

**ANALISIS STRATEGI BERSAING BANK SYARIAH
INDONESIA KCP TOMONI DALAM UPAYA
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH**

Skripsi

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



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

2022

**ANALISIS STRATEGI BERSAING BANK SYARIAH
INDONESIA KCP TOMONI DALAM UPAYA
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH**

Skripsi

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



Akbar Sabani, S.E.I.,ME

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

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Analisis Strategi Bersaing Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah yang ditulis oleh Miftahul Janna, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 17 0402 0078 mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Jum'at, 11 Maret 2022 bertepatan dengan tanggal 8 Sya'ban 1443 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 19 April 2022

TIM PENGUJI

- | | |
|------------------------------|-------------------|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M. | Ketua Sidang |
| 2. Nurdin Batjo, S.Pt., M.M. | Sekretaris Sidang |
| 3. Hendra Safri, S.E., MM. | Penguji I |
| 4. Ishak, S.El., M.El. | Penguji II |
| 5. Akbar Sabani, S.El., ME. | Pembimbing |

Mengetahui :

a.n Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah


Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
NIP. 19610208 199403 2 001


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

HALAMAN PENGESAHAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Miftahul Janna
NIM : 17 0402 0078
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : “Analisis Strategi Bersaing Bank Syariah Indonesia dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah”

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

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

Bilamana dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 23 November 2021

nembuat pernyataan,



Miftahul Janna
NIM. 17 0402 0078

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب لعلمين والصلاة والسلام على اشرف الاء نبياء وا
لمرسلين سيدنا محمد وعلى اله واصحابه اجمعين.

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Analisis Strategi Bersaing Bank Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah” setelah melalui proses yang panjang.

Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW, kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam bidang Perbankan Syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada kedua orang tuaku tercinta, terkasih dan tersayang Ayahanda Muhammad Cakir dan Ibunda Hasmawati, yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang, dan juga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, Bapak Dr. H. Muammar Arafat, S.H., M.H. selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Bapak Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E.,

M.M. selaku Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Dr. Muhaemin, M.A. selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Ibu Dr. Hj. Ramlah Makkulasse, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Bapak Dr. Muhammad Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Tadjuddin, S.E., M. Ak., CA. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Dr. Takdir, S.H., M.H. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Bapak Hendra Safri, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo beserta para Dosen dan Staf yang telah banyak memberi arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Akbar Sabani, S.E.I., ME. selaku Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan, masukan dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Hendra Safri, S.E., M.M. selaku Penguji Pertama dan Ishak, S.E.I., M.EI selaku Penguji Dua yang telah banyak memberi arahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Jumarni, ST., M.E.Sy. selaku Penasihat Akademik.
7. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo Madehang, S.Ag., M.A., beserta staf yang telah menyediakan buku-buku/literatur untuk keperluan studi kepustakaan dalam menyusun skripsi ini.
8. Para Staf IAIN Palopo, dan terkhusus kepada Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang banyak membantu saya terlebih dalam pengurusan berkas-

berkas demi penyelesaian studi saya.

9. Pimpinan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tomoni beserta Pegawainya yang telah memberikan izin dan bantuan dalam melakukan penelitian untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada suami saya yang tercinta, dan tersayang Muh. Ardian Alimuddin, SH yang telah membantu dan menemani saya dalam penyusunan skripsi ini.
11. Kepada kakak saya Lina Nirwana, S.Pd., Gr. yang telah memberikan masukan dan support dalam penyusunan skripsi ini.
12. Kepada Sahabat-sahabatku di FOURA dan TOPMALABOWS yang selama ini membantu , memberi support dan selalu menghibur saat sedang galau dalam penyusunan skripsi ini dan semua teman-teman seperjuangan, mahasiswa (i) Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo angkatan 2017 (khususnya kelas PBS B).

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi setiap yang memerlukan dan semoga Allah SWT menuntun kearah yang benar dan lurus.
Aamiin.

Palopo, 23 November 2021

Penulis

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa'	Ĥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Šad	Š	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>dammah</i>	u	u

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اُو	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*
هُوَلْ : *hauła*

3. Maddah

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

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا... ا... اِي	<i>fathah dan alif atau yā'</i>	ā	a dan garis di atas
اِي	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
اُو	<i>ḍammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتَ : *māta*
رَمَى : *rāmā*
قِيلَ : *qīla*
يَمُوتُ : *yamūtu*

4. *Tā marbūtah*

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

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

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>raudah al-atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: <i>al-madīnah al-fādilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>al-hikmah</i>

5. Syaddah (*Tasydīd*)

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

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbanā</i>
نَجِّينَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-haqq</i>
نُعْمٍ	: <i>nu'ima</i>
عُدُو	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ	: 'Alī (bukan 'Aliyy atau A'ly)
عَرَبِيٌّ	: 'Arabī (bukan A'rabiyy atau 'Arabiy)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma'rifah* (َ). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*.

Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang

mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

السَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalzalāh</i> (bukan <i>az-zalzalāh</i>)
الفِلسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

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

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'murūna</i>
النَّوْعُ	: <i>al-nau'</i>
سَيِّئًا	: <i>syai'un</i>
أُمِرْتُ	: <i>umirtu</i>

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

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

Contoh:

Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī

Risālah fī Ri'āyah al-Maslahah

9. *Lafz al-Jalālah*

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

Contoh:

دِينُ اللَّهِ بِاللَّهِ

dīnullāh *billāh*

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

Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut

menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

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

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)
Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT.	= Subhanahu Wa Ta'ala
SAW.	= Sallallahu 'Alaihi Wasallam
AS	= 'Alaihi Al-Salam
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= Wafat Tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imran/3: 4
HR	= Hadits Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i	
HALAMAN JUDUL	ii	
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii	
PRAKATA	iv	
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	vii	
DAFTAR ISI	xv	
DAFTAR GAMBAR/BAGAN	xvii	
DAFTAR LAMPIRAN	xviii	
ABSTRAK	xix	
BAB I	PENDAHULUAN	1
	A. Latar Belakang	1
	B. Batasan Masalah	4
	C. Rumusan Masalah	4
	D. Tujuan Penelitian	4
	E. Manfaat Penelitian	5
BAB II	KAJIAN TEORI	6
	A. Kajian Penelitian Terdahu yang Relevan	6
	B. Deskripsi Teori	9
	C. Kerangka Pikir	11
BAB III	METODE PENELITIAN	13
	A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	13
	B. Fokus Penelitian	14
	C. Definisi Istilah	14
	D. Desain Penelitian	29
	E. Data dan Sumber Data	29
	F. Instrumen Penelitian	30
	G. Teknik Pengumpulan Data	31
	H. Pemeriksaan dan Keabsahan Data	32
	I. Teknik Analisis Data	33
BAB IV	DESKRPSI DAN ANALISIS DATA	35
	A. Deskripsi Data	35
	B. Hasil Penelitian dan Pembahasan	50
BAB V	PENUTUP	57
	A. Simpulan	57
	B. Saran	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Gambar 4.1 Struktur Organisasi BSI KCP Tomoni



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pedoman Wawancara
Lampiran 2	Berita Acara Seminar Proposal
Lampiran 3	Surat Izin Penelitian
Lampiran 4	Keterangan Wawancara
Lampiran 5	Data Jumlah Nasabah BSI KCP Tomoni
Lampiran 6	Nota Dinas Pembimbing
Lampiran 7	Halaman Persetujuan Pembimbing
Lampiran 8	Berita Acara Seminar Hasil
Lampiran 9	Nota Dinas Tim Penguji
Lampiran 10	Halaman Persetujuan Tim Penguji
Lampiran 11	Nota Dinas Tim Verifikasi
Lampiran 12	Dokumentasi
Lampiran 13	Kartu Kontrol
Lampiran 14	Riwayat Hidup

ABSTRAK

Miftahul Janna, 2021. “ Analisis Strategi Bersaing Bank Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing Oleh Akbar Sabani, S.E.I., ME.

Skripsi ini membahas tentang Analisis Strategi Bersaing Bank Syariah Indonesia dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah. Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah menganalisis bagaimana strategi bersaing BSI KCP Tomoni dalam meningkatkan jumlah nasabah. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data penelitian diperoleh dari data primer dan sekunder dengan menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Instrumen penelitian atau alat yang digunakan untuk mengambil data dalam penelitian ini yaitu handphone, kamera dan pedoman wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa strategi bersaing BSI KCP Tomoni dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah fokus memusatkan perhatian pada usaha yang melayani beberapa pangsa pasar dengan baik seperti kepemilikan rumah bersubsidi, BSI sebagai penyalur dana KUR, mitragunan dan cicil emas yang dikelola dengan sistem berbasis syariah. Dalam melakukan peningkatan jumlah nasabah pihak pegawai BSI KCP Tomoni juga terus berupaya dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat, kemudian aktif menginformasikan di media sosial tentang produk-produk dan program terbaru dari BSI baik itu di media sosial pegawai maupun media sosial daerah setempat.

Kata Kunci: Strategi Bersaing, Jumlah Nasabah BSI KCP Tomoni

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan syariah merupakan suatu pengembangan yang berdasarkan pada konsep ekonomi Islam dan yang paling utama adalah dalam bidang keuangan. Bank syariah dikembangkan dalam suatu lembaga bisnis keuangan dengan melaksanakan aktivitas usahanya berdasarkan pada prinsip-prinsip utama didalam ekonomi Islam. Bank yang dalam beroperasinya itu mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam. Bank merupakan suatu lembaga yang telah dipercaya sepenuhnya dikalangan masyarakat dalam menetapkan modal atau dana secara aman.¹

Peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Oleh karena itu, saat ini dan dimasa yang akan datang kita tidak akan lepas dari dunia perbankan jika hendak menjalankan aktivitas keuangan, baik perorangan maupun lembaga, baik sosial maupun perusahaan.² Di dalam tujuan ekonomi syariah yang menyangkut pada bank syariah bahwa tidak hanya terfokuskan pada suatu tujuan komersial yang terdapat pada gambaran pencapaian keuntungan maksimal, tetapi juga perannya untuk memberikan hidup sejahtera secara meluas bagi masyarakat.

¹ M. Syafi'i Antonio. Bank Syariah; dari Teori dan Praktek (Jakarta: Gema Insani, 2001), 153.

² Sandy. Market Share (Jakarta, Kencana 2017), 95.

Indonesia sebagai penduduk muslim terbesar seharusnya mampu mewujudkan keuangan syariah yang lebih baik lagi. Untuk mewujudkan hal tersebut perlu adanya kerjasama dari masyarakat. Namun masih banyak dari sebagian masyarakat kurang pengetahuannya tentang bank syariah karna mereka beranggapan bahwa menabung di bank syariah sama saja dengan menabung di bank konvensional. Persepsi umum ini masih menghinggapai masyarakat sehingga masih banyak yang enggan untuk menjadi nasabah dan menetapkan pembiayaan di bank syariah.

Didalam al-Quran menjelaskan tentang riba (bunga bank) merupakan suatu yang dilarang dalam agama Islam. Hal ini telah diperjelas dalam al-Quran surah Al-Baqarah (2) ayat: 275

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

Terjemahannya:

Orang-orang yang makan (mengambil) Riba' tidak dapat berdiri melainkan seperti berdiri 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 didalamnya.³

Masyarakat yang bertransaksi lewat perbankan syariah masih minim dibandingkan dengan perbankan konvensional. Walaupun potensi

³ Al-Quran dan Terjemahan, Kementerian Agama Republik Indonesia, (Bandung: Syaamiil Quran, 2007), 47.

pengembangan perbankan syariah di Indonesia sangat besar namun tidak diikuti dengan kemampuan bank syariah untuk menciptakan loyalitas nasabahnya untuk menabung di bank syariah sebagaimana data yang dilansir di Alinea.id bahwa awal 2019, market share perbankan syariah nasional hanya mampu mencapai 5,94%.⁴ Untuk mendukung peningkatan market share tersebut dibutuhkan juga kinerja masing-masing bank syariah baik BUS (Bank Umum Syariah) maupun Unit Usaha Syariah (UUS).⁴

Bank Syariah dalam menghadapi persaingan yang ketat ini dituntut untuk mengembangkan strategi bersaing yang tepat dalam menghadapi perubahan situasi pasar. Perlunya evaluasi strategi sebagai koreksi apakah strategi yang sudah diterapkan sudah mencapai dalam taraf keunggulan bersaing. Identifikasi kelemahan dan kekuatan sebuah organisasi pada dasarnya adalah mencoba menggali suatu keunggulan bersaing (Competitive Advantage) dari organisasi tersebut, proses identifikasi akan menampilkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki bank untuk memanfaatkan kelemahan pesaing⁵.

Setiap perbankan memiliki pola strategi yang hampir sama antara yang satu dengan yang lain. Yang membedakannya hanya pada penentuan "prioritas utama". Semakin banyak pesaing, maka semakin banyak pilihan bagi konsumen. Bagi perusahaan yang tidak begitu mempertahankan kualitas pelayanannya maka segera akan ditinggalkan pelanggan atau nasabah. Untuk dapat menjadi yang terbaik, perbankan selalu berusaha memenuhi semua kebutuhan masyarakat melalui

⁴ Novika, Soraya, "Market Share Perbankan Syariah Kuartal-I 2019 Turun". diakses 12 Juli 2021. <https://www.alinea.id/bisnis/market-share-perbankan-syariah-kuartal-i-2019-turun-b1XeF9j1v>.

