalam sejarah dan pemikiran Ilmuan Muslim tentang pemasaran. Sumber tersebut diatas akan menjadi jiwa kegiatan pemasaran. Ia bagai pelita yang memerangi lingkungannya, memancarkan cahaya kebenaran ditengah-tengah kegelapan. Meluruskan praktek-praktek pemasaran yang menyimpang seperti kecurangan, kebohongan, propaganda, iklan palsu, penipuan, kezaliman dan sebagainya. Dengan demikian nilai-nilai kebenaran yang

dianut seorang akan selalu terpancar dalam praktek pemasaran yang Islami sehari-hari. Jadi sebagaimana yang dijelaskan oleh Muhammad Syakir Sula bahwa syariah marketing (pemasaran yang Islami) merupakan suatu proses bisnis yang keseluruhan prosesnya menerapkan nilai-nilai Islam dan sebagai suatu bisnis yang keseluruhan prosesnya menerapkan nilai-nilai Islam dan sebagai suatu bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan penawaran, dan perubahan *value* dari suatu inisiator kepada stakeholdernya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.¹¹

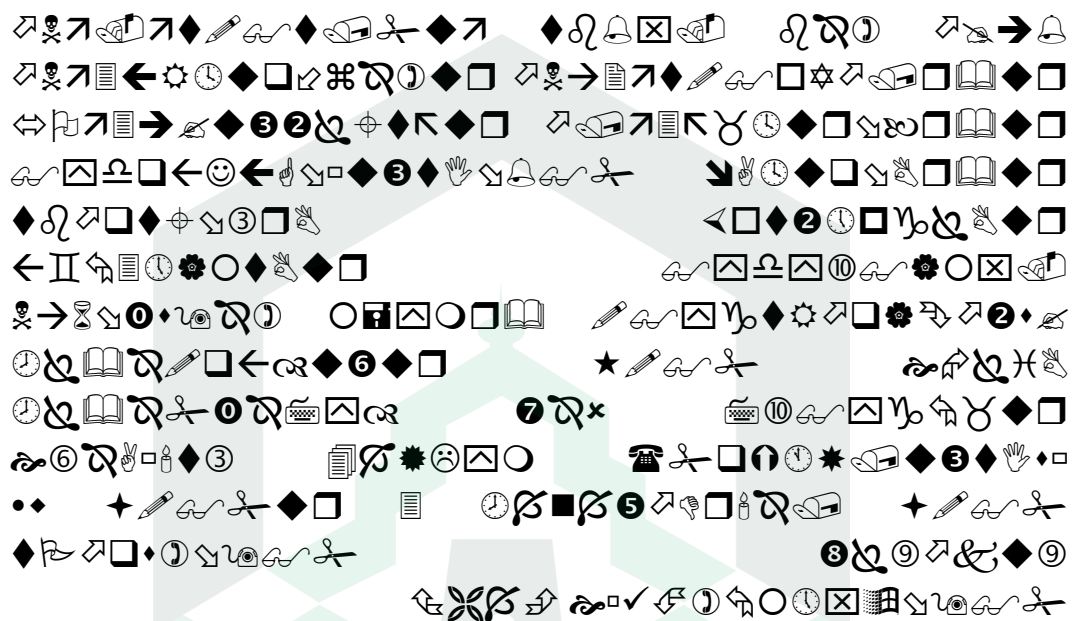
Pihak yang memasang iklan wajib berlaku jujur dan amanah ketika mempromosikan produk dan jasa yang di tawarkan tidak diperbolehkan memberikan persepsi yang keliru kepada para pelanggan dan konsumen terhadap produk dan jasa yang diiklankan dengan dusta dan menyembunyikan cacat menggambarkan ukuran produk yang hendak didesain dan dipromosikan secara berlebihan; memperbesar fitur-fitur produk kepada para pelanggan padahal tidak sesuai dengan kondisi riil dari produk tersebut. Dengan demikian, iklan yang dipasang wajib sesuai dengan kondisi riil dari suatu produk dan jasa, karena kejujuran hukumnya wajib dan merupakan sebab diperolehnya keberkahan, dan sebaliknya dusta dan menyembunyikan cacat diharamkan karena menyebabkan suatu produk dan jasa tidak laku. Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda:

بَيْعُهُمَا بَرَكَةٌ ۖ حَقَّتْ وَكُنْتُمْ كَذِبًا وَإِنْ بَيْعَهُمَا، فِي لُهُمَا بُورِكٌ وَبَيْنَا صَدَقًا فَإِنْ، -يَتَفَرَّقَا حَتَّى: قَالَ
أَوْ- يَتَفَرَّقَا لَمْ ۖ بِالْخِيَارِ الْبَيْعَانِ

¹¹ Digilib.uinsby.ac.id/8647/5/bab, minggu, 9 april 2017.

Artinya: “Kedua orang yang saling berniaga memiliki hak pilih (khiyar) selama keduanya belum berpisah –atau beliau mengatakan, “hingga keduanya berpisah”-, dan bila keduanya berlaku jujur dan menjelaskan produk secara jelas, maka akad jual-beli mereka akan diberkahi, dan bila mereka berlaku dusta dan saling menutup-nutupi cacat, niscaya akan dihapuskan keberkahannya.”¹²

Allah SWT menjelaskan dalam Q.S At-Taubah/24:



Terjemahnya:

Katakanlah: "Jika bapa-bapa , anak-anak , saudara-saudara, isteri-isteri, kaum keluargamu, harta kekayaan yang kamu usahakan, perniagaan yang kamu khawatiri kerugiannya, dan tempat tinggal yang kamu sukai, adalah lebih kamu cintai dari Allah dan RasulNya dan dari berjihad di jalan nya, Maka tunggulah sampai Allah mendatangkan Keputusan NYA". dan Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang fasik.¹³

Dari beberapa pengertian promosi diatas, maka dapat kita simpulkan bahwa promosi merupakan kegiatan pemasaran dan penjualan dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa, dan ide

¹² HR. Bukhari : 1973 dan Muslim : 3858 dari hadits Hakim bin Hizam radhiallahu ‘anhu.

¹³ Departemen Agama R.I, h. 190

dari perusahaan dengan cara memengaruhi para konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.¹⁴

Institute of sales promotion, badan yang menampung para praktisi utama promosi penjualan di Inggris, memberikan definisi sebagai berikut:

‘promosi penjualan terdiri dari serangkaian teknik yang digunakan untuk mencapai sasaran-sasaran penjualan/pemasaran dengan penggunaan biaya yang efektif, dengan memberikan nilai tambah pada produk atau jasa baik kepada para perantara maupun pemakai langsung, biasanya tidak dibatasi dalam jangka waktu tertentu.’¹⁵

Dalam praktiknya paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya. Masing-masing sarana promosi ini memiliki tujuan sendiri-sendiri. Misalnya, untuk mengkonfirmasi tentang keberadaan produk dapat dilakukan melalui iklan. Untuk mempengaruhi nasabah dilakukan melalui *sales promotion* serta untuk memberikan citra perbankan dapat dilakukan melalui publisitas.

Secara garis besar keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh perbankan adalah sebagai berikut:

a. periklanan (*Advertising*)

Periklanan adalah sarana promosi yang digunakan oleh perusahaan dalam hal ini adalah bank, guna menginformasikan, segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Informasi yang diberikan adalah nama produk, manfaat produk,

¹⁴<http://www.pengertianahli.com/2014/04/pengertian-promosi-menurut-para-ahli.html?m=1>, Kamis, 16 februari 2017.

¹⁵ Julian Cummins, *Promosi Penjualan Bagaimana Menciptakan dan Menerapkan Program Yang Benar-benar Berhasil*, (Ciputat-Tangerang : Binarupa Aksara, 2010), h. 30.

harga produk, serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan produk sejenis yang ditawarkan oleh pesaing.

Tujuan promosi lewat iklan adalah berusaha untuk menarik dan mempengaruhi nasabah lama serta calon nasabahnya. Agar iklan yang dijalankan dapat efektif dan langkah dalam periklanan yang efektif dan efisien adalah:

- 1) Identifikasi pasar sasaran yang akan dituju serta motif pembeli atas produk yang ditawarkan oleh perusahaan.
- 2) Menentukan misi, tujuan atau sasaran periklanan yang terkait dengan sasaran penjualan dari suatu produk (*Mission*)
- 3) Menetapkan anggaran periklanan (*Money*)
- 4) Merancang, menyusun serta menetapkan pesan yang akan disampaikan kepada pasar sasaran (*Message*)
- 5) Menetapkan media yang harus digunakan yang sesuai dengan pasar sasaran yang dituju oleh perusahaan (*Media*)
- 6) Melakukan evaluasi terhadap hasil yang dicapai dari pemasangan suatu iklan (*Measurement*).

Jenis-jenis media yang dapat dipergunakan sebagai sarana iklan suatu perusahaan :

- a) Surat kabar dan majalah
- b) Surat pos langsung
- c) Radio
- d) Televisi
- e) Papan reklame

- f) Spanduk
 - g) Penyebaran brosur di tempat-tempat umum
 - h) Dan media lainnya.
- b. Promosi penjualan (*Sales Promotion*)

Merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang-barang tertentu pula.

Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Kegiatan penjualan yang bersifat jangka pendek dan tidak dilakukan secara berulang serta tidak rutin yang ditujukan untuk mendorong lebih kuat mempercepat respon pasar yang di targetkan sebagai alat lainya dengan menggunakan bentuk yang berbeda. Promosi penjualan dapat dilakukan melalui pemberian diskon, kontes, kupon, atau sampel produk.

