

SKRIPSI

**STRATEGI PROMOSI TABUNGAN SIMPEL DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA BANK
SYARIAH INDONESIA CABANG METRO**

Oleh:

**BERNINDI PIANA PUTRI
NPM. 1903020010**



**Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1445 H/ 2024 M**

**STRATEGI PROMOSI TABUNGAN SIMPEL DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA BANK
SYARIAH INDONESIA CABANG METRO**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

BERNINDI PIANA PUTRI
NPM. 1903020010

Pembimbing: Dr. Mat Jalil, M.Hum

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1445 H/ 2024 M



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: www.syariah.mctrouniv.ac.id;
e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

NOTA DINAS

Nomor :-
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : **Pengajuan Permohonan untuk di Munaqosyah**

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

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Bernindi Piana Putri
NPM : 1903020010
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : STRATEGI PROMOSI TABUNGAN SIMPEL DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA BANK
SYARIAH INDONESIA CABANG METRO

Sudah disetujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk dimunaqosyah . Demikian harapan kami dan atau penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, 04 Desember 2023
Dosen Pembimbing

Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 19620812 199803 1 001

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : STRATEGI PROMOSI TABUNGAN SIMPEL DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA BANK
SYARIAH INDONESIA CABANG METRO

Nama : Bernindi Piana Putri

NPM : 1903020010

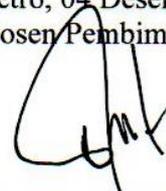
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Sudah dapat kami setujui untuk disidangkan dalam sidang munaqosyah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro.

Metro, 04 Desember 2023
Dosen Pembimbing



Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 19620812 199803 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 3411
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-0125/Un-28.3/D/PP-00.9/01/2024

Skripsi dengan Judul **STRATEGI PROMOSI TABUNGAN SIMPEL DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA CABANG METRO**, Disusun oleh **BERNINDI PIANA PUTRI**, NPM. 1903020010, Jurusan : S1 Perbankan Syariah yang telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro pada hari/tanggal Kamis, 28 Desember 2023.

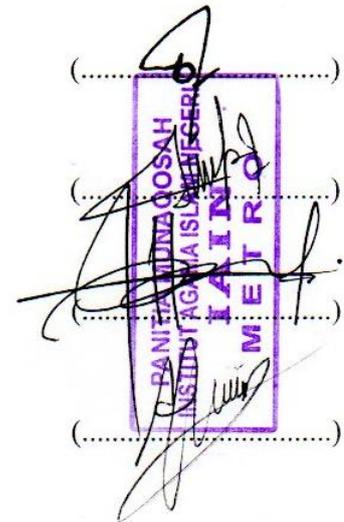
TIM PENGUJI MUNAQOSYAH

Ketua / Moderator : Dr. Mat Jalil, M.Hum

Penguji I : Liberty, S.E., M.A

Penguji II : Hotman.,M.E.Sy

Sekretaris : Alfiansyah Imahda Putra.,M.Kom



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Mat Jalil, M.Hum

NIP. 196208121998031001

ABSTRAK

STRATEGI PROMOSI TABUNGAN SIMPEL DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA CABANG METRO

Oleh:

BERNINDI PIANA PUTRI
NPM. 1903020010

Bank Syariah Indonesia menggunakan Tabungan SimPel yang jenis produk tabungan mandiri yang diperuntukan mulai dari siswa PAUD/TK/RA, SD/MI, SMP/MTs, SMA/MA atau sederajat guna mengajarkan anak-anak di Indonesia dapat belajar menabung sejak dini. Pasca peluncuran Tabungan SimPel, Bank Syariah Indonesia terus menjalin kerja sama dengan lembaga pendidikan lainnya untuk mempromosikan produk tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan dalam meningkatkan jumlah nasabah Tabungan SimPel di Bank Syariah Indonesia Kota Metro. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi menambah wawasan dan ilmu pengetahuan peneliti, pihak bank, maupun mahasiswa tentang lembaga keuangan syariah serta dapat dijadikan sebagai masukan atau saran yang bermanfaat, bersifat membangun untuk terus meningkatkan jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia khususnya pada Bank Syariah Indonesia Cabang Kota Metro.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*), sedangkan. Sumber data primer yang digunakan yaitu *purposive sampling* Pengumpulan data dilakukan melalui dua teknik yaitu wawancara dan dokumentasi. Data hasil temuan digambarkan secara deskriptif dan dianalisis menggunakan cara berpikir induktif dengan tiga orang karyawan Bank Syariah Indonesia cabang Metro serta tiga orang nasabah Tabungan SimPel sebagai pelengkap data-data peneliti berdasarkan data lapangan. Adapun teknik penjamin keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia Cabang Metro dalam meningkatkan jumlah nasabah Tabungan SimPel dengan cara melakukan *branding* produk Tabungan SimPel, penyebaran brosur, melakukan *open booth* tiap sekolah yang sedang mengadakan acara. Memberikan persentase ke sekolah-sekolah, sehingga tercipta kerja sama *relationship* antara pihak bank dengan sekolah