⁵ Budi Gautama Siregar, Strategi Bersaing dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan, *Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, Vol. 3, No. 1, 2017. Dikutip dari Agustinus Sriwahyudi, *Manajemen Strategi Pengantar Proses Berfikir Strategik*, Jakarta: Bina Rupa Aksara, 1996. 47

penyempurnaan produk-produk perbankan yang dimilikinya.⁶

B. Batasan Masalah

Berdasarkan judul penelitian yang akan dibahas yaitu analisis strategi bersaing bank syariah indonesia cabang luwu timur dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah, dalam penelitian ini peneliti menggunakan deskriptif kualitatif untuk membuat gambaran tentang hasil yang didapat tapi tidak diperuntukkan dalam membuat suatu kesimpulan yang lebih efektif hanya mengenai objek penelitian. Dalam penelitian ini diberikan pembatasan masalah dengan maksud agar hasil yang dicapai dapat memberikan pemahaman yang sesuai dengan tujuan penelitian.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Apa hambatan Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah
2. Bagaimana Strategi Bank Syariah Indonesia cabang Luwu Timur dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan memahami apa saja hambatan pada Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah.
2. Untuk mengetahui dan memahami Strategi Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian tentang Strategi Bank Syariah Indonesia cabang Luwu

⁶ Ali Mahmud, Analisis Strategi Bersaing dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan Warung Mikro. *Sosial dan Keagamaan*. Vol. 9 No. 1. 2020, 106.

Timur dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah diharapkan memiliki manfaat, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah informasi dan pengetahuan penulis mengenai langkah-langkah pihak perbankan khususnya Bank Syariah Indonesia cabang Luwu Timur dalam mengatasi persaingan terhadap bank lainnya dan memperluas pengetahuan di dunia kerja perbankan khususnya Bank Syariah.

2. Manfaat Praktisi

a. Bagi Perbankan

Bank dapat memperbaiki kekurangan yang ada maupun untuk meningkatkan hal yang dianggap ideal yang sesuai dengan harapan nasabah dan organisasi.

b. Bagi Kampus

Dari hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangsih tersendiri khususnya bagi pihak kampus IAIN Palopo dan juga sebagai tambahan keilmuan bagi teman-teman mahasiswa yang aktif di IAIN Palopo.

c. Bagi Peneliti

Dari hasil penelitian ini, penulis mendapat tambahan ilmu dan pengetahuan tentang perbankan syariah mengenai strategi bersaing Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan jumlah nasabah

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

1. Diyana Suryaningrum, 2017, Peranan *Customer Service* dan *Personal Marketing* Dalam Meningkatkan Jumlah dan Loyalitas Nasabah Pada Baitul Maal Wattamwil Pahlawan Tulung Agung. Hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa: a) strategi pelayanan *customer service* dalam meningkatkan jumlah nasabah adalah dengan cara berkomunikasi dengan nasabah dengan baik dan sopan serta menawarkan produk-produk BMT Pahlawan kepada nasabah yang datang agar mengajak rekan-rekannya bergabung dengan BMT Pahlawan. b) Upaya pelayanan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah adalah dengan menerapkan sistem pelayanan 3 S (Senyum, Sapa, Salam) serta memberikan apresiasi kepada nasabah yang tidak memiliki pelanggaran. c) Strategi *personal marketing* dalam meningkatkan jumlah nasabah adalah dengan menggunakan sistem promosi *door to door* bertamu dan bersilaturahmi ke masyarakat secara langsung. d) Upaya *personal marketing* dalam meningkatkan loyalitas nasabah dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan dan melakukan pendekatan emosional kepada nasabah.⁷ Persamaan dalam penelitian ini terletak pada bagaimana lembaga keuangan ini meningkatkan nasabahnya dan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Perbedaan penelitian ini

⁷ Diyana Suryaningrum, "Peranan Customer Service dan Personal Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah dan Loyalitas Nasabah Pada Baitul Maal Wattamwil Pahlawan Tulung Agung", *Skripsi IAIN Tulungagung*, (2017), <http://repo.iain-tulungagung.ac.id>.

terletak pada variable yang diteliti.

2. Wiki Fatmala, 2018, Analisis Strategi Pemasaran Produk Arrum Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Pada Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Way Halim). Bahwa hasil dari penelitian ini dapat diketahui strategi pemasaran di Pegadaian unit pelayanan syariah way halim menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu strategi produk, strategi harga, strategi tempat, dan strategi promosi. Strategi harga dan strategi tempat sudah baik, karena harga yang diberikan oleh pegadaian sudah ditentukan oleh kantor pusat, sedangkan untuk strategi tempat sebelum pegadaian unit pelayanan syariah way halim didirikan sudah dilakukan survei terlebih dahulu. Namun, strategi produk dan strategi promosi belum baik, karena pegadaian UPS way halim belum maksimal dalam memperkenalkan produknya, begitu juga dengan strategi pemasarannya, perlu meningkatkan strategi promosi untuk meningkatkan jumlah nasabah, misalnya melakukan sosialisasi kepada masyarakat. Selain itu, pegadaian unit pelayanan syariah way halim menerapkan segmentasi pasar dengan cara mengelompokkan pasar berdasarkan dengan pekerjaan, pendapatan perbulan, dan faktor usia. Sedangkan targetnya adalah masyarakat kelas menengah, karena mereka adalah masyarakat yang mulai hidup mapan, memiliki rumah yang layak, dan kebutuhan sehari-hari tercukupi.⁸ Persamaan penelitian ini terletak pada metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Perbedaan penelitian ini yaitu variable yang diteliti.

⁸ Wiki Fatmala, "Analisis Strategi Pemasaran Produk Arrum Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Pada Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Way Halim)", *Skripsi UIN Raden Intan Lampung*, (2018), <http://repository.radenintan.ac.id>.

3. Maulida Zulfa Rahmannisa, 2018, Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan iB Tasya Haji Baitullah Di BPRS Suriyah Cabang Kudus. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti bisa diketahui strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan iB tasya haji baitullah di BPRS Suriyah Cabang Kudus bahwa menggunakan bauran pemasaran atau *marketing mix* yang terdiri dari 4P, yaitu produk, harga, tempat, promosi dan STP (*segmentational, targeting, positioning*). Kendala yang dihadapi BPRS Suriyah Cabang Kudus yaitu promosi yang dilakukan kurang maksimal dan adanya masyarakat yang kurang mengenal BPRS sehingga menyebabkan masyarakat kurang tertarik menabung di BPRS.⁹ Persamaan penelitian terletak pada bagaimana bank syariah meningkatkan jumlah nasabahnya. Perbedaan penelitian ini terletak pada nasabah produk tabungan.

4. Wiwin Sari, 2019, Analisis Strategi Pemasaran Produk Murabahah Logam Mulia Untuk Investasi Abadi (Mulia) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Raden Intan Bandar Lampung. Bahwa hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti bahwa penerapan strategi pemasaran produk tabungan emas dari diferensiasi dalam memberi pelayanan dan informasi cukup memuaskan untuk sasaran dan nasabah produk MULIA. Dari aspek *marketing mix*, produk yang ditawarkan sangat variatif sesuai dengan kebutuhan masyarakat untuk masa sekarang dan masa yang akan

⁹ Maulida Zulfa Rahmannisa, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan iB Tasya Haji Baitullah Di BPRS Suriyah Cabang Kudus", *Skripsi UIN Walisongo Semarang*, (2018), <http://eprints.walisongo.ac.id>.

datang.¹⁰ Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang peningkatan jumlah nasabah. Perbedaan penelitian terletak pada strategi pemasaran produk untuk meningkatkan jumlah nasabah sedangkan penelitian ini membahas strategi peningkatan jumlah nasabah debitur bank syariah.

B. Deskripsi Teori

1. Strategi Bersaing

Philip Kotler, menyatakan bahwa strategi merupakan sebuah rencana untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar, baik jangka pendek, atau jangka panjang, yang didasarkan pada riset pasar, penilaian produk, promosi, dan perencanaan penjualan serta distribusi.¹¹ Strategi bersaing yaitu bagaimana mengembangkan rencana mengenai bisnis akan bersaing, kebijakan apa yang diperlukan dan apa yang seharusnya menjadi tujuannya untuk mencapai tujuan tersebut.¹² Menurut Porter, strategi bersaing adalah pencarian akan posisi bersaing yang menguntungkan di dalam suatu industri, arena fundamental tempat persaingan terjadi. Dimana strategi bersaing ini bertujuan menegakkan posisi yang menguntungkan dan dapat dipertahankan terhadap kekuatan-kekuatan yang menentukan

¹⁰ Wiwin Sari, “Analisis Strategi Pemasaran Produk Murabahah Logam Mulia Untuk Investasi Abadi (Mulia) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Raden Intan Bandar Lampung”, *Skripsi UIN Raden Intan Lampung*, (2019), <http://repository.radenintan.ac.id>.

¹¹ Irfan Harmoko, “Strategi Pemasaran Produk Bank Syariah Dalam Persaingan Bisnis Perbankan Nasional”. Vol. 1 (Jakarta : Fakultas Ekonomi, UI, 1993). 5. dikutip dari “Philip Kotler, “Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian”, alih bahasa Adi Zakaria Affif.

¹² Michael E. Porter, *Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis Industry dan Pesaing*, (Jakarta: Erlangga, 2001), 35.

persaingan industry.¹³ Definisi *Competitive Marketing Strategy* atau strategi bersaing adalah kombinasi antara alat (kebijaksanaan) dengan akhir (tujuan) yang diperjuangkan oleh perusahaan dan perusahaan berusaha sampai kesana.¹⁴ Persaingan terjadi karena satu atau lebih pesaing merasakan adanya tekanan atau melihat peluang untuk memperbaiki posisi bersaingnya.

2. Nasabah

Saladin menyebutkan bahwa, nasabah adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank.¹⁵ Selanjutnya Komaruddin mengatakan bahwa, nasabah adalah seseorang atau suatu perusahaan yang mempunyai rekening koran atau deposito atau tabungan serupa lainnya pada sebuah bank.¹⁶ Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.¹⁷

3. Bank Syariah Indonesia

Antonio dan parwaatmadja membedakan dua prinsip syariat islam, yaitu bank islam dan bank yang berjalan sesuai dengan prinsip syariat islam. Bank islam yang sistem pengoperasiannya mengacu pada prinsip

¹³ Michael E. Porter, *Kaunggulan Bersaing, Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*, Cet. I. (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994), 1.

¹⁴ Michael E. Porter, *Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis Industry dan Pesaing*, (Jakarta: Erlangga, 2001), 16.

¹⁵ Saladin, Djasli, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Bank*, (Jakarta: CV Rajawali, 1994), 102.

¹⁶ Komaruddin, *Kamus Perbankan*, (Jakarta: CV. Rajawali, 1994), 67.

¹⁷ www.ojk.go.id diakses pada 20 April 2021

dan ketentuan Al-Qur'an dan Al-Hadist, sedangkan bank yang berjalan dengan prinsip syariat islam ialah bank yang dalam pengoperasiannya sesuai dengan ketentuan-ketentuan syariat islam, yang secara khusus mengenai cara bermuamalah sesuai islam.¹⁸ Sama dengan lembaga perbankan syariah pada umumnya, Bank Syariah Indonesia cabang Luwu Timur adalah bank yang mengumpulkan dan menyalurkan dananya berdasarkan prinsip syariah ke masyarakat untuk melakukan kegiatan usahanya.

4. Analisis SWOT

SWOT merupakan singkatan dari Strength (kekuatan), Weakness (kelemahan), Opportunity (peluang), dan Threat (ancaman) yang berasal dari lingkup internal maupun eksternal dalam suatu organisasi atau perusahaan. Menurut Sondang P. Siagian, analisis SWOT adalah salah satu instrument yang cukup baik untuk digunakan sebagai acuan dalam proses menentukan pengambilan langkah dalam suatu proyek bisnis. Menurut Jogiyanto, SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi.

Lalu Irham Fahmi menambahkan, untuk melakukan analisa SWOT secara lebih mendalam, harus melihat kepada faktor eksternal dan internal

¹⁸ Muhammad, *Manajemen Dana Bank syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 2.

sebagai bagian dari analisis SWOT.¹⁹ Dimana, faktor eksternal merupakan faktor yang dapat mempengaruhi pembentukan peluang (opportunities) dan ancaman (threats) atau O&T. Sedangkan faktor internal adalah faktor yang dapat mempengaruhi pembentukan kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) S&W.