Dengan menggunakan alat tersebut akan memberikan tiga manfaat bagi promosi penjualan, yaitu:

- 1) Komunikasi, yaitu memberikan informasi yang dapat menarik dan mempengaruhi perhatian nasabah untuk membeli.
- 2) Insentif, yaitu memberikan dorongan dan semangat kepada nasabah untuk segera membeli produk yang ditawarkan.
- 3) Invitasi mengharapakan nasabah segera merealisasikan pembelian produk perbankan.

Bagi bank promosi penjualan dapat dilakukan melalui beberapa cara yaitu:

a) Pemberian tingkat bagi hasil khusus (*special rate*) untuk nasabah yang menaruh sejumlah dana yang relatif besar walaupun hal ini akan mengakibatkan persaingan tidak sehat di antara bank.

b) Pemberian insentif kepada setiap nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu. Misalkan kepada nasabah yang memiliki saldo di atas jumlah tertentu, ditiadakan biaya administrasi atas tabunganya. Atau nasabah yang memilih layanan perbankan prioritas maka mendapatkan beberapa kemudahan atau fasilitas tambahan dibandingkan nasabah biasa, misalkan antrian khusus yang diberikan kepada nasabah perbankan prioritas.

c) Pemberian cinderamata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah yang setia. Misalkan hadiah umroh dll.

d) Bentuk promosi penjualan lainnya.

Sama seperti halnya dengan kegiatan periklanan, maka promosi penjualan juga memiliki program tersendiri. Dalam praktiknya program promosi penjualan memiliki tiga macam cara, yaitu :

1. Promosi konsumen, seperti penggunaan kupon, sampel produk, hadiah, atau bentuk undian lainnya.

2. Promosi dagang, yaitu berupa bantuan peralatan atau insentif

3. Promosi wiraniaga melalui kontes penjualan.

c. Publisitas (*Publicity*)

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, pembukaan stand promosi di pusat perbelanjaan, sponsorship kegiatan, program *Corporate Social Responsibility* (CSR), mendukung atau berperan serta dalam kegiatan amal seperti penggalangan dana untuk para korban bencana alam, serta kegiatan lainnya.

Tujuannya adalah agar nasabah dapat mengenal bank lebih dekat, dengan ikut kegiatan tersebut nasabah akan selalu mengingat bank tersebut dan diharapkan akan menarik nasabah. Alat publisitas yang dapat digunakan, yaitu:

a) Hubungan pers

Yaitu untuk memberikan informasi yang pantas untuk dimuat dalam surat kabar agar lebih menarik perhatian publik terhadap seseorang, produk atau jasa.

b) Publisitas produk

Yaitu usaha untuk mempublikasikan produk tersebut secara khusus, misalkan menggelar acara launching produk baru perbankan.

c) Komunikasi perusahaan

Yaitu mencakup komunikasi *intern* ataupun *ekstern* dalam menciptakan saling pengertian perusahaan.

d) *Lobbying*

Yaitu kerjasama dengan ahli hukum dan pejabat pemerintah untuk mendukung atau menghapuskan undang-undang yang dapat mengganggu stabilitas usaha. kegiatan publisitas dapat dilakukan melalui:

1. Ikut pameran.
2. Ikut kegiatan amal.

3. Ikut bakti sosial.
4. Sponsorship kegiatan.

d. *Personal selling* (Penjualan Pribadi)

Merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan bank dalam melayani serta ikut memengaruhi nasabah. Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari *cleaning service*, satpam sampai pejabat bank. *personal selling* juga dilakukan melalui merekrut tenaga-tenaga salesman dan salesgirl untuk melakukan penjualan *door to door*.

Penjualan secara *personal selling* akan memberikan beberapa keuntungan bank, yaitu antara lain:

1. Bank dapat langsung bertatap muka dengan nasabah atau calon nasabah, sehingga dapat langsung menjelaskan tentang produk bank kepada nasabah secara rinci.
2. Dapat memperoleh informasi langsung dari nasabah tentang kelemahan produk kita langsung dari nasabah, terutama dari keluhan yang nasabah sampaikan termasuk informasi darinasabah tentang bank lain.
3. Petugas bank dapat langsung memengaruhi nasabah dengan berbagai argumen yang kita miliki.
4. Memungkinkan hubungan terjalin akrab antara bank dengan nasabah.
5. Petugas bank yang memberikan layanan merupakan citra bank yang diberikan kepada nasabah apabila pelayanan yang diberikan baik dan memuaskan.

6. Membuat situasi seolah-olah mengharuskan nasabah mendengarkan, memperhatikan, dan menanggapi bank.

Secara khusus *personal selling* dilakukan oleh petugas *customer service* atau *Service Assistensi*.¹⁶

E. Produk-Produk Bank Syariah

Sama seperti halnya dengan bank konvensional, Bank Syariah juga menawarkan nasabah dengan beragam produk perbankan. Hanya saja bedanya dengan bank konvensional adalah dalam hal penentuan harga, baik terhadap harga jual maupun harga belinya. Produk-produk yang ditawarkan sudah tentu sangat islami, termasuk dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya. Berikut ini jenis-jenis produk Bank Syariah yang ditawarkan adalah sebagai berikut yaitu :

a. *Al-wadia'ah* (simpanan)

Al-wadi'ah merupakan titipan atau simpanan pada bank syariah. Prinsip *Al-wadi'ah* merupakan titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik perorangan maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja bila sipenitip menghendaki. Penerima simpanan disebut *yad al-amanah* yang artinya tangan amanah. Si penyimpan tidak bertanggung jawab atas segala kehilangan dan kerusakan yang terjadi pada titipan selama hal itu bukan akibat dari kelalaian atau kecerobohan yang bersangkutan dalam memelihara barang titipan.

¹⁶ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 174-185

Akan tetapi, agar uang yang dititipkan tidak menganggur begitu saja, oleh si penyimpan uang titipan tersebut (Bank Syariah) digunakan untuk kegiatan perekonomian. Tentu saja penggunaan uang titipan harus terlebih dahulu meminta izin kepada sipemilik uang dan dengan catatan si pengguna uang menjamin akan mengembalikan uang tersebut secara utuh.

b. Pembiayaan dengan Bagi Hasil

Penyaluran dana dalam bank konvensional, kita kenal dengan istilah kredit atau pinjaman. Sedangkan dalam Bank Syariah untuk penyaluran dananya kita kenal dengan istilah pembiayaan. Jika dalam bank konvensional keuntungan bank diperoleh dari bunga yang dibebankan, maka dalam Bank Syariah tidak ada istilah bunga, tetapi Bank Syariah menetapkan sistem bagi hasil. Prinsip bagi hasil dalam Bank Syariah yang diterapkan dalam pembiayaan dapat dilakukan dalam empat akad utama, yaitu:

1. *Al-Musyarakah*

Al-musyarakah merupakan akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk melakukan usaha tertentu. Masing-masing pihak memberikan dana atau amal dengan kesepakatan bahwa keuntungan atau risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

2. *Al-Mudharabah*

Al-mudharabah merupakan akad kerja sama antara dua pihak, di mana pihak pertama menyediakan seluruh modal dan pihak lain menjadi pengelola. Keuntungan dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak.

3. *Al-Muza'arah*

Al-muza'arah merupakan kerja sama pengolahan pertanian antara pemilik lahan dengan penggarap. Pemilik lahan menyediakan lahan kepada penggarap untuk ditanami produk pertanian dengan imbalan bagian tertentu dari hasil panen.

4. *Al-Musaqah*

Pengertian *al-Musaqah* adalah bagian dari *al-Muza'arah*, yaitu penggarap hanya bertanggung jawab atas penyiraman dan pemeliharaan dengan menggunakan dana dan peralatan mereka sendiri.

c. *Bai'al-Murabahah*

Bai'al-Murabahah merupakan kegiatan jual beli pada harga pokok dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam hal ini penjual harus terlebih dahulu memberitahukan harga pokok yang ia beli ditambah keuntungan yang diinginkannya.

d. *Bai'as-Salam*

Bai'as-Salam adalah pembelian barang yang diserahkan kemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan di muka. Prinsip yang harus dianut adalah harus diketahui terlebih dulu jenis, kualitas dan jumlah barang dan hukum awal pembayaran harus dalam bentuk uang.

e. *Bai' Al-Istihna'*

Bai' al-Istihna' adalah bentuk khusus dari akad *bai'as-Salam*, oleh karena itu, ketentuan dalam *Bai' al-Istihna'* mengikuti ketentuan dan aturan *Bai'as-Salam*. Pengertian *Bai' al-Istihna'* adalah kontrak penjualan antara pembeli dengan produsen (pembuat barang).

f. *Al-Ijarah (Leasing)*

Al-Ijarah merupakan akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri.

g. *Al-Wakalah (Amanat)*

Wakalah atau *wakilah* artinya penyerahan atau pendelagasian atau pemberian mandat dari suatu pihak kepada pihak lain. Mandat ini harus dilakukan sesuai dengan yang telah disepakati oleh si pemberi mandat.

h. *Al-Kafalah (Garansi)*

Pengertian *al-Kafalah* adalah jaminan yang diberikan penanggung kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung.

i. *Al-Hawalah*

Al-Hawalah merupakan pengalihan utang dari orang yang berutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Atau dengan kata lain pemindahan beban utang dari suatu pihak kepada lain pihak.

j. *Ar-Rahn*

Ar-Rahn adalah kegiatan menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas peminjam yang diterimanya. Kegiatan seperti ini dilakukan seperti jaminan utang atau gadai.¹⁷

F. Perkembangan Bank Syariah di Indonesia

1. Latar Belakang Bank Syariah

Berkembangnya bank-bank syariah di negara-negara Islam berpengaruh ke Indonesia. Pada awal periode 1980-an, diskusi mengenai bank sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan. Para tokoh yang terlibat dalam kajian tersebut adalah Karnaen a. Perwataatmadja, M. Dawam Raharjo, A..M Saefuddin, M. Amien Azis, dan lain-lain. Beberapa uji coba pada skala yang relatif terbatas telah di wujudkan. Di antaranya adalah Baitul Tamwil-Salman, Bandung, yang sempat tumbuh mengesankan. Di Jakarta juga dibentuk lembaga serupa dalam bentuk koperasi, yakni Koperasi Ridho Gusti.