Kata Kunci: *Strategi Promosi, Tabungan Simpel, Bank Syariah Indonesia Cabang Metro*

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bernindi Piana Putri
NPM : 1903020010
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 18 Desember 2023
Yang menyatakan



Bernindi Piana Putri
NPM. 1903020010

MOTTO

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۚ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۚ فَاعْفُ
عَنَّهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ

الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”, (QS. Al’ Imran: 159)

PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas diucapkan selain bersyukur kepada Allah SWT yang telah memberikan begitu banyak berkah dalam hidup penulis. Penulis persembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih yang tulus kepada:

1. Kedua orang tuaku Ibu Lilis Setia Ningsih dan Bapak Baheram Syah yang telah memberikan dukungan moral maupun materi serta do'a yang tiada henti untuk saya.
2. Saudara kakak kandung saya Bernita Putri Meylistya, Wosi Bagaskara Rahagi dan Wafi Khairul Ramadhan yang senantiasa memberikan, semangat, senyum dan do'anya untuk keberhasilan skripsi ini.
3. Sahabat-sahabat terbaik yang selalu menyemangati dan membantu untuk menyelesaikan skripsi ini. Tanpa semangat, dukungan dan bantuan kalian semua tidak akan mungkin sampai di sini, terimakasih untuk canda tawa, tangis, dan perjuangan yang kita lewati bersama dan terimakasih untuk kenangan manis yang telah mengukir selama ini.
4. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik, hidayah serta inayah-nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan menulis skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dalam persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan (S1) Jurusan Perbankan Syariah IAIN Metro guna memperoleh gelar S.E. Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah banyak menerima bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro.
2. Dr.Mat Jalil, M.hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Muhammad Ryan Fahlevi, M.M selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah.
4. Dr.Mat Jalil, M.Hum selaku pembimbing, yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
6. Bapak/Ibu Seluruh Staff Dan Karyawan Bank BSI Kc A.Yani Kota Metro yang telah memberi kesempatan peneliti untuk melakukan penelitian di Bank BSI Kc A.Yani Kota metro.
7. Dan teman-teman seperjuangan yang telah ikut membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga hasil penelitian yang telah dilakukan kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Metro, 03 Januari 2023
Peneliti,



Bernindi Piana Putri
NPM. 1901082002

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Pertanyaan Penelitian	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
D. Penelitian Relevan.....	8

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi	11
1. Pengertian Strategi.....	11
2. Aspek-Aspek Strategi	12
3. Jenis-Jenis Strategi.....	13
B. Promosi.....	15
1. Pengertian Promosi.....	15
2. Fungsi Promosi	16

3. Bauran Promosi	17\
4. Pengertian Promosi.....	17
C. Produk Tabungan SimPel.....	20

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian	23
B. Sumber Data	25
C. Teknik Pengumpulan Data	27
D. Teknik Analisis Data.....	29
E. Teknik Penjamin Keabsahan Data.....	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum tentang Bank Syariah Indonesia	34
1. Sejarah Bank Syariah Indonesia (BSI)	34
2. Visi Misi Perusahaan PT. Bank Syariah Indonesia	36
3. Struktur Organisasi Kantor Cabang PT. Bank Syariah Indonesia.....	37
4. Nilai-Nilai Perusahaan (Akhlak)	40
5. Produk dan Layanan pada Bank Syariah Indonesia.....	40
6. Tabungan <i>Easy</i> Wadiah BSI	42
7. Tabungan Haji Indonesia.....	43
8. Tabungan Berencana	44
9. Tabungan Pendidikan	45
10. Cicil Emas	46
11. Griya Hasanah.....	47
12. BSI OTO	48
B. Hasil Penelitian.....	49
1. Deskripsi Karakteristik Informan	51
2. Deskripsi Karakteristik Informan	54