David dan Fred R menjelaskan faktor-faktor dalam analisis SWOT, yaitu : Strength (kekuatan) adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang diharapkan dapat dilayani oleh perusahaan. Weakness (kelemahan), adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran. Opportunity (peluang), adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungankecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan. Threats (ancaman), adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan

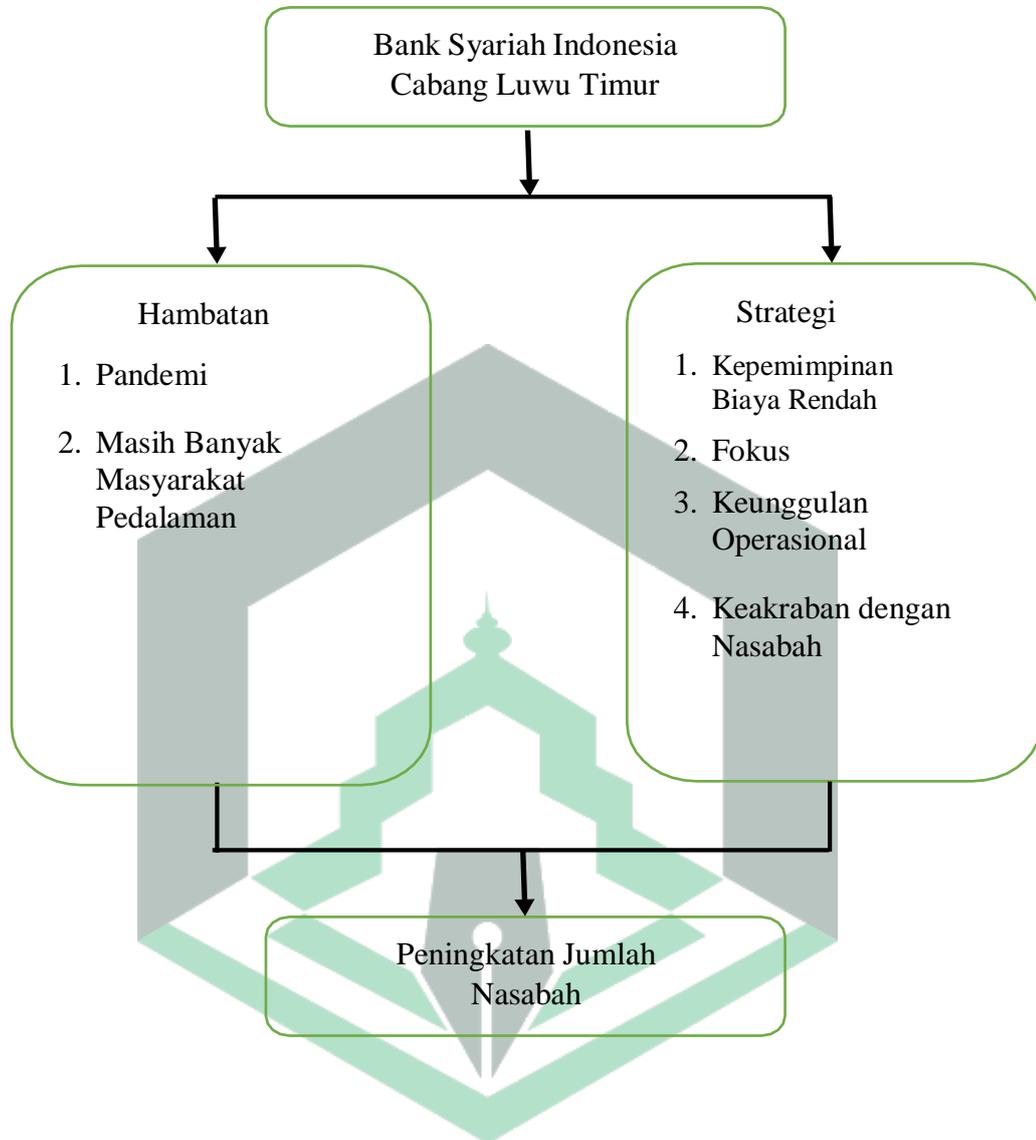
¹⁹ Muhammad Nabawi Marpaung, “Analisis SWOT Terhadap Merger Bank Mandiri Syariah, Bank BRI Syariah dan BNI Syariah Menjadi Bank Syariah Indonesia”. (Skripsi). Fakultas Ilmu Agama Islam. Universitas Islam Indonesia. (2021): 14.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Analisis+SWOT+Bank+Syariah&btnG=

perusahaan.²⁰

C. Kerangka Pikir

Bank Syariah Indonesia cabang Luwu Timur harus menerapkan strategi yang baik untuk bersaing dengan bank-bank konvensional yang ada di sekitarnya. Beberapa strategi menghadapi pesaing yaitu Kepemimpinan Biaya Rendah, Diferensiasi, Fokus, Keunggulan Operasional, Keakraban dengan Nasabah dan Kepemimpinan Produk. Sehingga dapat mengetahui hambatan-hambatan apa saja yang menyebabkan Bank Syariah Indonesia ini sulit untuk berkembang seperti Modal Bank Syariah Masih Kecil, Literasi, Model Bisnis, Adopsi Teknologi dan SDM Belum Optimal. Permasalahan yang mendasar yaitu bagaimana Bank Syariah Indonesia ini dapat bersaing dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah dengan banyaknya saingan bank-bank konvensional yang beroperasi lebih dahulu.

²⁰ Mashuri, Dwi Nurjannah, "Analisis SWOT sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing," *Jurnal Perbankan Syariah* 1, no. 1 (April, 2020): 99
<https://ejournal.stiesyariahbangkalis.ac.id/index.php/jps/article/download/205/200/>

GAMBAR 3.1 KERANGKA PIKIR

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan untuk memudahkan dan memahami peristiwa-peristiwa pada objek maka ada tiga pendekatan yang digunakan yaitu:

- a. Yuridis, yaitu menganalisis dengan melihat hal yang telah terjadi, lalu dihubungkan pada masalah yang telah diuraikan.
- b. Sosiologis merupakan suatu metode untuk mengkaji benar atau salah pembahasan pada objek untuk masyarakat yang didasarkan kepada perkembangan ilmu pengetahuan.
- c. Empiris merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk menggambarkan kondisi atau kenyataan yang terjadi dilapangan.

2. Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan penelitian deskriptif dimana deskriptif adalah sebuah penelitian yang menggambarkan karakteristik populasi atau fenomena dengan menggunakan metode penelitian kualitatif yang merupakan metode penelitian yang pengamatannya fokus secara mendalam untuk mendapatkan hasil secara maksimal. Hasil data yang diperoleh dihasilkan dari wawancara dengan observasi pada responden yang dibutuhkan untuk keperluan penelitian, dalam menggunakan teknik observasi sebaiknya dilaksanakan secara langsung agar data yang

dikumpulkan dapat dijadikan bahan untuk digunakan oleh peneliti terhadap penelitiannya.

Penelitian deskriptif bermaksud menggambarkan situasi, variabel, kejadian, atau kondisi yang terjadi pada saat penelitian dilaksanakan dan memperlihatkan keadaan yang telah terjadi pada interaksi nasabah pada bank syariah pada saat pandemi. Berdasarkan kejadian atau kondisi yang telah dilihat dari observasi maka peneliti memutuskan objek di Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi Palopo.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian yaitu suatu rincian aspek yang berguna untuk memperjelas penelitian secara detail. Dalam penelitian ini fokus penelitian yaitu untuk mengetahui analisis strategi bank syariah indonesia cabang luwu timur dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah.

C. Definisi Istilah

1. Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Bank berasal dari kata *banque* (bahasa Perancis) dan dari kata *banco* (bahasa Italia) yang berarti peti / lemari atau bangku. Peti/ lemari dan bangku menjelaskan fungsi dasar dari bank komersial, yaitu : pertama, menyediakan tempat untuk menitipkan uang dengan aman (*safe keeping function*), kedua, menyediakan alat pembayaran untuk membeli barang dan jasa (*transaction function*).²¹

²¹ M. Syafi'i Antonio, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, Cet 4, (Jakarta: Pustaka Alfabeta, 2006), 2

Sedangkan menurut kamus besar bahasa Indonesia bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.²²

Pengertian bank syariah atau bank Islam dalam bukunya Edy Wibowo adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Bank ini tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan al-Quran dan hadits. Bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, maksudnya adalah bank yang dalam beroperasinya itu mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara Islam. Dalam tata cara bermuamalat itu di jauhi praktik-praktik yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba, untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan atau praktik-praktik usaha yang dilakukan di zaman Rasulullah atau bentuk-bentuk usaha yang telah ada sebelumnya, tetapi tidak dilarang oleh beliau.²³

Sedangkan menurut Sutan Remy Shahdeiny Bank Syariah adalah lembaga yang berfungsi sebagai intermediasi yaitu mengerahkan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana- dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk pembiayaan tanpa

²² Suharso dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Lux*, (Semarang : CV.Widya Karya), 75.

²³ Edy Wibowo, dkk, *Mengapa Memilih Bank Syariah?*, (Bogor: Ghalia Indonesia cet.I, 2005), 33.

berdasarkan prinsip bunga, melainkan berdasarkan prinsip syariah.²⁴ Menurut undang-undang No. 21 tahun 2008, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.²⁵ Jadi, penulis berkesimpulan bahwa bank syariah adalah bank yang operasionalnya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kepada masyarakat berupa pembiayaan dengan sistem bagi hasil yang berdasarkan ketentuan- ketentuan syariat Islam.

Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan. Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi, perbankan syariah menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat dinikmati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali.

b. Produk-Produk Bank Syariah

Produk bank syariah pada dasarnya dapat dibagi menjadi tiga bagian besar, produk penghimpunan dana (funding), produk penyaluran dana

²⁴ Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Islam*, Cet ke-3 (Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti, 2007), 1.

²⁵ M. Nur Rianto Al-Arif, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis*, (Bandung: CV Pustaka Setia), 98.

(financing), dan produk jasa (service).

1) Produk Perbankan Syariah di Bidang Penghimpunan Dana

Penghimpunan dana dalam bank syariah dapat diwujudkan baik dalam bentuk simpanan maupun investasi. Pada prinsipnya proses penghimpunan dana dari masyarakat yang dilakukan oleh perbankan syariah sama dengan perbankan konvensional, artinya dalam sistem perbankan syariah dikenal produk-produk berupa giro (demand deposit), tabungan (saving deposit), deposito (time deposit) sebagai sarana untuk menghimpun dana dari masyarakat. Perbedaannya adalah bahwa dalam sistem perbankan syariah tidak dikenal adanya bunga sebagai kontraprestasi terhadap nasabah deposan, melainkan melalui mekanisme bagi hasil dan bonus yang bergantung pada jenis produk apa yang dipilih oleh nasabah. Penghimpunan dana dalam bentuk simpanan wujudnya berupa giro syariah, dan tabungan syariah. Sedangkan penghimpunan dana dalam bentuk investasi wujudnya berupa deposito syariah, juga berdasarkan akad yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.²⁶

2) Produk Perbankan Syariah di Bidang Penyaluran Dana

Dalam menyalurkan dananya pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam empat kategori yang berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu :

²⁶ Khotibul Umam, *Legislasi Fikih Ekonomi dan Penerapannya dalam*

(a) Pembiayaan dengan prinsip jual beli

Prinsip jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda. Transaksi jual beli dapat dibedakan berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahan barangnya, yakni sebagai berikut :

(1) Pembiayaan Murabahah, adalah suatu perjanjian antara bank dengan nasabah dalam bentuk pembiayaan pembelian atas suatu barang yang dibutuhkan oleh nasabah.

(2) Pembiayaan Salam, adalah jual beli dengan cara pemesanan dengan syarat-syarat tertentu dan pembayaran tunai terlebih dahulu secara penuh.

(3) Pembiayaan Istishna, adalah jual beli barang dalam bentuk pemesanan pembuatan barang dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati dengan pembayaran sesuai dengan kesepakatan.²⁷

(b) Pembiayaan dengan Prinsip Sewa (Ijarah)

Pembiayaan yang objeknya dapat berupa jasa. Pada jenis pembiayaan ini menggunakan dua akad yakni akad ijarah dan akad ijarah muntahiya bittamlik. Ijarah adalah sewa menyewa atas jasa suatu barang antara pemilik objek sewa dengan penyewa untuk mendapatkan imbalan berupa sewa atau upah bagi pemilik objek

²⁷ Khotibul Umam, *Perbankan Syariah Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), 103.

sewa.²⁸

(c) Produk Pembiayaan Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil

(1) Pembiayaan Musyarakah, adalah penanaman dana dari pemilik dana untuk mencampurkan dana mereka pada suatu usaha tertentu dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya, sedangkan kerugian ditanggung semua pemilik dana berdasarkan dana masing-masing.

(2) Pembiayaan Mudharabah, adalah penanaman dana dari pemilik dana kepada pengelola dana untuk melakukan kegiatan usaha tertentu, dengan pembagian menggunakan metode bagi untung dan rugi antara kedua pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati.²⁹

(d) Produk Perbankan Syariah di Bidang Jasa

Selain menjalankan fungsinya sebagai penghubung antara pihak yang membutuhkan dana dengan pihak yang mempunyai dana, bank syariah dapat pula melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dengan mendapat imbalan berupa sewa atau keuntungan. Jasa perbankan tersebut diantaranya :

(1) Sharf (Jual Beli Valuta Asing)

Perjanjian jual beli suatu Valuta dengan Valuta lainnya.

²⁸ Khotibul Umam, *Perbankan Syariah Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), 122.

²⁹ Khotibul Umam, *Perbankan Syariah Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), 131.

Pendapat lain mengatakan bahwa sharf adalah transaksi pertukaran antara emas dengan perak atau pertukaran valuta asing, dimana mata uang asing dipertukarkan dengan mata uang domestik atau dengan mata uang asing lainnya.

(2) Hiwalah

Pengalihan utang dari orang yang berutang kepada orang yang wajib menganggungnya. Dalam islam merupakan pemindahan beban utang dari orang yang berutang menjadi tanggungan atau orang yang berkewajiban membayar utang.

(3) Kafalah

Kafalah menurut bahasa adalah mengumpulkan, menanggung atau menjamin. Secara terminology kafalah adalah jaminan yang diberikan oleh kafiil (penanggung) kepada pihak ketiga atas kewajiban / prestasi yang harus ditunaikan pihak kedua (tertanggung).

(4) Wakalah (Pemberian Kuasa)

Suatu perjanjian dimana seseorang menyerahkan suatu wewenang kepada seseorang yang lain untuk menyelenggarakan sesuatu urusan dan orang lain tersebut menerimanya, dan melaksanakannya untuk dan atas nama pemberi kuasa.³⁰

³⁰ Khotibul Umam, *Perbankan Syariah Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), 155.