Akan tetapi, prakarsa lebih khusus untuk mendirikan bank Islam di Indonesia baru dilakukan pada tahun 1990. Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 18-20 Agustus 1990 menyelenggarakan Lokakarya Bunga Bank dan Perbankan di Cisarua, Bogor, Jawa Barat. Hasil lokakarya tersebut di bahas lebih mendalam pada Musyawarah Nasional IV MUI yang berlangsung di hotel di bentuk kelompok kerja untuk mendirikan Bank Islam di Indonesia.

Kelompok kerja yang disebut tim Perbankan MUI, bertugas melakukan pendekatan dan konsultasi dengan semua pihak terkait.¹⁸

¹⁷ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,2008), h. 189-200

¹⁸ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Cet. 1; Jakarta : Gema Insani Press, 2001), h. 25.

2. Era Reformasi dan Perbankan Syariah

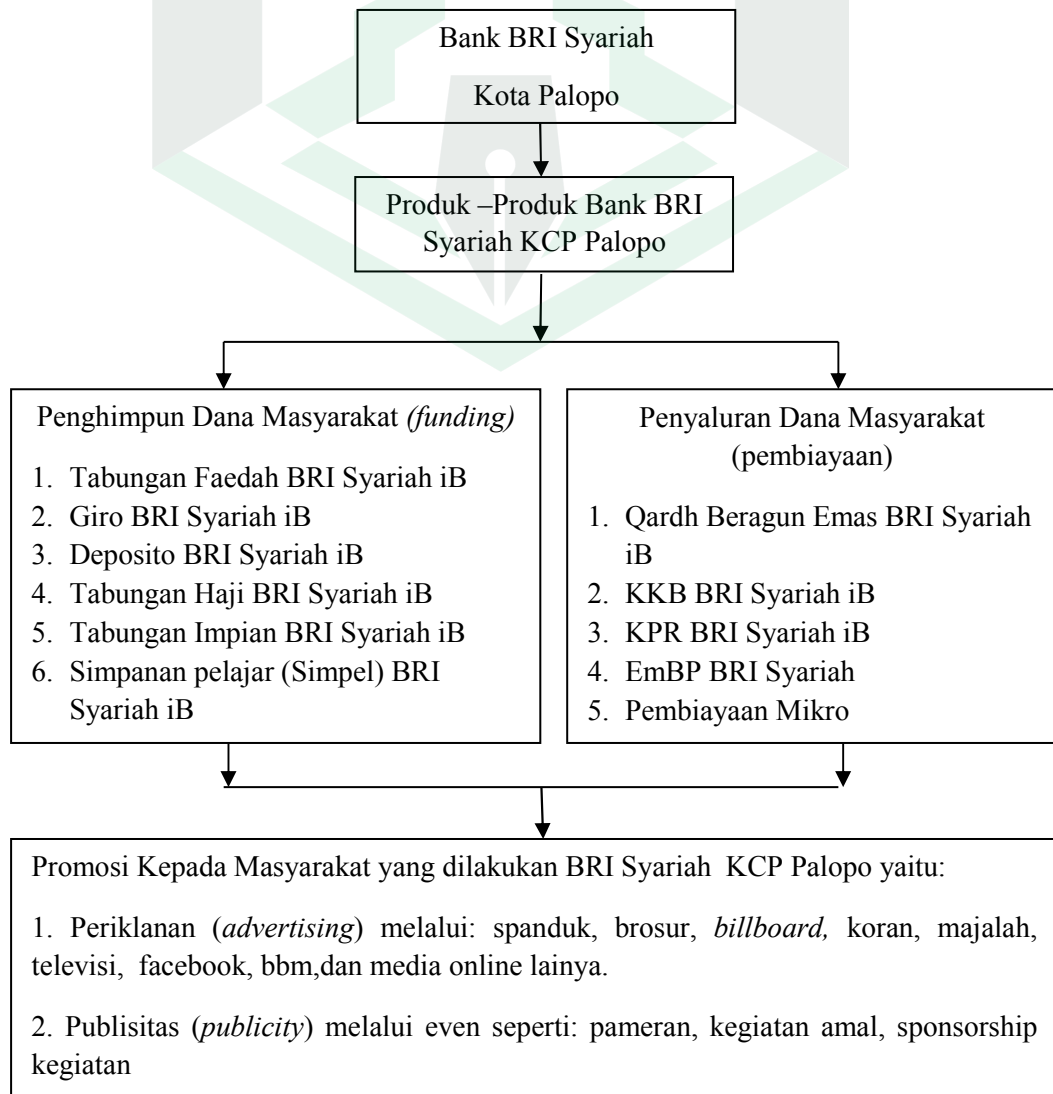
Perkembangan perbankan syariah pada era reformasi ditandai dengan disetujuinya Undang-Undang RI No.10 Tahun 1998. Dalam undang-undang tersebut diatur dengan rincian landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan implementasikan oleh bank syariah. Undang-undang tersebut juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan mengkonversi diri secara total menjadi bank syariah.

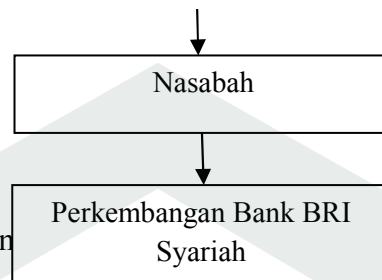
Peluang tersebut ternyata disambut antusias oleh masyarakat perbankan sejumlah bank mulai memberikan pelatihan dalam bidang perbankan syariah bagi para stafnya. Sebagian bank tersebut ingin menjajaki untuk membuka divisi atau cabang syariah dalam institusinya.¹⁹

¹⁹ *Ibid*, h. 26..

H. Kerangka Pikir

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan, Adapun kerangka pikir dapat di sajikan sebagai berikut:





Bank BRI Syariah merupakan bank yang berlandaskan atas kaidah-kaidah Islam yang operasi dengan prinsip Syariah. Produk- produk yang ditawarkan sifatnya tidak mengambil bunga sebagai ukuran, sehingga memelihara aspek keadilan untuk para pihak yang bertransaksi. Produk bank BRI Syariah terbagi atas *funding* (penghimpunan dana masyarakat) dan pembiayaan (penyaluran dana masyarakat). *Funding* terbagi atas: Tabungan Faedah BRI Syariah iB, Giro BRI Syariah iB, Deposito BRI Syariah iB, Tabungan Haji BRI Syariah iB, Tabungan Impian BRI Syariah iB, Simpanan Pelajar (Simpel) BRI Syariah iB. Sedangkan Pembiayaan terbagi atas: Qardh Beragun Emas iB, KKB BRI Syariah iB, KPR BRISyariah iB, EmBP BRI Syariah, Pembiayaan Mikro. Produk bank BRI syariah tersebut di promosikan kepada masyarakat agar mereka mengetahui keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh produk tersebut, dari hasil promosi produk tersebut dapat diketahui produk yang banyak diminati nasabah yaitu produk Tabungan Faedah BRISyariah, alasannya karena setoran awal yg lebih ringan dan akan mendapat kartu ATM sebagai fasilitas pendukung, Gratis biaya

administrasi bulanan serta kartu ATM sehingga dana tidak akan berkurang setiap bulannya, Gratis biaya transaksi tarik tunai, cek saldo di seluruh mesin ATM jaringan ATM bersama dan prima dengann syarat dan ketentuan berlaku, biaya debit prima murah ketika menggunakan sebagai kartu kredit, dan dapat melakukan pemotonagan zakat secara otomatis dari bonus yang diterima dan dilengkapi dengan berbagai fasilitas *e-channel* berupa *SMS Banking*, *Mobile Banking*, *Internet Banking*.

Promosi produk yang dilakukan oleh Bank BRI Syariah hasilnya semakin meningkat, alasanya dilihat dari perkembangan Bank BRI Syariah meningkat. Buktinya yaitu jumlah nasabah yang semakin bertambah banyak, penyaluran kredit semakin banyak, bagi hasil meningkat setiap bulan. Oleh karena itu promosi produknya harus lebih ditingkatkan dan diperluas lagi agar nasabahnya semakin bertambah dan perkembangan Bank BRI Syariah semakin pesat terutama di kota palopo.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan sosiologis, yaitu pendekatan untuk menguji apakah konsep yang ditawarkan itu sesuai dengan kondisi masyarakat. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif yaitu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawanya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan) analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan *makna* daripada *generalisasi*.¹

Penelitian kualitatif digunakan sebab masalah yang diteliti memerlukan suatu pengungkapan yang adalah penelitian bersifat deskriptif dan komprehensif. Data yang dikumpulkan berupa kata-kata yang tertulis atau lisan dari pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini, perilaku yang dapat diamati dan gambar-gambar. Data yang ada akan dinyatakan dalam bentuk verbal dan dianalisis tanpa menggunakan teknik analisis statistik. Seperti yang diungkapkan moleong bahwa

¹ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2004), h.1.

penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan prosedur yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantifikasi lainnya.²

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan atau melukiskan kondisi yang sebenarnya dari suatu situasi. Oleh karena itu, maka keterlibatan peneliti secara langsung di lapangan.