3. Deskripsi Hasil Wawancara kepada Nasabah Bank Syariah Indonesia KC A Yani Kota Metro tentang Strategi Promosi Tabungan SimPel dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada BSI KC A Yani Kota Metro	54
C. Pembahasan	56
1. Strategi Promosi Tabungan SimPel dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Metro	56
2. Kendala-Kendala dalam Memasarkan Produk Tabungan SimPel	63
3. Keunggulan-Keunggulan Produk Tabungan SimPel.....	65

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	69
B. Saran	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel Tabel 1.1 Karakteristik Informan Nasabah Pada BSI KC A Yani Kota Metro	5
Tabel 4.1 Karakteristik Informan Nasabah Pada BSI KC A Yani Kota Metro	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Stuktur Organisasi BSI KC A Yani Kota Metro	37
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. SK Pembimbing Skripsi
2. Outline
3. Alat Pengumpulan Data (APD)
4. Surat Izin Research
5. Surat Balasan Izin Research
6. Surat Tugas
7. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
8. Surat Keterangan Bebas Pustaka
9. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
10. Foto-foto Penelitian
11. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga keuangan adalah setiap perusahaan yang bergerak dibidang keuangan, menghimpun dan menyalurkan dana, atau kedua duanya. Dalam praktiknya, lembaga keuangan dibagi lagi menjadi dua, yaitu: lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan bukan bank. Lembaga keuangan bank merupakan lembaga keuangan yang memberikan jasa keuangan paling lengkap. Selain menyalurkan dana dan memberikan pinjaman dalam bentuk kredit, bank juga menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan. Disamping itu, bank juga memberikan jasa keuangan yang mendukung aktivitas menyalurkan dan menghimpun dana masyarakat. Lembaga keuangan bukan bank atau lembaga pembiayaan lebih fokus kepada satu bidang saja, dapat berupa bidang penyaluran dana saja atau bidang penghimpunan saja meskipun ada juga yang melakukan dua aktivitas ini sekaligus, dalam hal menghimpun dana atau menyalurkan dana, lembaga pembiayaan ini memiliki cara-cara tertentu.¹

Bank syariah adalah lembaga yang berfungsi sebagai intermediasi yaitu mengarahkan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk pembiayaan tanpa berdasarkan bunga, melainkan berdasarkan prinsip syariah. Interaksi yang berdasarkan syariah tidak menerapkan bunga yang bersifat memastikan

¹Ardhansyah Putra dan Dwi Saraswati, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Surabaya: CV Jakad Media Publishing, 2021), 7-8

keuntungan. Transaksi kegiatan ekonomi yang dijalankan oleh bank Syariah adalah sesuai dengan teori keuangan, *return goes along with risk* (return selalu beriringan dengan risiko). Kegiatan operasional dalam perbankan syariah berdasarkan prinsip bagi hasil yang selalu memperhatikan aspek keadilan dan perlindungan yang seimbang terhadap kepentingan berbagai pihak yang bersangkutan dengan bersama-sama membagi keuntungan dan kerugian.²

Setiap bank harus bisa berkomunikasi dengan nasabah, sebab peran bank sebagai komunikator dan promotor. Supaya suatu produk bisa digunakan oleh nasabah, maka perlu adanya informasi terkait produk serta manfaatnya. Salah satu cara yang digunakan ialah dengan promosi. Kegiatan promosi harus dilakukan seluas mungkin untuk menjangkau lebih banyak nasabah. Promosi mengandung insentif jangka pendek untuk mendorong peningkatan minat nasabah pada produk yang di promosikan. Melalui promosi produk dengan menggunakan hadiah, perbankan dapat menarik nasabah baru, untuk menggunakan produk baru dan mendorong nasabah agar menyimpan uangnya sebanyak mungkin.³