2. Strategi Bersaing

a. Definisi Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu “strategas” yang memiliki arti “generalship” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk memenangkan perang.³¹ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Strategi merupakan ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya untuk melaksanakan kebijakan tertentu.³² Definisi diatas dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktifitas dimasa yang akan datang. Strategi merupakan fondasi tujuan organisasi dalam hal agribisnis strategi yang digariskan adalah Ekstenifikasi, Itensifikasi, Rehabilitasi, dan diversikasi.

Strategi pada hakikatnya perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya memberikan arahan saja, melainkan harus mampu mewujudkan bagaimana taktik oprasionalnya.³³ Strategi merupakan suatu hal urgen dalam mempertahankan bisnis. Keunggulan suatu perusahaan dalam posisi pasar tergantung pada strategi yang mereka terapkan dalam menjalankan usahanya. Strategi merupakan langkah-

³¹ Hendrawati Supratikno, *Advance Strategic Management : Back to Basic Approach*, (Jakarta : PT.Grafindo Utama, 2003), 19.

³² Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), 1092

³³ Sukanto Reksohadiprodjo, *Manajemen Strategik*, Edisi Pertama, (Yogyakarta: BEFE, 1987), 11.

langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan yang kadang-kadang harus berhadapan dengan jalan yang terjal dan berliku-liku namun adapula yang relatif mudah.³⁴

Manduh mengatakan bahwa strategi adalah penetapan tujuan jangka panjang yang menjadi dasar bagi suatu organisasi, dan pemilihan alternatif tindakan dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.³⁵ Apabila diartikan kedalam kompetisi bisnis di era sekarang kita bisa mengatakan bahwa strategi merupakan penetapan arah kepada manajemen dalam arti orang tentang sumber daya di dalam bisnis dan tentang bagaimana mengidentifikasi kondisi yang memberikan keuntungan terbaik untuk membantu memenangkan persaingan di dalam pasar. Dengan kata lain pengertian strategi mengandung dua komponen yaitu future intentions atau tujuang jangka panjang dan competitive advantage atau keunggulan bersaing. Konsep tentang persaingan didalam Al-Qur'an pada surat Al- Baqarah ayat 148:

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ اَيْنَ مَا
تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللّٰهُ جَمِيعًا ۚ اِنَّ اللّٰهَ عَلٰى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيْرٌ

Terjemahannya:

“Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Dimana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari

³⁴ Kasmis, *Kewirausahaan*, (Jakarta : PT. Grafindo, 2006), 171.

³⁵ Mamduh M. Hanafi, *Manajemen*, (Yogyakarta: Unit Penerbit, 2003), 136.

*kiamat). Sesungguhnya Allah maha kuasa atas segala sesuatu”.*³⁶

Pengertian strategi adalah Rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.

b. Strategi Menghadapi Pesaing

Michel Porter mengemukakan tiga strategi pemosisian bersaing (competitive positioning strategy) yang dapat diikuti bank, yaitu:

1) Kepemimpinan biaya rendah

Disini bank berupaya untuk mencapai biaya rendah sehingga dapat menetapkan harga yang lebih rendah dari harga pesaingnya, dengan demikian diharapkan bank dapat merebut pangsa pasar yang lebih besar.

2) Diferensiasi

Dalam hal ini bank memusatkan perhatian untuk menciptakan nilai produk dan program pemasaran berbeda sehingga akhirnya muncul sebagai pemimpin kelas dalam industri perbankan.

3) Fokus

Bank memusatkan perhatian pada usaha yang melayani beberapa pangsa pasar dengan baik dan bukan mengejar seluruh pasar.

³⁶ Al-Quran dan Terjemahan, Kementerian Agama Republik Indonesia, (Bandung: Syaamiil Quran, 2007), 23

Michael Treacy dan Fred Wiersma menawarkan klasifikasi baru untuk strategi pemasaran bersaing bahwa, bank atau perusahaan dapat memperoleh kepemimpinan posisi dengan memberikan nilai superior kepada nasabah mereka. Strategi itu adalah:

- a) Keunggulan operasional (operational excellence)
 - b) Keakraban dengan nasabah
 - c) Kepemimpinan produk
- c. Etika Strategi Bersaing

Etika berasal dari bahasa Yunani, *ethikos* yang mempunyai arti; pertama, sebagai analisis konsep-konsep mengenai apa yang harus, mesti, tugas, aturan-aturan moral, benar-salah, wajib, tanggung jawab, dan lain-lain. Kedua, pencarian ke dalam watak moralitas atau tindakan-tindakan moral. Ketiga, pencarian kehidupan yang baik secara moral.³⁷ Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, etika merupakan ilmu pengetahuan tentang asas-asas akhlak (moral).

Etika pada umumnya didefinisikan sebagai suatu usaha yang sistematis dengan menggunakan rasio untuk menafsirkan pengalaman moral individual dan sosial sehingga dapat menetapkan aturan untuk mengendalikan perilaku manusia serta nilai-nilai yang berbobot untuk dapat dijadikan sasaran dalam hidup.³⁸

³⁷ Kuart Ismanto, *Manajemen Syariah Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2009), 41.

³⁸ O.P. Simorangkir, *Etika Bisnis, Jabatan dan Perbankan*, (Jakarta: PT. RinekaCipta, 2003), 3.

Etika adalah ilmu yang membahas perbuatan baik dan perbuatan buruk manusia sejauh yang dapat dipahami oleh pikiran manusia. Sedangkan strategi bersaing adalah mengembangkan rencana bagaimana bisnis akan bersaing, apa yang seharusnya menjadi tujuannya dan kebijakan apa yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Etika dalam strategi bersaing memiliki suatu fungsi pengendali suatu persaingan dunia bisnis dalam hal ini perbankan untuk menciptakan sinergitas antar lembaga lain. Dalam ajaran Islam setiap muslim yang ingin berbisnis maka dianjurkan untuk selalu melakukan persaingan yang sehat, jujur, terbuka dan adil.

1) Persaingan yang sehat

Persaingan sehat merupakan persaingan yang mengedepankan standar etika. Hal ini dalam artian persaingan yang selalu dilandasi oleh nilai-nilai moral yang baik. Manakala standar etika selalu dijunjung tinggi, maka suatu kompetisi akan melahirkan persaingan sehat. Di sisi lain, manakala mengabaikan nilai moral, maka yang terjadi sebuah sikap atau tindakan saling menjatuhkan. Sehingga, apabila ingin mengedepankan persaingan sehat maka sikap atau tindakan juga harus didasari oleh sikap atau tindakan yang memiliki nilai moral yang baik.

2) Kejujuran

Terdapat tiga lingkup kejujuran dalam kegiatan bisnis yang bisa ditunjukkan secara jelas bahwa bisnis tidak akan bisa bertahan

lama dan berhasil kalau tidak didasarkan atas kejujuran:

- (a) Jujur dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak;
- (b) Kejujuran dalam menawarkan barang atau jasa dengan mutu dan harga yang sebanding;
- (c) Jujur dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan.

3) Keterbukaan

Pada saat sekarang ini ketika manusia yang satu dengan manusia yang lain sulit sekali saling percaya apalagi dalam masalah yang berkaitan dengan keuangan maka setiap usaha yang ingin menjalin kerjasama dituntut untuk saling terbuka. Terbuka dalam arti bahwa memiliki laporan keuangan yang jelas atas usaha yang dimiliki dimana laporan keuangan tersebut bisa diaudit oleh pihak-pihak terkait. Dan sifat terbuka inilah yang merupakan salah satu kunci keberhasilan Rasulullah dalam berbisnis menjual barang-barang dagangan khodijah.

4) Keadilan

Salah satu bentuk sederhana dalam berbisnis yang berkaitan dengan keadilan adalah tidak menambah atau mengurangi berat timbangan dalam jual beli. Hal ini sesuai dengan Al-Qur'an Surat Al-Isra ayat 35 yang artinya ,dan sempurnakanlah takaran ketika kamu menakar dan timbanglah dengan neraca yang benar'. Setiap orang dituntut agar diperlakukan sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional obyektif serta dapat

dipertanggungjawabkan.

e. Pemasaran Bank Syariah

Pemasaran seringkali disamakan dengan kegiatan sales atau penjualan. Padahal istilah pemasaran dan penjualan memiliki definisi yang berbeda. Istilah pemasaran mencakup seluruh proses dari penjualan suatu produk tersebut. Yaitu, membahas proses perencanaan produk sampai dengan setelah produk tersebut dijual. Sedangkan penjualan hanya membahas terjadinya transaksi penjualan atas produk.³⁹ Menurut Kotler, pemasaran didefinisikan sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penentuan harga, promosi dan distribusi barang, jasa dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi.⁴⁰

Secara umum pemasaran bank dapat diartikan sebagai suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan kepada nasabah. Pada dasarnya pengertian konsep pemasaran mempunyai persamaan dengan konsep pemasaran bank. Konsep pemasaran (produksi) berorientasi pada kebutuhan konsumen, sedangkan konsep pemasaran bank berorientasi pada

³⁹ Irfan Harmoko, *Strategi Pemasaran Produk Bank Syariah Dalam Persaingan Bisnis Perbankan Nasional*, dikutip dari M. Nur Rianto Al- Arif, *Dasar – dasar Pemasaran Bank Syariah*, (bandung :alfabeta, 2010), 5.

⁴⁰ Irfan Harmoko, *Strategi Pemasaran Produk Bank Syariah Dalam Persaingan Bisnis Perbankan Nasional*, dikutip dari Carl McDaniel Jr., dan Roger Gates, *Riset Pemasaran Kontemporer*, (jakarta : Salemba Empat, 2001), Jilid 1, 4.

konsumen (nasabah). Dasar pemikirannya bagaimana caranya aktivitas pemasaran bank dapat dilaksanakan berdasarkan suatu falsafah yang mantap, yang mengungkapkan pemasaran yang tanggap, bertanggungjawab, dan selalu memberikan kepuasan pada nasabah serta menguntungkan perusahaan.⁴¹

3. Peningkatan Jumlah Nasabah

Keberadaan nasabah pada lembaga perbankan sangat urgen, karena nasabah itu ibarat nafas yang sangat berpengaruh terhadap keberlanjutan suatu bank. Oleh sebab itu bank harus dapat menarik nasabah sebanyak- banyaknya agar dana yang terkumpul dari nasabah tersebut dapat diputar bank yang nantinya disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan bantuan bank. Berdasarkan Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah disebutkan bahwa nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah dan atau unit usaha syariah.

Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank syariah atau unit usaha syariah dalam bentuk simpanan berdasarkan akad antara bank syariah atau unit usaha syariah dan nasabah yang bersangkutan. Nasabah investor adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank syariah dan unit usaha syariah dalam bentuk investasi berdasarkan akad antara bank syariah atau unit usaha syariah dan nasabah yang bersangkutan. Nasabah penerima fasilitas

⁴¹ Herry Achmad Buchory dan Jaslim Saladin, *Dasar-dasar Pemasaran Bank*. (Bandung: Linda Karya. 2006), 57.

adalah nasabah yang memperoleh fasilitas dana atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan prinsip syariah.

Diharapkan dengan demikian, bank menjadi lebih tahu atas apa yang diharapkan oleh nasabah, sehingga bank dapat menerapkan kepada produk mereka yang bergerak di bidang jasa, karena jasa harus menciptakan pelayanan penuh yang dapat memuaskan nasabah, sehingga dengan demikian nasabah memiliki minat, yaitu kemauan ataupun keinginan untuk menjadi nasabah.

D. Desain Penelitian

Metode kualitatif merupakan metode pemahaman atau cara pemahaman yang didasarkan kepada ilmu pengetahuan untuk mengetahui suatu masalah manusia atau peristiwa sosial. Membuat tentang gambaran kompleks, laporan yang terperinci dan mengatur hasil wawancara yang diperoleh dari responden dan melaksanakan studi yang alami. Metode kualitatif merupakan suatu gambaran untuk menghasilkan suatu data deskriptif berupa kata-kata tidak tertulis maupun tertulis dari responden serta perilaku yang diamati.

E. Data dan Sumber Data

Sumber data adalah suatu objek yang mengetahui dari mana data yang diperoleh. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Didalam penelitian peneliti menggunakan data primer dan sekunder.

Data Primer adalah data yang berkaitan langsung dengan objek penelitian. Data ini diperoleh melalui wawancara langsung dengan pihak-pihak terkait pada Bank Syariah Indonesia cabang Luwu Timur mengenai masalah yang sedang dibahas. Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber lain, baik itu berupa dokumen, buku dan jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini. Data yang dimaksud adalah data mengenai Bank Syariah Indonesia.

F. Instrument Penelitian

Instrument adalah alat yang digunakan untuk mengambil data baik itu data berupa foto, gambar, sketsa dan lain-lain. Pada penelitian ini instrument penelitian sangat diperlukan sebab peneliti akan mengambil data dalam bentuk gambar atau foto untuk dijadikan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan. Adapun alat-alat yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Handpone

Alat ini sangat diperlukan peneliti sebab peneliti langsung mendapatkan informan dalam penelitian. Alat ini digunakan untuk perekaman dengan persetujuan sumber data atau informan yang bersangkutan. Selain merekam peneliti juga melakukan pencatatan sebagai alat bantu dalam menggambarkan situasi yang sebenarnya dilokasi penelitian,

2. Kamera

Kamera ini digunakan untuk mengambil gambar dilokasi penelitian yang akan membantu peneliti agar informan jadi lebih akurat.

3. Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara nantinya akan dijadikan alat untuk menggali setiap informasi-informasi yang lebih dalam tentang penelitian yang dilakukan agar peneliti bisa menarik kesimpulan dari wawancara yang dilakukan, selain itu pedoman wawancara juga berguna agar penelitian ini tidak mengalami penyimpangan dari tujuan penelitian yang ditetapkan.

G. Teknik Pengumpulan Data

Adapun dalam pengumpulan data, penulis menggunakan metode sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi dalam kamus besar Bahasa Indonesia berarti pengamatan atau peninjauan secara cermat. Sedangkan para ahli memberikan penjelasan sebagai berikut:

Observasi merupakan pengamatan atau penelitian yang terencana atau sistematis yang berfungsi menghasilkan data yang agar diketahui reliabilitasnya atau validitasnya.

Pengamatan atau observasi merupakan sebuah proses atau aktivitas dengan maksud memahami sebuah pengetahuan dari fenomena yang didasarkan pada gagasan dan pengetahuan yang telah diketahui sebelumnya.

Berdasarkan uraian di atas dapat kita pahami atau kita ketahui bahwa observasi adalah sebuah pemahaman terhadap objek yang akan diteliti dengan secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh

sebuah data yang harus dikumpulkan dalam penelitian. Observasi merupakan sebuah aktivitas untuk memahami sebuah fenomena atau peristiwa yang telah yang didasrkan pada pengetahuan atau gagasan yang bertujuan mendapatkan informasi.

2. Wawancara

Wawancara adalah metode yang digunakan atau teknik yang diperlukan dalam sebuah penelitian untuk menghasilkan suatu data yang dapat kita lakukan secara langsung maupun tidak langsung terhadap responden yang berkaitan dengan penelitian. Hubungan dalam suatu wawancara bisa kita ibaratkan seperti orang tidak pernah bertemu atau tidak mengenal satu sama lain. Tapi sebagai pewawancara kita harus bisa mengambil simpati dari responden, sehingga responden tersebut dapat memberikan pendapat mereka tentang data yang kita butuhkan.

3. Dokumentasi

Dalam kepentingan penelitian, peneliti membutuhkan dokumen sebagai bukti otentik dan juga menjadi pendukung suatu kebenaran.

H. Pemeriksaan dan Keabsahan Data

Didalam penelitian ini peneliti menggunakan keabsahan data agar dapat dipertanggungjawabkan keabsahan datanya, maka peneliti menggunakan pemeriksaan data melalui:

1. Ketekunan pengamatan

Ketekunan pengamatan merupakan untuk mencari kedalaman guna untuk mengadakan pengamatan secara berkesinambungan sampai muncul

sesuatu atau perilaku yang diharapkan.

2. Triangulasi

Triangulasi adalah suatu usaha untuk memastikan kebenaran suatu data atau informasi yang diperoleh peneliti. Triangulasi dilakukan dengan menggunakan metode dan sumber. Triangulasi yang dilakukan ialah membandingkan hasil observasi dengan hasil wawancara dengan pegawai BSI KCP Tomoni.

I. Teknik Analisis Data dan Pengelolaan Data

1. Teknik Pengelolaan Data

Pengelolaan data dilakukan apabila data yang dibutuhkan sudah lengkap, maka akan dilanjutkan dengan mengolah data dengan cara sebagai berikut:

a. Editing

Editing yaitu suatu pemeriksaan kembali catatan atau rekaman yang sudah dikumpulkan oleh pencari data dalam suatu penelitian. Apakah hasil dari penelitian tersebut sudah bagus dan bisa untuk dilanjutkan ke proses selanjutnya.

b. Organizing

Organizing yaitu penyusunan atau pengaturan dalam data yang diperoleh berbagai macam sehingga menghasilkan suatu bahan yang digunakan untuk penyusunan skripsi dengan baik.

c. Analizing

Analizing yaitu menganalisis suatu data untuk digunakan sebagai sumber dasar untuk mengambil kesimpulan hasil penelitian.

2. Teknik Analisis Data

Setelah mengumpulkan atau memperoleh informasi atau data-data yang diperlukan dari penelitian yang dilakukan maka bisa dilanjutkan ketahap selanjutnya yaitu tahap menganalisis data. Analisis data adalah suatu proses untuk menyusun dan menentukan data secara sistematis yang dihasilkan oleh peneliti dengan cara dokumentasi, catatan lapangan, wawancara dan pengelompokkan data atau menjabarkan data, menyusun dalam pola, dan menentukan hal-hal yang diperlukan untuk bisa dipahami untuk bisa diambil kesimpulan agar bisa dipahami.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif kualitatif merupakan suatu metode untuk menganalisis dengan menggunakan kata-kata untuk menjelaskan peristiwa-peristiwa atau data yang dihasilkan.⁴²

Penelitian ini memakai prosedur yang mempunyai ciri-ciri dan memiliki nilai keilmiahnya yang bisa digunakan peneliti untuk mengumpulkan data.

- a. Reduksi data yaitu dimana peneliti menfokuskan pada sesuatu yang dianggap penting kemudian menulis atau merangkum hal-hal yang penting, setelah itu peneliti menentukan tema yang akan diambil.

⁴² Suharjo Drajat. Metodologi Penelitian Dan Penulisan Laporan Ilmiah. (Yogyakarta: UII Press, 2003).

Kemudian data yang sudah direduksi yaitu dapat membantu melihat gambaran yang mempermudah dalam mengumpulkan data.⁴³

- b. Penyajian Data merupakan uraian suatu data yang penyajiannya berbentuk teks yang singkat dan bersifat naratif.⁴⁴
- c. Verifikasi dan Konklusi merupakan pengambilan suatu kesimpulan dalam sebuah penelitian, namun sebelum pengambilan kesimpulan akan dilakukan verifikasi terlebih dahulu dan apabila kesimpulan yang diambil peneliti didukung oleh data-data yang valid, maka kesimpulan dianggap layak.⁴⁵



⁴³ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Cet. XIII; Bandung: Alfabet, 2011), 247

⁴⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Cet. XIII; Bandung: Alfabet, 2011), 249.

⁴⁵ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Cet. XIII; Bandung: Alfabet, 2011), 252.

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

Dalam sebuah deskripsi data, dalam penelitian ini peneliti menjelaskan dengan menggambarkan data dan menyajikan data yang diperoleh dari lapangan melalui observasi dan wawancara yang telah dilaksanakan oleh peneliti selama masa penelitian. Penelitian tersebut untuk mengetahui analisis interaksi nasabah di bank syariah pada saat pandemi.

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan Syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungan stakeholder yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah.

Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah

yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global. Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil 'Aalamiin).

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni

a. Visi

Visi merupakan Sesuatu hal yang kita atau organisasi harapkan dimasa depan. Adapun visi yang dimiliki BSI KCP Tomoni yaitu Menjadi top 10 bank syariah global berdasarkan kapitalisasi pasar dalam waktu 5 tahun.

b. Misi

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia

Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025

- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.

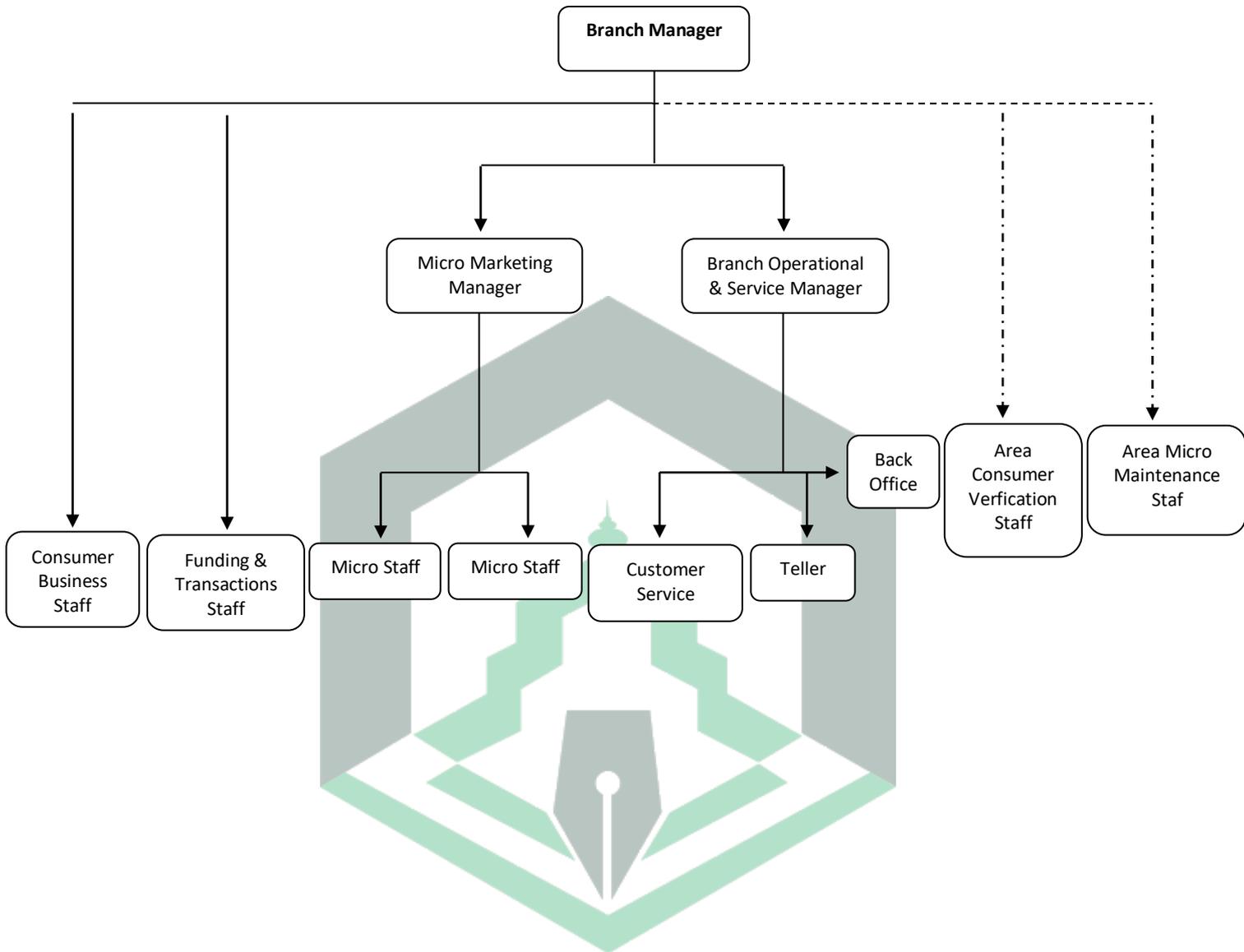
Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)

- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia

Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja

3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni

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

Gambar 4.1 Struktur Organisasi

a. Branch Manager

- 1) mengawasi dengan langsung para pekerja yang sesuai dengan tugasnya masing-masing
- 2) Memastikan sebuah tercapainya target yang telah ditentukan dalam sebuah bisnis.
- 3) Memperhatikan kedisiplinan pada semua tingkat profesionalisasi dan keadaan semua cabang.

b. Mikro Banking Manager (BMB)

Tanggung jawab serta Tugas:

- 1) Memperhatikan implementasi rapihnya atau keamanan penagmbian dokumentasi.
- 2) Memperhatikan jalannya recoveri pelanggan atau restrukturisasi.
- 3) Memastikan pencapaian target dalam bisnis
- 4) Memperhatikan nilai aktiva didalam kondisi Performing Financing.

c. Branch Operasional Service Manager (BISM)

Tanggung jawab serta Tugas:

- 1) Mengesahkan penutup serta pembukaan rekening
- 2) Memastikan persedian likuiditas
- 3) Melaksanakan approval atau complaint didalam manajemen sistem.
- 4) Melaksanakan permintaan kartu ATM secara regular atau cepat.
- 5) Mengambil pelayanan yang sesuai kemauan nasabah yang optimal
- 6) Memantau semua aktivitas yang dilaksanakan sesuai administrasi, dokumentasi dan kesiapan sesuai yang telah ditetapkan

7) Memastikan operasional biaya terkedali secara tepat.

d. Consumer banking relationship (CBRM)

- 1) Melaksanakan kerja sama dengan pihak ketiga
- 2) Menciptakan perkembangan bisnis melalui branch manager dan rancangan kerja.
- 3) Membuat perencanaan kerja yang didasarkan identitas calon nasabah dan memastikan adanya dana dan kapasitas pasar
- 4) Menjamin telah adanya produk serta penyelenggaranya
- 5) Mengembangkan pendanaan pertumbuhan portofolio, fee based dalam konsumen dan pembiayaan
- 6) Memperhatikan adanya data untuk laporan monitoring portofolio penyelenggara dan produk keagenan

e. Mikro finance analist (MFA)

Tanggung jawab serta Tugas:

- 1) Menjamin kualitas barang
- 2) Memastikan proses pencarian pembiayaan
- 3) Mengambil tindakan perizinan pembiayaan gadai sesuai telah ditetapkan
- 4) Memastikan kelengkapan dokumen aplikasi gadai

f. Mikro Finance Analist (MFA)

Tanggung jawab serta tugas:

- 1) Memberikan laporan bulanan kepada unit risk.
- 2) Melakukan pengamatan kepada pekerja dalam pembiayaan berdasarkan

pekerjaan yang dilakukan.