Adapun yang dimaksud deskriptif, menurut pendapat Winarno Surakhmat, adalah menentukan dan menafsirkan data yang ada. Misalnya tentang situasi yang dialami, satu hubungan, kegiatan pandangan, sikap yang nampak, atau tentang suatu proses yang sedang berlangsung, pengaruh yang sedang bekerja, kelainan yang sedang muncul, kecenderungan yang nampak, pertentangan yang meruncing dan sebagainya.³

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan studi kasus yang menurut M. Subana adalah memusatkan suatu perhatian pada suatu kasus secara intensif dan mendetail. Subjek yang diselidiki terdiri dari satu unit yang dipandang sebagai kasus. Karena studi kasus sifatnya mendalam dan mendetail, maka studi kasus pada umumnya menghasilkan gambaran yang *longitudinal*, yaitu hasil pengumpulan dan analisis data dalam satu jangka waktu, kasus ini dapat berbatas pada satu orang, satu lembaga, satu

² Lexy J, Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), h.6.

³ Winarno Surakhmat, *Pengantar Penelitian Ilmiah dan Metode Teknik*, (Cet. IX; Bandung: Tarsito, 2001), h.139.

keluarga, satu peristiwa dan satu kelompok objek lain yang terbatas yang dipandang sebagai kesatuan.⁴

Oleh karena itu hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi suatu gambaran yang utuh dan terorganisasi dengan baik tentang komponen-komponen tertentu, sehingga dapat memberikan kevalidan hasil penelitian.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat di mana peneliti melakukan kegiatan penelitian untuk memperoleh data-data yang di perlukan. Lokasi penelitian ini dilakukan di Bank BRI Syariah Kota Palopo, Jl. Andi Djemma No. 15B.

C. Informan/Subjek Penelitian

Subjek penelitian atau informan dalam penelitian ini adalah *pertama*, Nasabah, *kedua*, karyawan Bank BRI Syariah, *ketiga*, adalah Pimpinan cabang Bank BRI Syariah Kota Palopo dan .

D. Variabel Penelitian

Dalam penelitian yang berjudul, Peran Promosi Produk Terhadap perkembangan Bank BRI Syariah di kota palopo' ini menggunakan dua variabel yaitu variabel bebas yakni peran promosi produk dan variabel terikat yakni perkembangan Bank BRI Syariah di Kota Palopo.

⁴ M. Subana, *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah, (Cet. II; Bandung: Pustaka setia, 2001). H.30.*

E. Sumber Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yaitu, data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁵ Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah data yang diperoleh dari wawancara langsung dari kepala cabang dan karyawan bagian marketing.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, yaitu melalui orang lain atau dokumen.⁶ Dalam penelitian ini yang menjadi data sekunder adalah dokumen-dokumen, buku-buku dan data-data lain berkaitan dengan judul penulis.

F. Teknik pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan dari proses pengujian data yang berkaitan dengan sumber dan cara untuk memperoleh data penelitian. Teknik yang digunakan adalah:

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, cet. Ke-10, 2010), h.193

⁶ *Ibid.*, h. 193.

1. Observasi

Observasi yaitu proses pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung dari lapangan mengenai objek peneliti. Lexy J. Moleong menambahkan jenis observasi sebagai berikut :

a. Pengamatan secara terbuka diketahui oleh subjek, sedangkan sebaliknya para subjek memberikan kesempatan kepada pengamat untuk mengamati peristiwa yang terjadi dan mereka menyadari ada orang yang mengamati hal yang dilakukan oleh mereka.

b. Pada penelitian tertutup, pengamatnya beroperasi dan mengadakan pengamatan tanpa diketahui para subjek.⁷

Teknik observasi yang digunakan peneliti adalah observasi terbuka dan observasi tertutup. Dengan teknis ini peneliti dapat lebih mudah dalam mencatat dan merekam fenomena yang ada di lapangan secara langsung.

2. *Interview* (wawancara)

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara).⁸ Peneliti melakukan wawancara dengan pihak-pihak terkait dengan maksud untuk melengkapi data yang diperoleh melalui

⁷ Lexy J. Moleong, *op. Cit.*, h. 127

⁸ Moh. Nazir, *Metode penelitian*, (Cet. VI; Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), h.194.

observasi. Wawancara pada penelitian ini di lakukan pada kepala cabang atau bagian marketing di Bank BRI Syariah Kota Palopo.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan menyelidiki benda-benda tertulis berupa catatan, buku, surat kabar, brosur dan sebagainya.⁹

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dokumentasi sebagai sarana untuk mendapatkan data tentang : visi dan misi, struktur organisasi, produk-produk Bank BRI Syariah dan sebagainya.

G. Analisis data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil *interview*, catatan lapangan observasi, dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan dan membuat kesimpulan yang dapat dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.¹⁰

Menurut Bogdan analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah difahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisi data dilakukan dengan menorganisasikan data,

⁹ Lexy J. Moleong, *op. Cit.*, h. 161.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, Cet. Ke-10, 2010), h.335

menjabarkannya kedalam pola, memilih nama yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.¹¹

Moleong juga menyimpulkan bahwa analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, satuan uraian dasar, sehingga dapat ditemukan tema dan dirumuskan hipotesis kerja sebagaimana yang disarankan oleh data.¹²

Analisis data diperlukan sebagai media untuk membaca rincian data yang telah dikumpulkan pada penelitian ini. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknis analisi deskriptif, yaitu dengan cara mengumpulkan data yang diperoleh melalui hasil wawancara, catatan lapangan, dan lembar observasi kemudian data tersebut di paparkan, di bahas dan disimpulkan.

H. Pengecekan Keabsahan Data

Teknis pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini yakni teknik triangulasi dengan sumber data teknik uraian rinci. Patton dalam moleong menyatakan : triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang yang berbeda dalam penelitian kualitatif.¹³ Teknik triangulasi dengan sumber pada penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut :

¹¹ Sugiyono, *op. Cit.*, h.88.

¹² Lexy J. Moleong, *op. Cit.*, h. 104.

¹³ *Ibid.*, h. 330.

1. Melakukan konfirmasi antara hasil wawancara dengan hasil pengamatan, dan rekaman dan catatan peneliti berdasar bahan-bahan dokumen dan arsip yang diperoleh selama penelitian dilapangan.

2. Melakukan uji silang terhadap materi catatan lapangan yang ditulis peneliti dengan data dan informasi hasil wawancara, hasil pengamatan dan hasil catatan dari dokumentasi serta arsip.

3. Hasil konfirmasi data atau informasi penelitian itu perlu dikaji lagi dengan informasi-informasi lainnya, karena bisa jadi hasil konfirmasi itu bertentangan dengan informasi-informasi yang telah dihimpun sebelumnya dari informan atau dari sumber lain.

Proses triangulasi ini dilakukan terus menerus sepanjang proses pengumpulan data dan analisis data, sampai suatu saat peneliti yakin bahwa sudah tidak ada lagi perbedaan-perbedaan, dan tidak ada lagi yang perlu di konfirmasi kepada informan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Umum BRI Syariah

Berawal dari akuisisi PT.Bank BRI terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya 10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 BRI Syariah secara resmi beroperasi, kemudian BRI Syariah merubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam.

Dua tahun lebih BRI Syariah hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melayani nasabah dengan pelayanan prima (*service excellence*) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan syariah.

Kehadiran BRI Syariah di tengah-tengah industri perbankan nasional dipertegas oleh makna cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntutan masyarakat terhadap sebuah bank moderen sekelas BRI Syariah yang mampu melayani masyarakat dalam kehidupan modern. Kombinasi warna yang digunakan merupakan turunan dari

warna biru dan putih sebagai benang merah dengan *brand* PT.Bank Rakyat Indonesia.

Aktivitas BRI Syariah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah Bank Rakyat Indonesia, untuk melebur ke dalam BRI Syariah (proses *spin off*-) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama Bank Rakyat Indonesia dan bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur utama BRI Syariah .

Saat ini BRI Syariah menjadi Bank Syariah ketiga terbesar berdasarkan aset. BRI Syariah tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Sedangkan di Palopo sendiri BRI Syariah mendirikan Kantor Cabang Pembantu pada 6 Januari 2014.

B. Visi dan Misi Bank BRI Syariah Palopo

Dari hasil penulisan penulis, untuk Visi dan Misi BRI Syariah KCP Palopo adalah sebagai berikut:

Visi:

Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

Misi:

1) Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan Finansial nasabah.

2) .Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

3) Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.

4) Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketentraman pikiran.¹

C. Struktur Organisasi Bank BRI Syariah Palopo

Adapun untuk meningkatkan kualitas Sumber Daya Insani BRI Syariah selalu melakukan kegiatan pelatihan pengembangan karir. Pengembangan dan peningkatan kualitas Sumber daya Insani pada BRI Syariah merupakan *human investment* yang tiada batas waktunya mengingat ditangan Sumber Daya Insani yang handal dan berkualitas BRI Syariah akan terus tumbuh dan berkembang.