Dalam industri perbankan setiap nasabah memiliki kriteria sendiri-sendiri dalam memilih bank yang diinginkannya. Ada nasabah yang menginginkan suatu bank biasa memberi bunga yang tinggi juga terjamin keamanannya, ada pula nasabah yang menginginkan layanan yang lebih cepat,

²Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Jawa Timur: Duta Media Publishing, 2020),1

³ Asti Marlina, "Strategi Pemasaran Tabungan ib Masalah Pada Bank Jabar Banten Syariah Kantor Cabang Bogor," *Moneter: Jurnal Keuangan Dan Perbankan* 8, no. 2, 2020, 94

efisien, nyaman dan kemudahan dalam mengakses, kapan dan dimana pun mereka berada. Dengan adanya perbedaan kriteria pemilihan bank oleh nasabah ini, maka perbankan dituntut untuk selalu berusaha meningkatkan layanan dan melakukan inovasi secara terus menerus.⁴

Pada dasarnya masyarakat akan memilih bank yang memberikan keuntungan dan kemudahan, sehingga bank harus memperhatikan keinginan dan kebutuhan masyarakat dari waktu ke waktu. Produk merupakan salah satu strategi bank untuk memperoleh nasabah. Produk-produk tabungan yang ditawarkan oleh masing-masing bank kian bertambah seiring dengan banyaknya jumlah lembaga perbankan yang ada, sehingga masyarakat harus mengenali kebutuhan dan seluk-beluk produk yang ditawarkan dengan lebih baik.⁵

Tabungan untuk pelajar merupakan jenis tabungan yang diterbitkan secara nasional oleh bank yang ada di Indonesia yang dikembangkan oleh Otoritas Jasa keuangan dan Komite Pengembangan Jasa Keuangan Syariah dalam rangka Edukasi dan Inklusi keuangan secara finansial mendukung budaya menabung sejak dini. Tabungan ini menggunakan prinsip mudarabah atau bagi hasil yang dapat dijadikan sebagai investasi yang menguntungkan dan dapat ditarik sewaktu waktu.

SimPel, kependekan dari simpanan pelajar adalah simpanan berupa bentuk tabungan yang dikhususkan untuk belajar. Tabungan memiliki

⁴Selamat Siregar, "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Cabang Krakatau Medan", *Jurnal Ilmiah Methonomi 1*, No.2,(2015), 64

⁵Ayun Sekar Widowati, "Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, Dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah", *Jurnal Nominal*, Vol. VII , No.2,(2018), 143

persyaratan yang sederhana dan mudah serta fitur yang menarik bertujuan untuk mendorong Literasi keuangan dan budaya menabung. SimPel dipimpin oleh pemerintah dan dikelola oleh OJK. Produk SimPel memiliki banyak manfaat bagi anak-anak. Tabungan SimPel juga bertujuan untuk memberikan pengalaman belajar menabung serta membangun budaya menabung dan melatih anak-anak dalam mengelola keuangan mereka sendiri.⁶

Tabungan Simpanan Pelajar ini merupakan tabungan yang nasabahnya jarang melakukan penarikan serta konsisten melakukan setoran, sehingga pihak bank dapat menginvestasikan dananya ke sektor lain yang pada akhirnya keuntungan dari investasi tersebut akan dibagi dua sesuai nisbah yang telah disepakati. Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) menggunakan prinsip *mudharabah muthlaqah*. *Mudharabah muthlaqah* adalah bentuk kerja sama antara shahib almal dan mudharib yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis. Dengan adanya Tabungan SimPel yang bertujuan untuk meningkatkan minat pelajar dalam menabung, maka pihak bank memudahkan pelajar. Dengan setoran awal minimal Rp 1.000,00 minimal setoran selanjutnya Rp 1.000,00 dan saldo minimum Rp 1.000,00 para pelajar dapat membuka rekening dan memiliki tabungan sendiri.⁷

Salah satu bank syariah yang menawarkan produk simpel ialah Bank Syariah Indonesia cabang Metro. Dimana Bank ini di resmikan pada tahun

⁶Ruqayyah, Nurul Jannah “Peran Tabungan IB Simpel Dalam Perkembangan PT Bank Sumut KCP Syariah Simpang Kayu Besar”, *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen* 2, No.16, (2022), 831

⁷Sheila Angraini and Atika, “Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)” 3, no. 1 (2023): 617-618.