- 3) Melaksanakan pengimputan pada aplikasi FAS sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 4) Menyelenggarakan peninjauan ke lokasi jaminan dan bisnis..
- 5) Melakukan penafsiran jaminan berdasarkan aturan yang berlaku
- 6) Melakukan verifikasi kelayakan bisnis dan penilaian jaminan.

g. Customer Service Representative (CSR)

Tanggung jawab serta tugas:

- 1) Mengelola surat –surat berharga dan kartu ATM.
- 2) Mengimput data nasabah dan Loan Fasilitas secara lengkap dan akurat.
- 3) Mengimput data secara lebih lengkap.
- 4) Menyerahkan informasi jasa dan barang BSM terhadap nasabah atau pelanggan.
- 5) Menangani surat izin pembukuan deposito, dan penutupan rekening tabungan dan giro.

4. Produk-Produk Bank Syariah Indonesia

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

a. Tabungan

1) BSI Tabungan Bisnis

Tabungan dengan akad Mudharabah Muthlaqah dalam mata uang rupiah yang dapat memudahkan transaksi segmen wiraswasta dengan limit transaksi harian yang lebih besar dan fitur free biaya RTGS, transfer SKN dan setoran kliring masuk melalui Teller dan Net Banking.

2) BSI Tabungan Easy Mudharabah

Tabungan dalam mata uang Rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam operasional kas di kantor bank atau melalui ATM.

3) BSI Tabungan Easy Wadiah

Tabungan dalam mata uang upiah berdasarkan prinsip Wadiah Yad Dhamanah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam operasional kas di kantor bank atau melalui ATM.

4) BSI Tabungan Efek Syariah

Tabungan Efek Syariah dengan akad Mudharabah Muthlaqah merupakan Rekening Dana Nasabah (RDN) yang diperuntukan untuk nasabah perorangan untuk penyelesaian transaksi efek di Pasar Modal.

5) BSI Tabungan Haji Indonesia

Tabungan perencanaan haji dan Umroh yang berlaku untuk seluruh usia berdasarkan prinsip syariah dengan pilihan akad Wadiah Yah

Dhamanah atau Mudharabah Muthlaqah. Tabungan ini dilengkapi fasilitas kartu ATM dan fasilitas e-Banking apabila telah terdaftar di Siskohat (mendapat porsi)

6) BSI Tabungan Haji Muda Indonesia

Tabungan perencanaan haji dan Umroh yang berlaku untuk seluruh usia berdasarkan prinsip syariah dengan pilihan akad Wadiah Yah Dhamanah atau Mudharabah Muthlaqah. Tabungan ini dilengkapi fasilitas kartu ATM dan fasilitas e-Banking apabila telah terdaftar di Siskohat (mendapat porsi)

7) BSI Tabungan Junior

Tabungan yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia di bawah 17 tahun untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

8) BSI Tabungan Mahasiswa

Tabungan dengan akad wadiah dari para mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri/Perguruan Tinggi Swasta (PTN/PTS) atau pegawai/anggota Perusahaan/Lembaga/Assosiasi/Organisasi Profesi yang bekerja sama dengan Bank

9) BSI Tabungan Payroll

Tabungan Khusus merupakan produk turunan dari Tab Wadiah/Mudharabah Reguler yang dikhususkan untuk Nasabah Payroll dan Nasabah Migran

10) BSI Tabungan Pendidikan

Tabungan dengan akad Mudharabah Muthlaqah yang diperuntukan bagi segmen perorangan dalam merencanakan pendidikan dengan sistem autodebet dan mendapat perlindungan asuransi

11) BSI Tabungan Pensiun

Tabungan dengan pilihan akad Wadiah Yad Dhamanah atau Mudharabah Muthlaqah diperuntukan bagi nasabah perorangan yang terdaftar di Lembaga Pengelola Pensiun yang telah bekerjasama dengan Bank.

12) BSI Tabungan Prima

Produk tabungan yang diperuntukan bagi segmen nasabah high networth individuals berakad Mudharabah dan Wadiah yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan

13) BSI Tabungan Rencana

Tabungan dengan akad Mudharabah Muthlaqah yang diperuntukan bagi segmen perorangan dalam merencanakan keuangannya dengan sistem autodebet dan gratis perlindungan asuransi

14) BSI Tabungan Simpanan Pelajar

Tabungan dengan akad Wadiah Yad Dhamanah untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank syariah di Indonesia, dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

15) BSI Tabungan Smart

Basic Saving Account dengan akad Wadiah Yad Dhamanah merupakan literasi dari OJK dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

16) BSI Tabungan Valas

Tabungan dalam mata uang dollar yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan Bank

17) BSI TabunganKu

Tabungan dengan akad Wadiah Yad Dhamanah untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat

18) BSI Tapenas Kolektif

Tabungan perencanaan jangka pendek maupun jangka panjang untuk karyawan atau tenaga kontrak pada suatu institusi berdasarkan suatu Perjanjian Kerjasama

b. Pembiayaan

1) Bilateral Financing

Merupakan produk/jasa/layanan yang diberikan oleh tim Financial Institution kepada lembaga keuangan bank atau non bank baik domestik maupun internasional. Merupakan layanan pemberian

fasilitas pembiayaan/financing dalam valuta rupiah atau valuta asing untuk kebutuhan modal kerja jangka pendek maupun untuk tujuan lainnya kepada lembaga keuangan Bank dan/atau non bank.

2) BSI Cash Collateral

Fasilitas pembiayaan yang dijamin dengan agunan likuid, yaitu dijamin dengan Simpanan dalam bentuk Deposito, Giro, atau Tabungan

3) BSI Distributor Financing

Pembiayaan Modal Kerja dengan skema Value Chain adalah pembiayaan post Financing (dana talangan untuk membayar terlebih dahulu invoice atas pekerjaan yang telah selesai) yang diberikan kepada supplier yang merupakan Supplier Khusus yang mengerjakan kontrak pekerjaan dengan bouwheer, dimana sumber pengembalian pembiayaan adalah pembayaran invoice dari bouwheer.

4) BSI Griya Hasanah

Layanan pembiayaan kepemilikan rumah untuk ragam kebutuhan, sebagai berikut:

Pembelian Rumah baru/ Rumah second /Ruko/Rukan/Apartemen

Pembelian Kavling Siap Bangun

Pembangunan/Renovasi Rumah

Ambil alih Pembiayaan dari bank lain (Take Over)

Refinancing untuk pemenuhan kebutuhan nasabah

5) BSI Griya Maburr

Pembiayaan rumah disetujui, Naik Haji lebih pasti. Program pembiayaan kepemilikan rumah berhadiah porsi haji

6) BSI Griya Simuda

Muda punya rumah, Hobi tetap jalan. Layanan pembiayaan kepemilikan rumah untuk usia muda memiliki rumah impian dengan plafond pembiayaan lebih tinggi dan angsuran ringan.

7) BSI Griya Take Over

Layanan take over dari KPR bank lain:

Angsuran ringan dan tetap

Marjin spesial setara 3,3% eff. p.a. tetap 1 tahun

Bebas Biaya Didepan

Berhadiah porsi haji tanpa diundi *)

Bebas biaya provisi, pinalti, dan Appraisal *)

syarat dan ketentuan berlaku

8) BSI KPR Sejahtera

Semua Bisa Punya Rumah. Fasilitas pembiayaan konsumtif untuk memenuhi kebutuhan hunian subsidi pemerintah dengan prinsip syariah.

9) BSI KUR Kecil

Kembangkan Usaha anda bersama BSI KUR Kecil (Mudah, Cepat dan Berkah). Fasilitas pembiayaan yang diperuntukan bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk memenuhi kebutuhan modal

kerja dan investasi dengan plafond diatas Rp. 50 Juta s.d Rp. 500
Juta

10) BSI KUR Mikro

Kembangkan Usaha anda bersama BSI KUR Mikro (Mudah, Cepat dan Berkah). Fasilitas pembiayaan yang diperuntukan bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk memenuhi kebutuhan modal kerja dan investasi dengan plafond diatas Rp. 10 Juta s.d Rp. 50
Juta

11) BSI KUR Super Mikro

Kembangkan Usaha anda bersama BSI KUR Super Mikro (Mudah, Cepat dan Berkah). Fasilitas pembiayaan yang diperuntukan bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk memenuhi kebutuhan modal kerja dan investasi dengan plafond s.d Rp. 10 Juta

12) BSI Mitra Beragun Emas (Non Qardh)

Pembiayaan Produktif/Konsumtif dengan beragun Emas. Pembiayaan untuk tujuan konsumtif maupun produktif yang menggunakan akad Murabahah/ Musyarakah Mutanaqishah/ Ijarah dengan agunan berupa emas yang diikat dengan akad rahn, dimana emas yang diagunkan disimpan oleh Bank selama jangka waktu tertentu.

13) BSI Mitraguna Berkah

Solusi tepat untuk ragam kebutuhan. Pembiayaan untuk tujuan multiguna tanpa agunan dengan berbagai manfaat dan kemudahan

bagi pegawai payroll di BSI

14) BSI Multiguna Hasanah

Penuhi segala kebutuhan anda dengan tenang. Fasilitas Pembiayaan Konsumtif untuk;

Pembelian barang kebutuhan konsumtif seperti renovasi rumah, pembelian perlengkapan/furniture rumah, dll.

Pembelian manfaat jasa seperti wedding organizer untuk pernikahan, perawatan di rumah sakit, pendidikan, jasa travel agent, dll.

Pengalihan/pemindahan utang pembiayaan konsumtif di lembaga keuangan lain yang memiliki underlying asset

15) BSI OTO

Solusi mudah miliki kendaraan penuh keberkahan. Layanan pembiayaan kepemilikan kendaraan (mobil baru, mobil bekas dan motor baru) dengan cara mudah dan angsuran tetap

16) BSI Pensiun Berkah

Menuju Pensiun Produktif, Bahagia dan Berkah. Pembiayaan yang diberikan kepada para penerima manfaat pensiun bulanan, diantaranya sbb:

Pensiunan ASN & Pensiunan Janda ASN.

Pensiunan BUMN/BUMD.

Pensiunan & Pensiunan Janda ASN/PNS yang belum memasuki

TMT Pensiun namun telah menerima SK Pensiun.

17) BSI Umrah

Wujudkan impian ke Tanah Suci. Fasilitas pembiayaan konsumtif untuk memenuhi kebutuhan pembelian Jasa Paket Perjalanan Ibadah Umroh melalui Bank yang telah bekerja sama dengan Travel Agent sesuai dengan prinsip syariah

18) Mitraguna Online

Solusi keuangan untuk ragam kebutuhan tanpa perlu datang ke bank. Pembiayaan tanpa agunan untuk tujuan multiguna/apa saja dengan berbagai manfaat dan kemudahan bagi pegawai

B. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, dimana peneliti akan memaparkan hasil penelitian mengenai Analisis Strategi Bersaing Bank Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah melalui narasi yang dibahas. Adapun hasilnya itu di dapatkan secara langsung dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan di lokasi penelitian yaitu Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni Kabupaten Luwu Timur.

a. Hambatan yang dihadapi oleh BSI KCP Tomoni

1) Pandemi

Perbankan syariah di Indonesia menghadapi sejumlah tantangan di tengah wabah Covid-19.

“Kurangnya interaksi secara langsung antara nasabah dengan pihak bank sehingga sebagian aktifitas nasabah dilakukan secara

daring terkecuali hal-hal yang diharuskan untuk langsung ke bank”⁴⁶

2) Masih banyak masyarakat pedalaman

Masyarakat yang berada didesa-desa yang jauh dari kota sehingga sulit dijangkau oleh perbankan syariah.

“Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni terus berupaya melakukan sosialisasi kepada masyarakat, kemudian aktif dalam melakukan promosi produk-produk BSI melalui media social maupun media cetak, serta aktif mengikuti dalam pertemuan/musyawarah instansi/daerah”⁴⁷

b. Strategi Pemosisian Bersaing

1) Kepemimpinan biaya rendah

Disini bank berupaya untuk mencapai biaya rendah sehingga dapat menetapkan harga yang lebih rendah dari harga pesaingnya, dengan demikian diharapkan bank dapat merebut pangsa pasar yang lebih besar.

“Pada dasarnya terkait masalah biaya disini paling rendah karena dari sisi tabungan ada namanya akad wadi’ah (tanpa biaya) dan akad mudharabah (bagi hasil)”⁴⁸

2) Fokus

Bank harus memusatkan perhatian pada usaha yang melayani beberapa pangsa pasar dengan baik dan buka mengejar seluruh pasar.

⁴⁶ Agusalim Prayetno, selaku Micro Marketing Manager, Pegawai BSI KCP Tomoni, (09 november 2021).

⁴⁷ Saldy, selaku Branch Manager, Pimpinan BSI KCP Tomoni (09 november 2021)

⁴⁸ Agusalim Prayetno, selaku Micro Marketing Manager, Pegawai BSI KCP Tomoni, (09 november 2021).

“Melayani financial masyarakat khususnya kita di BSI yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, fokusnya kami sekarang sudah memiliki berbagai macam produk, ada yang fokus untuk masalah UMKM terkait pembiayaan KUR, masyarakat yang ingin menggadai emas atau cicil emas, juga untuk pegawai negeri sipil khususnya yang vertikal seperti kementerian BUMN, BSI siap melayani kebutuhan masyarakat”⁴⁹

3) Keunggulan operasional

Nilai tambah kepada pelanggan yang diberikan dari keunggulan operasional adalah harga yang bersaing, serta kemudahan pembelian yang disertai kualitas yang baik. Minimnya produk gagal/cacat atau produk yang digarap ulang dapat berujung pada keunggulan operasional.