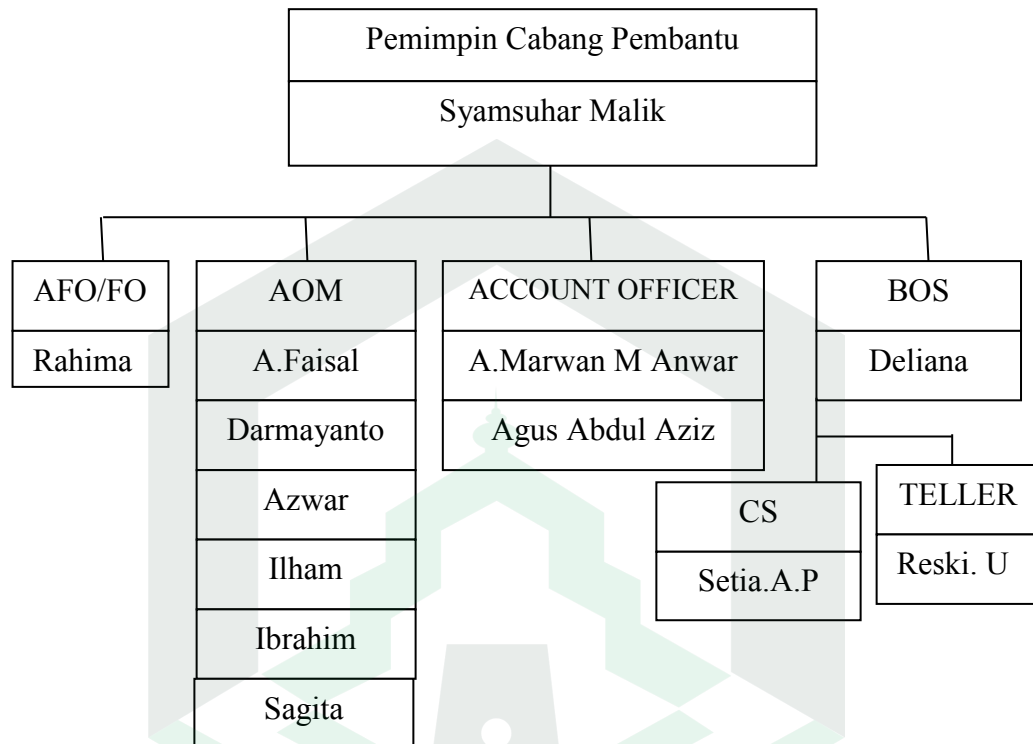
Kantor cabang BRI Syariah Palopo merupakan wujud dari BRI dalam hal ini Uit Usaha Syariah (UUS) dalam usahanya mengembangkan pelayanan kepada nasabah.

struktur organisasi menggambarkan pembagian kerja, wewenang antara orang orang atau unit-unit dalam organisasi. Struktur organisasi merupakan salah satu faktor yang turut mempengaruhi tingkat keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

¹ Bank BRI Syariah KCP Palopo.

Adapun struktur organisasi bank BRI Syariah KCP palopo, Jl.Andi Djemma No. 15 B Kel. Amassangan Kec. Kota Palopo adalah:

Struktur Organisasi BRI Syariah KCP Palopo



Sumber: BRI Syariah KCP Palopo

Dari struktur organisasi Bank BRI Syariah dapat dilihat uraian yang dikerjakan dalam aktivitas perbankan atau deskripsi jabatan antara lain;

a. Pimpinan Cabang

- 1) Mengusahakan agar ketentuan umum pembiayaan BRI dan pedoman pelaksanaan pembiayaan bisnis syariah dipatuhi secara benar dan

konsisten guna memperoleh keuntungan yang optimal serta menciptakan pelayanan yang prima.

- 2) Melaksanakan misi kantor cabang pembantu secara keseluruhan.
- 3) Mengelola pelaksanaan sistem dan prosedur.
- 4) Merencanakan, mengembangkan, melaksanakan, serta mengelola layanan unggul kepada nasabah.
- 5) Mempertanggung jawabkan pelaksanaan tugas pokok, fungsi, serta kegiatannya.

b. *Funding Officer* (FO)

- 1) Meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah
- 2) Melakukan kegiatan promosi produk dan jasa.
- 3) Menjaga hubungan baik dan mempertahankan nasabah-nasabah yang telah menyimpan di Bank.
- 4) Menyusun rencana kerja 3 bulanan berdasarkan rencana kerja tahunan yang telah ditetapkan oleh pimpinan cabang.
- 5) Melaporkan kepada pimpinan cabang atas hasil-hasil pencapaiannya.

c. *Account Officer* (Mikro & Makro)

- 1) Mempersiapkan dan melaksanakan rencana atas *account* yang menjadi tanggung jawabnya serta memantau hasil yang dapat dicapainya dan menetapkan prioritas pembiayaan atas *account* yang dilakukannya.
- 2) Bertindak sebagai pejabat pemrakarsa (penganalisa, pengevaluasi, dan perekomendasi) pembiayaan.

- 3) Melakukan fungsi penyelamatan dan penyelesaian pembiayaan bermasalah bila ditunjuk untuk menangani pembiayaan bermasalah.
- 4) Melakukan pembinaan dan penagihan pembiayaan yang menjadi tanggung jawabnya mulai dari realisasi sampai dengan pelunasan pembiayaan.
- 5) Mematuhi dan mentaati Undang-Undang perbankan yang berlaku, dan ketentuan lain yang berkaitan dengan pembiayaan.

d. *Branch Operational supervisor* (BOS)

- 1) Mengkordinasi pelaksanaan operasional Bank di kantor cabang/cabang pembantu dengan cara memberikan layanan operasional Bank yang akurat dan tepat waktu, sehingga seluruh transaksi dari nasabah dapat ditangani dan diselesaikan secara *excellent*.
- 2) Memberikan dukungan kepada manager operasi dan pimpinan cabang, serta seluruh jajaran bisnis dan *support* di cabang, berupa:
 - a) Menyediakan layanan operasi kas, pembukaaan/penutupan rekening, transfer, pencairan pembiayaan yang akurat dan tepat waktu secara konsisten.
 - b) Melaksanakan layanan operasi lainnya yang dilakukan di kantor cabang/cabang pembantu sehingga tidak terdapat *open item* dalam jangka waktu lama.
 - c) Sebagai narasumber dalam layanan operasi kantor cabang/cabang pembantu baik di internal Bank maupun dengan jaringan Bank eksternal lainnya.

d) Membangun *team work* dan komunikasi yang efektif di kantor cabang/cabang pembantu.

e. *Customer Service (CS)*

- 1) Memberikan informasi baik produk maupun layanannya yang dibutuhkan oleh nasabah atau calon nasabah.
- 2) Melayani nasabah dalam pembukaan dan penutupan rekening serta transaksi lainnya sesuai aturan dan SLA (*Service Level Agreement*) yang ditetapkan untuk mencapai *service excellent*.
- 3) Memberikan dukungan kepada *Supervisor Branch Operation, Operation Manager*, berupa:
 - a) Memproses layanan operasi pembukaan dan penutupan rekening, serta transaksi lainnya yang dilakukan nasabah di *customer service*, dengan akurat, sopan, ramah dan tepat waktu secara konsisten.
 - b) Sebagai narasumber dalam layanan operasi dan produk bank sesuai dengan kewenangan dan tanggung jawabnya;
 - c) Menjadi bagian dari *team operation* yang solid, dapat bekerjasama dan berkomunikasi efektif.

f. *Teller*

- 1) Melayani nasabah untuk transaksi setor dan penarikan tunai dan non tunai serta transaksi lainnya sesuai dengan aturan dan SLA (*service Level Agreement*) yang ditetapkan untuk mencapai *service excellent*.
- 2) Memberikan dukungan kepada *supervisor branch operation*, pimpinan cabang, berupa:

- a) Memproses layanan operasi pembukaan dan penutupan rekening, serta transaksi lainnya yang dilakukan nasabah di *customer service*, dengan akurat, sopan, ramah dan tepat waktu secara konsisten.
- b) Sebagai narasumber dalam layanan operasi dan produk bank sesuai dengan kewenangan dan tanggung jawabnya;
- c) Menjadi bagian dari *team operation* yang solid, dapat bekerjasama dan berkomunikasi efektif.