2021 lalu dari hasil *merger* BRI Syariah, Mandiri Syariah dan BNI Syariah. Hal ini sebagaimana yang dijelaskan bapak Heri saat peneliti melakukan wawancara, bahwa prodak SimPel ini benar ada pada BSI KC Metro sejak saat dilakukan *merger* tahun 2021. Berikut merupakan tabel data dari tabungan SimPel KC Metro:⁸

Tabel 1.1

Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) BSI Kantor Cabang Metro.⁹

Bulan	Tahun		
	2021	2022	2023
Januari	0	33	44
Februari	0	37	54
Maret	0	42	57
April	0	45	64
Mei	0	41	62
Juni	0	58	61
Juli	0	71	66
Agustus	0	69	75
September	58	73	86
Oktober	55	73	97
November	60	85	90
Desember	63	83	79

⁸ Heri Susanto, wawancara kepada petugas Bank Syariah Indonesia KC Metro, 17 Februari 2023.

⁹ Desma, wawancara kepada petugas Bank Syariah Indonesia KC Metro, 11 Januari 2024.

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, dapat dipahami bahwa data nasabah tabungan simpel BSI Kc A.Yani Kota Metro cenderung terjadi perubahan secara fluktuatif bila dilihat dari data perbulannya.

Hal ini dikarenakan kurangnya minat para pelajar untuk menabung di Bank karena tidak termotivasi, menganggap menabung di bank persyaratannya sulit dan kurangnya pemahaman akan pentingnya menabung. Oleh karena itu, pihak BSI Kc A. Yani kota metro melakukan promosi salah satunya adalah jemput bola dan memberikan edukasi secara langsung mengenai pentingnya menabung. Hal ini diimplentasikan oleh pihak bank dengan cara datang ke sekolah-sekolah yang telah bekerja sama sehingga akan memberikan pemahaman dan kemudahan kepada para pelajar untuk menabung serta dapat menjalin kedekatan antara pihak bank dengan para pelajar.¹⁰

Tabungan merupakan simpanan yang ditawarkan oleh bank kepada masyarakat. Sedangkan tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL) ini adalah produk dari Tabungan. Salah satu produk tabungan yang ada di Bank BSI Kc A.Yani Kota Metro adalah Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL).

Berdasarkan uraian diatas, timbul ketertarikan dari peneliti untuk melakukan penelitian tentang bagaimana promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia Cabang Metro dalam memperoleh nasabah sehingga masyarakat/pelajar tertarik untuk menabung di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kota metro . Penelitian ini diberi judul **“Strategi Promosi Tabungan**

¹⁰ Heri Susanto, wawancara kepada petugas Bank Syariah Indonesia KC Metro, 17 Februari 2023.

SimPel Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Metro”

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan dalam latar belakang di atas, maka sebagai pokok masalah dalam penelitian ini ialah bagaimana strategi promosi yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia Cabang Metro dalam meningkatkan jumlah nasabah Tabungan SimPel?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan dalam meningkatkan jumlah nasabah Tabungan SimPel di Bank Syariah Indonesia Kota Metro.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan peneliti tentang lembaga keuangan syariah, serta untuk mengetahui pentingnya strategi promosi dalam meningkatkan jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia pada Bank Syariah Indonesia Kota Metro.

b. Bagi Pihak Perbankan

Dapat dijadikan sebagai masukan atau saran yang bermanfaat, bersifat membangun untuk terus meningkatkan jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia pada Bank Syariah Indonesia Kota Metro menggunakan strategi pemasaran yang tepat.

c. Bagi Pembaca

Sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang akan menyusun penelitian dengan mengangkat tema yang sama atau sejenis tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia pada Bank Syariah Indonesia Kota Metro.