“Melayani dengan sepenuh hati, jangan sampai karena kita kurang senyum nasabahnya jadi kecewa. Faktor operasional banyak memberikan efek ketika kita tidak berjalan dengan baik, bagaimana kita menjalankan sesuai dengan arahan-arahan dari manajemen baik dari kantor area, wilayah dan kantor pusat itu semua sudah ada prosedur-prosedur melayani nasabah”⁵⁰

4) Keakraban dengan nasabah

Suatu nilai tambah yang mencirikan strategi kedekatan pelanggan adalah kemampuan perusahaan untuk membangun loyalitas pelanggannya dengan mengetahui apa yang menjadi preferensi pelanggan dan mengkostumisasi produk atau jasa yang diberikan sesuai dengan preferensi tersebut.

“Secara tidak langsung nasabah ini adalah objek bisnis kami bagaimana caranya kami harus melayani dengan baik tetapi tidak

⁴⁹ Agusalim Prayetno, selaku Micro Marketing Manager, Pegawai BSI KCP Tomoni, (09 november 2021).

⁵⁰ Agusalim Prayetno, selaku Micro Marketing Manager, Pegawai BSI KCP Tomoni, (09 november 2021).

melupakan kode-kode etik dan sesuai prosedur-prosedur yang ada. Hal-hal paling simpel hubungan dengan nasabah ketika ada nasabah yang berulang tahun paling tidak kita bisa hadir mengucapkan selamat ulang tahun dan memberikan do'a sehingga ada ikatan moril dari nasabah kepada kita"⁵¹

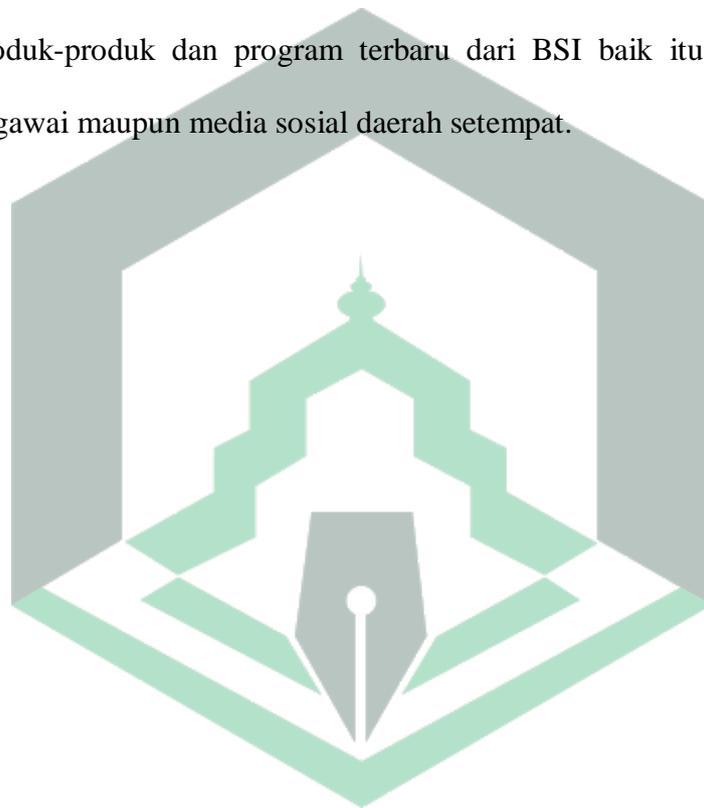
2. Pembahasan

Dalam dunia perbankan, tidak lepas dari persaingan antar bank, baik itu perbankan syariah maupun konvensional. Bank syariah saat ini sudah mulai dikenal oleh masyarakat luas tetapi tidak lepas dari kendala yang dihadapi dalam peningkatan jumlah nasabahnya seperti pada BSI KCP Tomoni yang mengalami hambatan seperti kurangnya interaksi secara langsung antara pihak bank dengan nasabah (pandemi) juga masih banyak masyarakat luwu timur bagian pedalaman yang belum terjangkau. Walaupun terdapat hambatan yang dialami oleh BSI KCP Tomoni dalam meningkatkan jumlah nasabah tetapi jumlah nasabah tetap meningkat tiap tahunnya meskipun tidak begitu banyak. Strategi bersaing yang digunakan oleh BSI KCP Tomoni yaitu strategi fokus dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dan tidak menggunakan cara yang bati (bohong, tipu, rampok, curi, korupsi).

Sistem pelayanan yang dilakukan oleh BSI KCP Tomoni sesuai dengan standar pelayanan yang ditetapkan, dimana setiap pegawai harus bersikap sopan dan ramah serta berpakaian rapi dalam melayani nasabah. Dalam menawarkan produk pegawai marketing juga memiliki kekhasannya itu sifatnya yang religius, meyakini hukum-hukum syariat

⁵¹ Indira, selaku Customer Service, Pegawai BSI KCP Tomoni (09 november 2021)

yang paling adil, paling selaras dengan segala bentuk kebaikan, memiliki keistimewaan mengedepankan akhlak dalam memasarkan produknya juga memiliki sifat yang jujur dalam mengenalkan produk kepada nasabah. Dalam melakukan peningkatan jumlah nasabah pihak pegawai BSI KCP Tomoni juga terus berupaya dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat, kemudian aktif menginformasikan di media sosial tentang produk-produk dan program terbaru dari BSI baik itu di media sosial pegawai maupun media sosial daerah setempat.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai strategi bersaing yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni dalam meningkatkan jumlah nasabah, maka dapat disimpulkan bahwa:

Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni dalam melakukan strategi bersaing tidak lepas dari strategi pemosisian bersaing yang terdiri dari kepemimpinan biaya rendah, diferensiasi, fokus, keunggulan operasional, keakraban dengan nasabah, kepemimpinan produk dan juga hambatan-hambatan yang dihadapi oleh bank syariah. Bank Syariah Indonesia fokus memusatkan perhatian pada usaha yang melayani beberapa pangsa pasar dengan baik seperti tabungan tanpa biaya, BSI sebagai penyalur dana KUR, kepemilikan rumah bersubsidi, Mitragunan dan cicil emas yang dikelola dengan sistem berbasis syariah. Dimasa sekarang segala kebutuhan transaksi masyarakat sudah bisa melalui digital banking tanpa harus datang ke kantor BSI karena digital banking merupakan aplikasi untuk membantuh dalam melakukan transaksi dan beribadah yang dilengkapi berbagai fitur dalam satu aplikasi.

B. Saran

Saran yang dapat peneliti berikan pada hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hendaknya melakukan sosialisasi yang lebih intensif lagi terutama dalam meningkatkan pemahaman dan persepsi masyarakat terhadap produk dan

sistem perbankan. Melihat situasi sekarang ini bank syariah mulai dikenal oleh masyarakat di daerah dan berminat untuk menjadi nasabah tetapi tidak tahu tentang produk-produk apa saja yang ada di perbankan syariah dan diperlukan perluasan wilayah jangkauan bank syariah itu sendiri sehingga masyarakat di dipedalaman dapat terjangkau.



DAFTAR PUSTAKA

- Abraham Muchlish dan Dwi Umardani, "Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Syariah dan Bank Konvensional di Indonesia". *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*. Vol. 9 No. 1 2016 .
<https://www.trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id>.
- Al-Arif M. Nur Rianto, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2007.
- Antonio M. Syafi'i, *Dasar- Dasar Manajemen Bank Syariah*, Cet 4, Jakarta: Pustaka Alfabeta, 2006.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*, Jakarta: Balai Pustaka, 2002.
- Djasli Saladin, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Bank*, Jakarta: CV Rajawali, 1994, 102.
- Dirgantoro Crown, *Manajemen Strategis*, Jakarta: PT. Grasindo, 2001.
- Data dari BNI Syariah Kcp Tomoni.
- E. Porter Michael, *Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis Industry dan Pesaing*, Jakarta: Erlangga, 2001.
- Hendrawati Supratikno, *Advance Strategic Management : Back to Basic Approach*, Jakarta : PT.Grafindo Utama, 2003.
- Alimuddin Jumiati , "Pendayagunaan Zakat Dalam Aplikasinya Mengurangi Kemiskinan di Makassar (studi kasus Rumah Zakat Indonesia Cabang Makassar)", *Skripsi Sarjana* ,Fakultas Syariah dan Hukum UIN Alauddin, Makassar, 2019.
- Irfan Harmoko, "Strategi Pemasaran Produk Bank Syariah Dalam Persaingan Bisnis Perbankan Nasional". Vol. 1 (Jakarta : Fakultas Ekonomi, UI, 1993), dikutip dari "Philip Kotler, "Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi,dan Pengendalian", alih bahasa Adi Zakaria Affif.
- Ismanto Kuat, *Manajemen Syariah Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2009.

- Komaruddin, *Kamus Perbankan*, Jakarta: CV. Rajawali, 1994.
- Komariah Aan dan Djam'an Santori, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cet 2, Bandung: Alfabeta cv, 2010.
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Keenam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- Kasmis, *Kewirausahaan*, Jakarta : PT. Grafindo, 2006.
- M. Hanafi Mamduh, *Manajemen*, Yogyakarta: Unit Penerbit, 2003.
- Muhammad, *Manajemen Dana Bank syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014. Diyana Suryaningrum, "Peranan Customer Service dan Personal Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah dan Loyalitas Nasabah Pada Baitul Maal Wattamwil Pahlawan Tulung Agung", *Skripsi IAIN Tulungagung*, (2017), <http://repo.iain-tulungagung.ac.id>.
- Nasution S, *Metode Penelitian: Penelitian Ilmiah*, Ed. 1. Cet.10 , Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- Rahmannisa Maulida Zulfa, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan iB Tasya Haji Baitullah Di BPRS Suryah Cabang Kudus", *Skripsi UIN Walisongo Semarang*, (2018), <http://eprints.walisongo.ac.id>.
- Reksohadiprodjo Sukanto, *Manajemen Strategik*, Edisi Pertama, Yogyakarta: BEFE, 1987.
- Simorangkir O.P., *Etika Bisnis, Jabatan dan Perbankan*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2003.
- Samsul Basri, dkk, Metode Pengajaran Ekonomi Syariah Berdasarkan Kandungan Surat Al-Baqarah Ayat 275- 280, *Pendidikan Islam Ta'dibuna*, Vol. 7 No. 2, (2018).
- Sari Wiwin, "Analisis Strategi Pemasaran Produk Murabahah Logam Mulia Untuk Investasi Abadi (Mulia) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Raden Intan Bandar Lampung", *Skripsi UIN Raden Intan Lampung*, (2019), <http://repository.radenintan.ac.id>.
- Suharso dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Lux*, Semarang : CV.Widya Karya.

Simorangkir O.P., *Etika Binis, Jabatan dan Perbankan*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2003.

Sjahdeini Sutan Remy , *Perbankan Islam*, Cet ke-3, Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti, 2007.

Saladin Jaslim dan Buchory Herry Achmad, *Dasar-dasar Pemasaran Bank*. Bandung: Linda Karya. 2006.

Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cet. XIII; Bandung: Alfabet, 2011.

Umam Khotibul , *Perbankan Syariah Dasar dasar dan Dinamika Perkembangana di Indonesia*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016.

Wiki Fatmala, “Analisis Strategi Pemasaran Produk Arrum Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Pada Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Way Halim)”, *Skripsi UIN Raden Intan Lampung*, (2018), <http://repository.radenintan.ac.id>.

Wibowo Edy, dkk, *Mengapa Memilih Bank Syariah?*, Bogor: Ghalia Indonesia cet.I,2005.

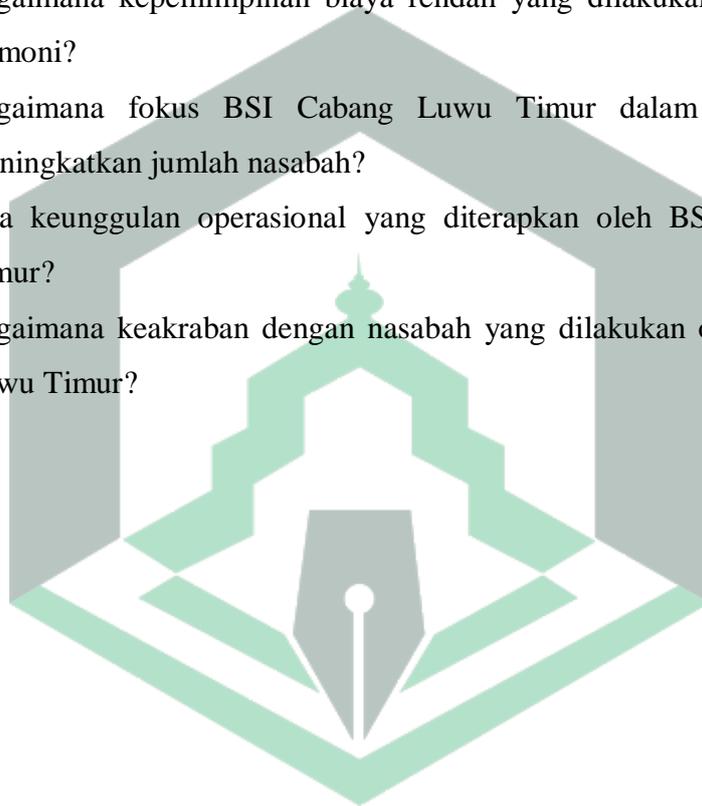
www.ojk.go.id diakses pada 20 April 2021





PEDOMAN WAWANCARA

1. Apa hambatan yang dihadapi oleh BSI pada masa Pandemi?
2. Bagaimana literasi tentang Bank Syariah terhadap masyarakat?
3. Bagaimana kepemimpinan biaya rendah yang dilakukan oleh BSI KCP Tomoni?
4. Bagaimana fokus BSI Cabang Luwu Timur dalam bersaing untuk meningkatkan jumlah nasabah?
5. Apa keunggulan operasional yang diterapkan oleh BSI Cabang Luwu Timur?
6. Bagaimana keakraban dengan nasabah yang dilakukan oleh BSI Cabang Luwu Timur?



BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JL. BBS No. Batandaj Kota Palopo Telp (0471) 22076
E-mail febi@iainpalopo.ac.id Website: <https://febi.iainpalopo.ac.id>

BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL

Pada hari ini Senin tanggal 13 bulan September tahun 2021 telah dilaksanakan Ujian Proposal mahasiswa (i):

Nama : Miftahul Janna
NIM : 17 0402 0076
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis strategi bersaing Bank Syariah Indonesia cabang Luwu Timur dalam meningkatkan jumlah Nasabah

Dinyatakan **LULUS UJIAN / TIDAK LULUS** dengan **NILAI** dan masa perbaikan pekan/bulan.

Dengan Hasil Ujian:

- Proposal diterima tanpa perbaikan
- Proposal diterima dengan perbaikan
- Proposal ditolak dan seminar ulang

Dosen Pembimbing I

Akbar Sabani, S.E.I., M.E

Dosen Penguji I

Hendra Safri, S.E., M.M

Ketua Prodi

Hendra Safri, S.E., M.M
NID. 198510202015031001

Lampiran 3

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

SURAT KETERANGAN

Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Tomoni, dengan ini menerangkan bahwa,

Nama : Miftahul Janna
NIM : 17 0402 0078
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi & Bisnis Islam
Kampus : IAIN Palopo
Judul : Analisis Strategi Bersaing Bank Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah

Telah melaksanakan penelitian/riset di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Tomoni dengan judul penelitian Analisis Strategi Bersaing Bank Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah.

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tomoni, 04 November 2021

PT Bank Syariah Indonesia Tbk
KCP Tomoni

The logo consists of the letters 'BSI' in a large, bold, blue font. To the right of 'BSI', the words 'BANK SYARIAH INDONESIA' are stacked vertically in a smaller, blue, sans-serif font, with 'KCP TOMONI' below them. A stylized signature in black ink is written over the logo.

Andi Arham

Branch Operational & Service Manager

Lampiran 4

KETERANGAN WAWANCARA

KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sadly
Jabatan : Branch Manager BSI KCP Tomoni
Alamat : Jl. Oputosapaile No. 10 Kota Palopo

Menerangkan bahwa:

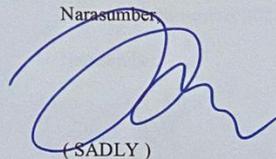
Nama : Miftahul Janna
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah

Benar-benar telah mengadakan wawancara dengan kami sehubungan dengan penulisan skripsi yang berjudul "Analisis Strategi Bersaing Bank Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah" pada tanggal 09 november 2021 Di Bank Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur.

Demikian keterangan ini kami berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tomoni, 09 November 2021

Narasumber



(SADLY)

KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Agusalim Prayetno
Jabatan : Micro Marketing Manager BSI KCP Tomoni
Alamat : Jl. Trans Sulawesi Desa Beringin Jaya
Kec. Tomoni Kab. Luwu Timur

Menerangkan bahwa:

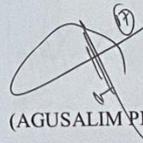
Nama : Miftahul Janna
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah

Benar-benar telah mengadakan wawancara dengan kami sehubungan dengan penulisan skripsi yang berjudul "Analisis Strategi Bersaing Bank Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah" pada tanggal 09 november 2021 Di Bank Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur.

Demikian keterangan ini kami berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tomoni, 09 November 2021

Narasumber,



(AGUSALIM PRAYETNO)

KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Indira
Jabatan : Customer Service BSI KCP Tomoni
Alamat : Jl. Sultan Hasanuddin Desa Wasuponda
Kec. Wasuponda Kab. Luwu Timur

Menerangkan bahwa:

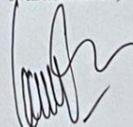
Nama : Miftahul Janna
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah

Benar-benar telah mengadakan wawancara dengan kami sehubungan dengan penulisan skripsi yang berjudul "Analisis Strategi Bersaing Bank Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah" pada tanggal 09 november 2021 Di Bank Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur.

Demikian keterangan ini kami berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tomoni, 09 November 2021

Narasumber,



(INDIRA)

Lampiran 5

DATA JUMLAH NASABAH BSI KCP TOMONI
TAHUN 2017-2021

TAHUN	JUMLAH NASABAH
2017	3.212
2018	3.841
2019	4.588
2020	5328
2021	6324



NOTA DINAS PEMBIMBING

Akbar Sabani, S.E.I., ME

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp :
Hal : Skripsi

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo
Di-
Palopo

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

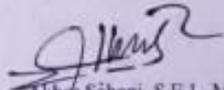
Nama : Miftahul Janna
NIM : 17 0402 0078
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : "Analisis Strategi Bersaing Bank Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah"

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan pada ujian/seminar hasil penelitian.

Demikian disampaikan untuk diproses selanjutnya.

Wasalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing


Akbar Sabani, S.E.I., ME
Tanggal: 17 November 2021

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan seksama skripsi berjudul "Analisis Strategi Bernaing Bank Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur dalam Upaya Meningkatkan Jumlah nasabah".

Yang ditulis oleh:

Nama : Miftahul Janna

NIM : 17 0402 0078

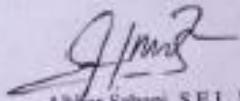
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan pada ujian/seminar hasil penelitian.

Demikian persetujuan ini di buat untuk proses selanjutnya.

Pembimbing


Akbar Sahani, S.E.I, ME
Tanggal: 17 November 2021

BERITA ACARA SEMINAR HASIL



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**
JL. Bitti No. Balandi Kota Palopo Telp (0471) 22076
E-mail: febi@iainpalopo.ac.id Website: https://febi.iainpalopo.ac.id

BERITA ACARA UJIAN HASIL

Pada hari ini Kamis tanggal 06 bulan Januari tahun 2022 telah dilaksanakan Ujian Seminar Hasil mahasiswa (i):

Nama : Miftahul Janna
NIM : 17 0402 0078
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Analisis Strategi Bersaing Bank Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur dalam Upaya meningkatkan Jumlah Nasabah

Dinyatakan **LULUS UJIAN / TIDAK LULUS** dengan **NILAI 92** dan masa perbaikan pekan/bulan.

Dengan Hasil Ujian:

- Skripsi diterima tanpa perbaikan
 Skripsi diterima dengan perbaikan
 Skripsi ditolak dan seminar ulang

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
(Ketua Sidang/Penguji)
2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.
(Sekretaris Sidang/Penguji)
3. Hendra Safri, S.E., M.M
(Penguji I)
4. Ishak, S.E.I., M.E.I
(Penguji II)
5. Akbar Sabani, S.E.I., M.E
(Pembimbing I/ Penguji I)

NOTA DINAS TIM PENGUJI

Hendra Safri, S.E., M.M

Ishak, S.EI., M. EI

Akbar Sabani, S.EI., ME

NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lamp : 1 Exempler

Hal : Skripsi an. Miftahul Janna

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Di-

Palopo

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : Miftahul Janna

NIM : 17 0402 0078

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syariah

Judul : " Analisis Strategi Bersaing Bank Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah"

Maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk diproses selanjutnya.

Wasalamu 'alaikum Wr.Wb

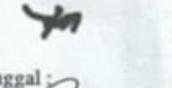
1. Hendra Safri, S.E., MM

(Penguji I)

()
tanggal :

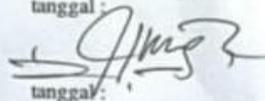
2. Ishak, S.EI., M. EI

(Penguji II)

()
tanggal :

3. Akbar Sabani, S.EI., ME

(Pembimbing)

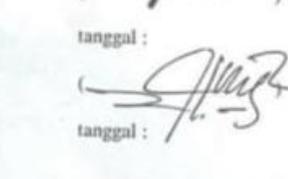
()
tanggal :

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi yang berjudul "Analisis Strategi Bersaing Bank Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah" yang ditulis oleh Miftahul Janna Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 17 0402 0078, Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah diajukan dalam Seminar Hasil Penelitian pada hari Kamis, tanggal 06 Januari 2022 bertepatan dengan 04 Jumadil Akhir telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada Sidang Ujian Munaqasyah.

TIM PENGUJI

- | | |
|--|---|
| 1. Dr. Hj. Ramlah, M., M.M
Ketua Sidang/Penguji | ()
tanggal : |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A
Sekertaris Sidang/Penguji | ()
tanggal : |
| 3. Hendra Safri, S.E., M.M
Penguji I | ()
tanggal : |
| 4. Ishak, S.EI., M.EI
Penguji II | ()
tanggal : |
| 5. Akbar Sabani, S.EI., ME
Pembimbing/Penguji | ()
tanggal : |

NOTA DINAS TIM VERIFIKASI

**TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO**

NOTA DINAS

Lamp : 1 (Satu) Skripsi
Hal : Skripsi an. Miftahul Janna

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di
Palopo

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

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

Nama : Miftahul Janna
NIM : 17 0402 0078
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : "Analisis Strategi Bersaing Bank Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah"

Menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut:

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

Demikian disampaikan untuk diproses selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Tim Verifikasi

1. Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc

Tanggal : 24/02/2022

()

2. Purnama Sari, S.E.

Tanggal :

()

DOKUMENTASI



Wawancara bersama Customer Service BSI KCP Tomoni



Wawancara bersama Customer Service BSI KCP Tomoni



Wawancara bersama Micro Marketing Manager BSI KCP Tomoni



Wawancara bersama Micro Marketing Manager BSI KCP Tomoni



Foto bersama Branch Manager BSI KCP Tomoni



Foto Bersama Branch Manager BSI KCP Tomoni

KARTU KONTROL



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Bto Kota Palopo 91914 Telepon 085243175771
 Email: teknologi@iainpalopo.ac.id; Website: <http://www.iainpalopo.ac.id/>

**KARTU KONTROL
 SEMINAR HASIL SKRIPSI**

Nama : Miftahul Janda
 NIM : 1714020078
 Prodi : Perbankan Syariah

NO	HARI/TGL	NAMA MAHASISWA	JUDUL SKRIPSI	PARAF PIMPINAN UJIAN	KET.
1	7/4/2021	Aisyah A. Haeruddin	Implementasi Pembiayaan Murabahah Di BSM Palopo	<i>[Signature]</i>	
2	22/4/2021	SyaamSinar	Pengaruh Produk ARKAM BKB dan Produk Syariah terhadap Peningkatan Stabilitas dan Kinerja Bank Syariah	<i>[Signature]</i>	
3	26/4/2021	Sarmila	Pengaruh Algoritma Terhadap Penjualan Toko Kelontong di Sekeloa	<i>[Signature]</i>	
4	22/10/2021	ErnaWati	Analisis Kepatuhan Zakat Pada Perusahaan di Kota Palopo	<i>[Signature]</i>	
5	20/09/2021	Citra WulanDani	Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat Profitabilitas bank Syariah di Indonesia periode 2016-2021	<i>[Signature]</i>	
6	20/09/2021	Berliani	Pengaruh Pembiayaan modal kerja terhadap Peningkatan Pendapatan Petani rumput laut di desa terlata	<i>[Signature]</i>	
7	08/09/2021	Riki Amelia	Pengaruh rekam sosial dan lama usia terhadap Pendapatan Pengabdian di rumah ter. Wana Timur kota Palopo	<i>[Signature]</i>	
8	02/09/2021	Puri Pratiwi	Pengaruh kualitas Pelayanan dan biaya administrasi terhadap kepuasan nasabah di bank syariah Indonesia	<i>[Signature]</i>	
9					
10					

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

[Signature]
 Dr. Hj. Ramlah M.,M.M.
 NIP 1961020811994032001

- NB:
- Kartu ini dibawa setiap mengikuti ujian
 - Setiap mahasiswa wajib mengikuti minimal 5 kali seminar sebelum seminar hasil.

RIWAYAT HIDUP



Miftahul Janna, lahir di Malili pada tanggal 20 Februari 1998. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Muhammad Cakir dan Hasmawati. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Jl. Ahmad Yani Desa Puncak Indah Kec. Malili Kabupaten

Luwu Timur. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2009 di SDN 238 Mallaulu. Kemudian, di tahun yang sama menempuh pendidikan di SMPN 2 Malili hingga tahun 2012. Selanjutnya menempuh pendidikan di SMKN 1 Malili. Pada saat menempuh pendidikan di SMK, penulis aktif dalam berbagai kegiatan seperti OSIS, Kepramukaan, IT Club, dan Kesenian seperti Menari. Setelah lulus SMK di tahun 2015, penulis bekerja di Kantor Desa Puncak Indah sebagai staff kemudian pada tahun 2017 melanjutkan pendidikan di prodi perbankan syariah fakultas ekonomi dan bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Selama menempuh pendidikan di bangku kuliah, penulis aktif dalam mengikuti beberapa organisasi seperti:

1. Koordinator Bidang Teknik Kepramukaan Racana IAIN tahun 2019
2. Anggota Kelompok Studi Ekonomi Islam *Sharia Economic Association* (KSEI SEA) IAIN Palopo tahun 2019-2020

Selain itu penulis juga aktif mengikuti kegiatan relawan seperti Earth Hour Palopo.

Contact person penulis : miftahuljanna440@gmail.com