D. Perkembangan Bank BRI Syariah di Kota Palopo

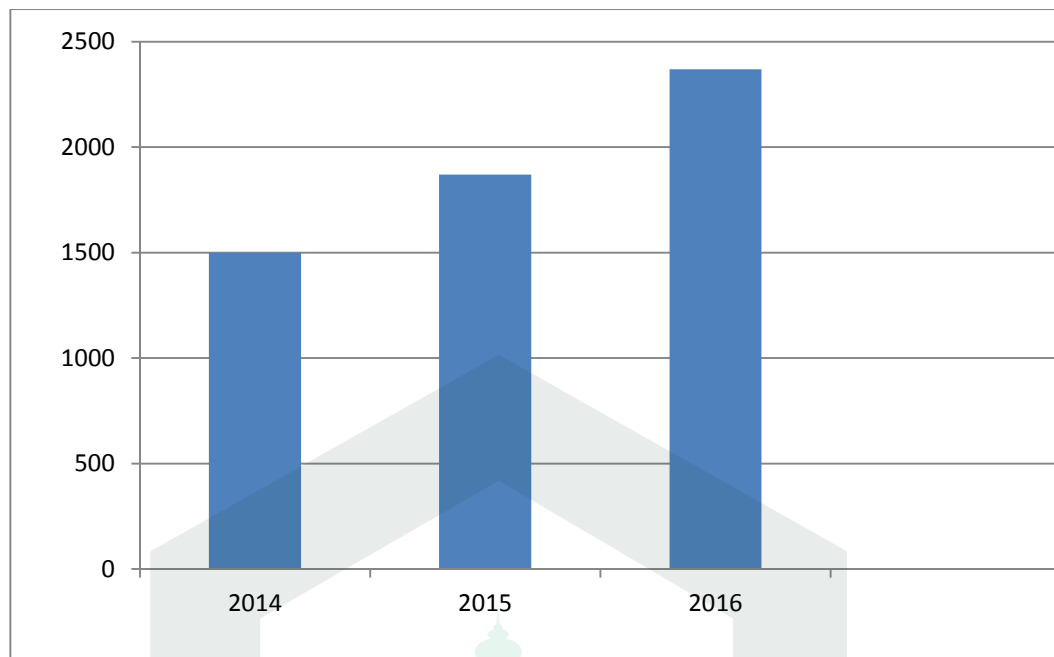
Bank BRI Syariah di Sulawesi Selatan mempunyai beberapa cabang di sejumlah daerah, sedangkan disekitar luwu raya sendiri mempunyai cabang hanya berada di kota palopo, pertama kali berdiri 6 Januari 2014 memiliki pegawai sebanyak 12 orang kemudian di tahun 2015 meningkat menjadi 14 orang kemudian di tahun 2016 kemarin menjadi 16 orang.

Dari penelusuran penulis, Untuk Jaringan kantor cabang di sulawesi selatan antara lain:

KCP Wajo Sudirman	Jl. Jend. Sudirman No. 70 Wajo, SN Indonesia Phone: 0485-323680
KCP Pinrang Ahmad Yani	Jl. Ahmad Yani No. 59 Pinrang, SN Indonesia Phone: 0421-921359
KCP Palopo	Jl. Andi Djemma No. 15B Palopo, SN Indonesia Phone: 0471-351111

KCP Makassar Pannampu	Jl. Pannampu No. 7 Makassar, SN Indonesia Phone: 0411-4665611
KC Makassar Pettarani	Jl. Andi Pangeran Pettarani No.70 Makassar, SN Indonesia Phone: 0411-430003/4349000
KCP Makassar Tamalanrea	Jl. Perintis Kemerdekaan (KM. 10) Kompleks Pertokoan Tamalanrea Unit 12 Makassar, SN Indonesia
KCP Makassar Arief Rate	Jl. Arief Rate No. 12 Makassar, SN Indonesia Phone: 0411-832626
KCP Gowa Sungguminasa	Jl. KH. Wahid Hasyim No. 256 Gowa, SN Indonesia Phone: 0411-8220390/8220392
KCP Bone	Jl. Durian No. 5 Bone, SN Indonesia Phone: 0481-26224

Menurut A.Marwan karyawan BRI Syariah KCP Palopo, nasabah Bank BRI Syariah dari tahun ketahun meningkat tercatat sejak berdirinya BRI Syariah di kota palopo pada 6 januari 2014 jumlah nasabah terus meningkat, di tahun 2014 jumlah nasabah 1500 orang, di tahun 2015 meningkat menjadi 1870 orang (24,66%) dan pada tahun 2016 kemarin tercatat nasabah Bank BRI Syariah KCP Palopo berjumlah 2370 orang (26,73%).

Tabel Jumlah Nasabah Bank BRI syariah KCP Palopo.²

Sumber : A. Marwan (kariawan BRI syariah KCP Palopo)

Bank BRI Syariah mencatatkan pertumbuhan kinerja positif selama 3 tahun pencapaiannya yang dimulai dari awal tahun 2014 sampai akhir tahun 2016, kinerja Bank BRI Syariah mengalami pertumbuhan dalam bentuk Aset, DPK, Pembiayaan dan Laba.

Dari hasil penelusuran penulis, dapat dilihat pertumbuhan kinerja Bank BRI Syariah dari tahun 2014 sampai 2016 antara lain:

² A. Marwan(Karyawan Bank BRI Syariah KCP Palopo), Wawancara di Kantor BRI Syariah KCP Palopo, 7 Februari 2017

KINERJA BANK BRI SYARIAH TAHUN 2014		
INDIKATOR	JUMLAH	KENAIKAN
ASET (Rp triliun)	20,34	17,64%
DPK (Rp triliun)	16,71	17,64%
PEMBIAYAAN(Rp triliun)	15,69	7,14%
LABA(Rp miliar)	15,38	1,12%

KINERJA BANK BRI SYARIAH TAHUN 2015		
INDIKATOR	JUMLAH	KENAIKAN
ASET (Rp triliun)	24,23	20%
DPK (Rp triliun)	19,65	18,75%
PEMBIAYAAN (Rp triliun)	16,66	6,66%
LABA (Rp miliar)	122,64	713,33%

KINERJA BANK BRI SYARIAH TAHUN 2016		
INDIKATOR	JUMLAH	KENAIKAN
ASET (Rp triliun)	27,69	12,5%
DPK (Rp triliun)	22,00	15,78%
PEMBIAYAAN (Rp triliun)	18,04	12,5%
LABA (Rp miliar)	170,21	39,34%

Sumber: Bank BRI Syariah

E. Peran Promosi Produk Bank BRI Syariah di Kota Palopo

Dengan adanya promosi masyarakat Kota Palopo lebih mudah mengetahui tentang keberadaan bank BRI Syariah dan lebih mengenal lagi produk-produk yang ada Bank BRI Syariah itu sendiri dan cukup berperan banyak terhadap perkembangan bank BRI Syariah yang ada di Kota Palopo secara khusus dan di Indonesia pada umumnya.

Produk sudah ada, harga juga sudah ditetapkan, dan tempat (lokasi dan *layout* sudah disediakan), artinya produk sudah benar-benar siap untuk dijual. Agar produk tersebut dapat dijual ke masyarakat atau nasabah, maka masyarakat perlu tahu kehadiran produk tersebut, berikut manfaat, harga, di mana dapat diperoleh dan kelebihan produk dibandingkan produk pesaing atau perbankan lain.

Adapun promosi produk Bank BRI Syariah yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu bagaimana Bank BRI Syariah memperkenalkan atau menawarkan produk-produknya kepada masyarakat, agar mereka mengetahui keunggulan-keunggulan produk yang ditawarkan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk perbankan.³

Adapun metode atau cara yang digunakan yaitu:

1. Promosi

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

³ A. Marwan(Karyawan Bank BRI Syariah KCP Palopo), Wawancara di Kantor BRI Syariah KCP Palopo, 7 Februari 2017.

Tanpa promosi jangan diharapkan mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik nasabah yang baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut memengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata nasabahnya.⁴

Dalam praktinya promosi yang digunakan oleh Bank BRI Syariah dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya yaitu:

a. Periklanan (*Advertising*)

Merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, *billboard*, koran, majalah, televisi, *facebook*, *bbm*, dan media online lainnya.

Tujuan penggunaan dan pemilihan media iklan melalui promosi periklanan yaitu:

1. Untuk pemberitahuan tentang segala hal sesuatu yang berkaitan dengan produk dan jasa bank yang dimiliki oleh Bank BRI Syariah kota Palopo.
2. Untuk mengingatkan kembali kepada nasabah tentang keberadaan atau keunggulan jasa bank yang ditawarkan oleh Bank BRI Syariah.
3. Untuk menarik perhatian dan minat para nasabah baru dengan harapan akan memperoleh daya tarik dari para calon nasabah.
4. Mempengaruhi nasabah saingan agar berpindah ke Bank BRI Syariah.

⁴ Agus Abdul Aziz(Karyawan Bank BRI Syariah KCP Palopo), Wawancara di Kantor BRI Syariah KCP Palopo, 7 Februari 2017

5. Membangun citra perusahaan untuk jangka panjang, baik produk yang dihasilkan maupun nama perusahaan.

b. Publisitas (*publicity*)

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial serta kegiatan lainnya. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank dimata para nasabahnya. Oleh karena itu, publisitas perlu diperbanyak lagi.

Tujuannya adalah agar nasabah lebih mengenal Bank BRI lebih dekat. Dengan ikut kegiatan tersebut nasabah akan selalu mengingat bank tersebut dan diharapkan akan menarik nasabah, kegiatan publisitas dapat dilakukan melalui keikutsertaan pada sejumlah even yaitu:

1. pameran
2. kegiatan amal
3. Sponsorship kegiatan.

c. Penjualan Pribadi (*Personal selling*)

Merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan bank dalam melayani serta ikut memngaruhi nasabah. dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum di lakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari *cleaning service*, satpam sampai pejabat bank. *Personal selling* juga dilakukan melalui merekrut tenaga-tenaga *salesman* dan *salesgirl* untuk melakukan penjualan *door to door*.

Penjualan secara *persoanal selling* akan memberikan beberapa keuntungan bank, yaitu :

1. Bank dapat langsung bertatap muka dengan nasabah atau calon nasabah, sehingga dapat langsung menjelaskan tentang produk bank kepada nasabah secara rinci.
2. Dapat memperoleh informasi langsung dari nasabah tentang kelemahan produk kita langsung dari nasabah, terutama dari keluhan nasabah sampaikan termaksud informasi dari nasabah tentang bank lain.
3. Petugas bank dapat memengaruhi nasabah dengan berbagai argumen yang dimiliki.
4. Memungkinkan hubungan terjalin dengan akrab antara bank dengan nasabah
5. Membuat situasi seolah-olah mengharuskan nasabah mendengarkan, memperhatikan, dan menanggapi bank.

Dari hasil promosi produk yang dilakukan oleh Bank BRI Syariah dapat diketahui bahwa produk yang paling banyak diminati oleh nasabah yaitu produk Tabungan faedah BRI Syariah iB alasannya karena:

- 1) Ringan setoran awal Rp. 100.00,- (di awal kemunculan Rp. 50.000)
- 2) Gratis biaya administrasi bulanan
- 3) Gratis biaya kartu ATM bulanan
- 4) Biaya tarik tunai murah atas jaringan ATM BRI, bersama dan Prima
- 5) Biaya transfer murah
- 6) Biaya cek saldo murah
- 7) Biaya debit prima

Dilengkapi dengan berbagai fasilitas *e-channel* berupa *SMS Banking*, *Mobile banking*, *Internet Banking*.

Dari hasil penelusuran penulis, jumlah dana promosi pada Bank BRI Syariah KCP Palopo adalah sebagai berikut:

Jumlah Dana Promosi Dari Tahun 2014-2016	
TAHUN	JUMLAH
2014	Rp.20.000.000
2015	Rp.25.000.000
2016	Rp.35.000.000

Menurut salah satu karyawan Bank BRI Syariah di kota Palopo, dana promosi yang tercantum diatas digunakan untuk membuat brosur, papan reklame, spanduk dan biaya transportasi selama melakukan kegiatan promosi. Adapun kegiatan-kegiatan lainnya yang BRI Syariah KCP Palopo lakukan dananya diminta langsung kecabang makassar melalui pesan email, sesuai dengan jumlah dana kebutuhan yang diperlukan.⁵

F. Kendala dan solusi yang dihadapi Bank BRI Syariah dalam mempromosikan produk-produknya di kota palopo

a. Kendala-kendala Yang di hadapi:

- 1) Kurangnya komunikasi antara masyarakat
- 2) Pemahaman masyarakat tentang bank syariah kurang.
- 3) Sumber daya manusia terbatas.

⁵ Deliana(Karyawan Bank BRI Syariah KCP Palopo), Wawancara di Kantor BRI Syariah KCP Palopo, 15 April 2017

- 4) Waktu terbatas.
 - 5) Mempengaruhi atau meyakinkan nasabah.
- b. Solusi yang di berikan oleh Bank BRI Syariah:
- 1) Melakukan perencanaan yang matang sebelum melakukan promosi produk-produknya.
 - 2) Memberikan informasi terkait keberadaan produk-produk Bank BRI Syariah yang berada di kota palopo.
 - 3) Memanfaatkan setiap momen menjadi ladang promosi di manapun, contohnya; ketika nongkrong.
 - 4) Memberikan keyakinan kepada nasabah tentang keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh Bank BRI Syariah yang berada di kota palopo.⁶

G. Produk-produk BRI Syariah KCP Palopo

Dari hasil penelusuran penulis, terdapat 14 produk yang ada di Bank BRI Syariah diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Produk pendanaan (*Funding*)
 - 1) Tabungan faedah BRI Syariah

Adalah produk tabungan dari BRI Syariah yang dikelola dengan prinsip titipan menggunakan akad *Wadiah Yad Dhamanah* untuk nasabah perorangan yang menginginkan kemudahan transaksi keuangan sehari-hari. Dengan fasilitas atau keunggulan: beragam FAEDAH (Fasilitas Serba Mudah), dilengkapi dengan

⁶ Agus Abdul Aziz(Karyawan Bank BRI Syariah KCP Palopo), Wawancara di Kantor BRI Syariah KCP Palopo, 7 Februari 2017

berbagai fasilitas *e-channel* berupa *SMS Banking*, *Mobile Banking*, *Internet Banking*.

2) Tabungan Impianku BRI Syariah

Adalah produk tabungan berjangka dari BRI Syariah dengan prinsip bagi hasil menggunakan akad *Mudharabah Muthlaqah* yang dirancang untuk nasabah perorangan yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabahnya (kurban, pendidikan, liburan, belanja) dengan terencana memakai mekanisme *autodebet* setoran rutin bulanan serta pengelolaan dana sesuai syariah yang dilindungi asuransi jiwa. Dengan fasilitas atau keunggulan mendapatkan buku tabungan dan sertifikat asuransi.

3) Tabungan Haji BRI Syariah

Merupakan produk tabungan dari BRI Syariah dengan menggunakan akad *Mudharabah muthlaqah* bagi calon jamaah haji yang bertujuan memenuhi kebutuhan biaya perjalanan ibadah haji (BPIH) dengan prinsip bagi hasil.

4) Simpanan Pelajar (Simpel) BRI Syariah iB

Adalah produk tabungan dengan menggunakan akad *wadiah* untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini melalui kerjasama antara BRI Syariah dengan sekolah.

5) Giro BRI Syariah iB

Merupakan produk simpanan dari BRI Syariah bagi nasabah perorangan maupun perusahaan untuk kemudahan berbisnis dengan pengelolaan dana

berdasarkan prinsip titipan akad *Wadi'ah yad dhamanah* untuk kemudahan transaksi bisnis sehari-hari dimana penarikan dana menggunakan cek & *bilyet giro*

6) Deposito BRI Syariah iB

Adalah produk investasi berjangka dari BRI Syariah dengan menggunakan akad *Mudharabah Muthlaqah* bagi nasabah perorangan maupun perusahaan yang memberikan keuntungan optimal kepada deposan dalam mata uang tertentu. Keuntungan yang diberikan adalah dana dikelola dengan prinsip syariah sehingga *shahibul maal* tidak perlu khawatir akan pengelolaan dana. Fasilitas yang di berikan berupa *ARO (Automatic Rol Over)* dan *Bilyet Deposito*.

b. Produk Pembiayaan

1) Qardh Beragun Emas BRI Syariah iB (Gadai)

Untuk memberikan solusi memperoleh dana tunai untuk memenuhi kebutuhan dana mendesak ataupun untuk keperluan modal usaha dengan proses cepat, mudah, aman, dan sesuai syariah untuk ketentraman nasabah.

2) KKB BRI Syariah iB

Merupakan produk jual beli yang menggunakan sistem *murabahah*, adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh Bank dan Nasabah (*fixed margin*). Dengan tujuan pembelian mobil baru, pembelian mobil *second* dan *take over*/pengalihan pembiayaan KKB dari lembaga pembiayaan lain.

3) KPR BRI Syariah iB

Merupakan pembiayaan kepemilikan rumah kepada perorangan dengan menggunakan prinsip jual beli (*murabahah*) di mana akad jual beli barang dilakukan dengan menyertakan harga perolehan ditambah margin keuntungan yang disepakati oleh penjual dan pembeli untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan akan hunian dimana pembayarannya secara angsuran dengan jumlah angsuran yang telah ditetapkan di muka dan di bayar setiap bulan. Dengan tujuan pembelian property, pembangunan/renovasi rumah, dan *take over*/pengalihan pembiayaan KPR dari lembaga pembiayaan lain.

4) EmBP BRI Syaiah iB

Suatu produk untuk memenuhi kebutuhan/pegawai khususnya karyawan dari perusahaan swasta/instansi pemerintah yang bekerjasama dengan Bank BRI Syariah dalam program kesejahteraan karyawan (EmBP). Suatu produk untuk memenuhi kebutuhan /pegawai khususnya karyawan dari perusahaan swasta/instansi pemerintah yang bekerja sama dengan Bank BRI Syariah dalam program kesejahteraan karyawan(EmBP), produk ini dipergunakan untuk berbagai keperluan dan bertujuan untuk meningkatkan loyalitas karyawan dan bertujuan untuk meningkatkan loyalitas karyawan kesejahteraan/pegawai (EmBP).

5) Pembiayaan Mikro

Merupakan pembiayaan BRI Syariah dengan menggunakan akad *murabahah* dimana akad jual beli barang dilakukan dengan menyertakan harga perolehan ditambah *margin* keuntungan yang disepakati oleh penjual dan pembeli untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan usaha kecil dengan proses

cepat, syarat mudah, margin rendah, pinjaman sampai Rp. 500.000.000,- bonus cashback tiap 6 bulan dengan syarat ketentuan berlaku.

a) Pembiayaan Mikro 25 iB

Merupakan produk pembiayaan BRI Syariah untuk usaha kecil dengan nominal pembiayaan dibawah 25 juta. Artinya nasabah yang membutuhkan dana untuk modal pengembangan usaha hanya dapat meminjam dana sebagai modal usaha sebesar Rp. 5.000.000,-sampai dengan Rp. 25.000.0000,-dengan tenor maksimal 36 bulan.

b) Pembiayaan Mikro 75 iB

Merupakan produk pembiayaan BRI Syariah untuk usaha kecil dengan nominal pembiayaan 25 juta sampai 75 juta. Artinya nasabah yang membutuhkan dana untuk modal pengembangan usaha hanya dapat meminjam dana sebagai modal usaha sebesar Rp. 25.000.000,-sampai dengan Rp. 75.000.0000,-dengan tenor maksimal 60 bulan.

c) Pembiayaan Mikro 500 iB

Merupakan produk pembiayaan BRI Syariah untuk usaha kecil dengan nominal pembiayaan antara 75 juta sampai 500 juta. Artinya nasabah yang membutuhkan dana untuk modal pengembangan usaha hanya dapat meminjam dana sebagai modal usaha sebesar Rp. 75.000.000,-sampai dengan Rp. 500.000.0000,-dengan tenor maksimal 60 bulan.

Kemudian syarat khusus bagi pinjaman Mikro yaitu dengan menyerahkan jaminan atau agunan, dapat berupa Tanah dan Bangunan, Tanah Kosong, kendaraan, Kios atau deposito dan NPWP.

c. Produk Jasa

1) *Remittance* BRI Syariah

Kemudahan melakukan pengiriman uang tunai dengan fasilitas transfer tanpa perlu memiliki rekening di bank untuk dapat menerima kiriman uang dan cukup menggunakan telepon seluler.

2) *Internet Banking*

Berdasarkan konsep layanan BRI Syariah yang memberikan kemudahan kepada nasabah untuk bertransfer darimana saja dan kapan saja sesuai dengan kebutuhan nasabah, PT. BRI Syariah juga di hadirkan sebuah kemudahan, kenyamanan serta keamanan akses perbankan tanpa batas melalui *Internet Banking*.

3) *CallBRIS*

Merupakan layanan yang memberikan kemudahan bagi nasabah untuk menghubungi BRI Syariah melalui telepon.

Produk dana dan jasa Bank BRI Syariah tersebut di sosialisasikan kepada masyarakat, agar mereka dapat mengetahui keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh produk perbankan tersebut, sehingga mereka dapat tertarik untuk menggunakan produk tersebut, dan mereka juga bisa membandingkan keuntungan jika menggunakan produk tersebut dibandingkan dengan produk perbankan lain. Diharapkan dengan adanya kegiatan promosi produk bank BRI Syariah cabang Pembantu kota Palopo semakin dikenal di masyarakat luas.⁷

⁷ A. Marwan(Karyawan Bank BRI Syariah KCP Palopo), Wawancara di Kantor BRI Syariah KCP Palopo, 7 Februari 2017

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Perkembangan bank syariah terutama di Kota Palopo, belum pesat seperti bank-bank konvensional yang lainnya hal ini disebabkan karena proses sosialisasi yang kurang terutama dalam hal produk-produknya. Sehingga banyak masyarakat yang tidak mengetahui keunggulan produk bank syariah tersebut.

Agar produk-produk bank syariah lebih dikenal oleh masyarakat terutama di Kota Palopo perlu diadakan proses promosi, hal ini dilakukan karena masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keunggulan-keunggulan produk bank syariah dan perbedaannya dengan produk perbankan konvensional.

Proses promosi produk-produk bank syariah sangatlah penting bagi perkembangan bank itu sendiri, karena jika produknya sudah dikenal oleh masyarakat, dan mereka tahu keunggulan produk tersebut, maka mereka akan menggunakan produk-produk tersebut. Terutama bagi umat Islam mereka tidak akan ragu lagi menggunakan produk bank syariah karena sesuai dengan ajaran agama Islam.

Setelah menguraikan beberapa permasalahan maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Perkembangan Bank BRI Syariah di kota palopo, Menurut salah satu karyawan Bank BRI Syariah KCP Palopo, nasabah Bank BRI Syariah dari tahun ketahun meningkat sejak berdirinya BRI Syariah di kota palopo pada 6 januari 2014 jumlah nasabah terus meningkat setiap tahunnya, di tahun 2014 jumlah

nasabah 1500 orang, kemudian di tahun 2015 meningkat menjadi 1870 orang (24,66%) dan pada tahun 2016 kemarin tercatat nasabah bank BRI Syariah KCP Palopo berjumlah 2370 orang (26,73%). Dengan perkembangan ini dapat diketahui bahwa perkembangan Bank BRI Syariah setiap tahunnya meningkat secara signifikan.

2. Peran promosi produk Bank BRI Syariah yang dimaksud bagaimana Bank BRI Syariah memperkenalkan atau menawarkan produk-produknya kepada masyarakat, agar mereka mengetahui keunggulan-keunggulan produk yang ditawarkan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk perbankan. Adapun metode yang digunakan untuk memperkenalkan produk-produk yang ditawarkan oleh Bank BRI Syariah yaitu dengan menggunakan metode promosi, yang terdiri atas periklanan yang dilakukan melalui berbagai media seperti : lewat pemasangan *Billboard* (papan nama), membagikan brosur kepada masyarakat, pemasangan spanduk dilokasi tertentu dan strategis, melalui koran, majalah dan kadang juga sebagai *sponsorship* kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh mahasiswa di kampus IAIN Palopo. Kemudian penjualan pribadi yang dilakukan oleh karyawan Bank BRI Syariah sasaran utama didalam keluarga, keteman dekat lalu ke masyarakat luas secara *door to door*.

3. Adapun kendala yang ditemukan Bank BRI Syariah dalam mempromosikan produk-produknya yaitu : kurangnya pemahaman masyarakat tentang bank yang berbasis syariah sehingga agak sulit untuk mempengaruhi atau meyakinkan masyarakat, perbedaan produk yang membuat masyarakat tidak mau kehilangan kesempatan mendapatkan penghasilan tetap berupa bunga dari simpanan yang berlaku di bank konvensional. Mereka tidak mau pendapatannya dibagi dengan bank syariah. Dan kurangnya sumber daya manusia yang memiliki keahlian dalam bank syariah masih sedikit.

B. Saran-saran

1. Diharapkan kepada instansi Bank BRI Syariah Cabang Pembantu Kota Palopo dalam mempromosikan produk yang dimiliki kepada masyarakat harus lebih ditingkatkan lagi dalam bentuk lebih sering mengikuti event agar produk-produknya semakin dikenal di masyarakat luas.

2. Bank BRI Syariah Cabang Pembantu Kota Palopo, seyogyanya lebih kompetitif dalam memperkenalkan produk agar masyarakat lebih tertarik untuk menggunakan layanan bank tersebut.

3. Mengatasi kendala dalam mempromosikan produknya di Bank BRI Syariah misalnya dengan cara merekrut calon karyawan yang betul-betul mempunyai pengetahuan dibidang perbankan. Peningkatan pelayanan yang maksimum, sarana yang lebih lengkap, manajemen lebih mantap dan matang sehingga dapat bersaing pada bank-bank lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemahanya

Arifin, Zainul, *Memahami Bank Syariah Lingkup, Peluang, Tantangan dan Prospek*, Cet. 3; Jakarta : Alvabet, 2000.

A.Karim, Adiwarman, *Bank Islam (Analisis Fiqih dan Keuangan)*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2007.

Cummins, Julian, *Promosi Penjualan Bagaimana Menciptakan dan Menerapkan Program Yang Benar-benar Berhasil*, Ciputat-Tangerang : Binarupa Aksara, 2010.

Departemen Agama R.I,*Al-Quran dan Terjemahanya*, Cet. VI; Bandung: CV. Diponegoro, 2008.

Dewan Redaksi Ensiklopedi Islam, *Ensiklopedi Islam*, Jilid. I. Cet. III; Jakarta: Ihtiar Rawvanhouse, 1994.

Departemen Agama R.I.

[Digilib.uinsby.ac.id/8647/5/bab](http://digilib.uinsby.ac.id/8647/5/bab).

<http://www.pengertianahli.com/2014/04/pengertian-promosi-menurut-para-ahli.html?m=1>

http://produk-banksyariah.blogspot.co.id/2015/04/pengertian-bank-syariah_10.html?m=1

Kasmir, *pemasaran Bank*,Cet. 1; Jakarta: *Kencana*,2004.

-----, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2008.

Muslehuddin, Muhammad, *Sistem Perbankan Dalam Islam*, Jakarta: PT Rineka Cipta.

Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Cet. II; Yogyakarta: Ekonisia, 2005.

Moleong, Lexy J, *Metodoloji Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009.

Nurwin, Dzen [http://Muaddabah. Wordpress.com/uu No,21 Tahun 2008](http://Muaddabah.Wordpress.com/uu%20No,21%20Tahun%202008)
tentang Perbankan Syariah. Selasa, 15 November 2016.



- Nazir, Moh, *Metode penelitian*, Cet. VI; Bogor: Ghalia Indonesia, 2005.
- Nur Rianto, M. Al Arif, *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Rivai, Veithhzal, Andriana Permata Veithzal, Ferry N. Idroes, *Bank and Financial Institution Management*, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Subana, M. *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*, (Cet. II; Bandung: Pustaka setia, 2001.
- Sumitro, Warkum, *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait (BMUI dan TAKAFUL) dan Pasar Modal Syariah di Indonesia*, Cet. IV; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2004.
- Surakhmat, Winarno, *Pengantar Penelitian Ilmiah dan Metode Teknik*, Cet. IX; Bandung: Tarsito, 2001.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, cet. Ke-10,2010.
- Syafi'I, Muh. Antonio, *Bank Syariah (Dari teori ke Praktik*, Cet. I; Jakarta: Gema Insani Press,2001.
- Wawancara dengan A.Marwan, Palopo 07 Februari 2017.
- Wawancara dengan Agus Abdul Aziz, Palopo 07 Februari 2017.
- Wibowo, Edy dan Untung Hendy Widodo, *Mengapa Memilih Bank Syariah*, Cet. 1; Bogor : Ghalia Indonesia, 2005.