D. Penelitian Relevan

Penelitian yang relevan dalam konteks penulisan skripsi adalah penelitian karya orang lain yang secara substantif ada kaitannya dengan tema atau topik penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Berdasarkan uraian diatas, ditemukan beberapa karya ilmiah yang mengangkat tema pemasaran terhadap lembaga keuangan, antara lain sebagai berikut:

1. Skripsi karya Eko Arianto Wibowo, dengan judul “Strategi Pemasaran Produk BSM Tabungan Berjangka pada Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Ciputat”. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan BSM Cabang Ciputat adalah menggunakan 4 unsur bauran pemasaran yang terdiri dari strategi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*). Evaluasi strategi ini bertumpu pada pengorganisasian sumberdaya manusia yang ditampilkan

melalui struktur perusahaan dan kepemimpinan, dengan melalui strategi bauran pemasaran tersebut diharapkan masyarakat lebih mengenal produk dari Bank Mandiri Syariah.¹¹ Persamaan penelitian relevan di atas dengan yang akan peneliti lakukan ini yaitu sama-sama membahas strategi pemasaran. Sedangkan perbedaannya yaitu Penelitian relevan di atas difokuskan pada produk BSM tabungan berjangka, sedangkan pada yang akan peneliti lakukan difokuskan hanya pada strategi pemasaran produk simpel dan tempat penelitiannya yaitu di Bank Syariah Indonesia KCP Kota Metro.

2. Skripsi karya Burhanudin Hidayat, dengan judul “Strategi dan Bauran Pemasaran Produk Tabungan Wadiah pada BMT Al-Fath Cabang Pondok Aren (Analisis Bauran Pemasaran)”. Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa BMT Al-Fath Cabang Pondok Aren dalam memasarkan produk tabungan wadiahnya sesuai dengan teori strategi pemasaran yang dimulai dengan merumuskan segmentasi, targeting, dan positioning yang selanjutnya menghasilkan penerapan bauran pemasaran *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat), *people of participant* (orang), *process* (proses), dan *physical evidence* (bukti fisik).¹² Persamaan penelitian relevan di atas dengan yang akan peneliti lakukan ini yaitu sama-sama membahas strategi pemasaran. Sedangkan perbedaannya yaitu Penelitian relevan di atas difokuskan pada

¹¹Eko Arianto Wibowo, “Strategi Pemasaran Produk BSM Tabungan Berjangka pada Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Ciputat” *Skripsi*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015)

¹² Burhanudin Hidayat, “Strategi dan Bauran Pemasaran Produk Tabungan Wadiah pada BMT Al-Fath Cabang Pondok Aren (Analisis Bauran Pemasaran)”, *Skripsi*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019)

produk simpanan hari raya dalam upaya meningkatkan nasabah, sedangkan pada yang akan peneliti lakukan difokuskan hanya pada strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah dan tempat penelitiannya yaitu di Bank Syariah Indonesia Kc A. Yani Kota Metro.

Deskripsi diatas menegaskan bahwa penelitian yang akan diteliti ini dengan judul “Strategi Promosi Tabungan Simpel Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Metro”, dan belum pernah diteliti.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Morrisey mendefinisikan strategi sebagai suatu proses untuk menentukan arah yang harus dituju oleh perusahaan agar bisa tercapai segala misinya. Definisi lain disampaikan oleh Syahrizal, menurutnya strategi merupakan suatu cara untuk dapat mencapai tujuan berdasarkan analisa terhadap faktor internal dan eksternal.

Scholes dan Johnson memberikan pengertian strategi sebagai arah dan ruang lingkup organisasi atau lembaga dalam jangka panjang yang mencapai keuntungan melalui konfigurasi dari sumber daya dalam lingkungan, untuk memenuhi kebutuhan pasar, dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti. Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.¹

Secara umum strategi adalah proses penentuan rencana dari pimpinan yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Pengertian strategi secara khusus adalah tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) Dan terus menerus, serta dilakukan

¹Apri Winge Adindo, *Kewirausahaan dan Studi Kelayakan Bisnis Untuk Memulai dan Mengelola Bisnis* (Sleman: Deepublish, 2021), 40

berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.²

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa strategi merupakan keseluruhan rencana yang sistematis untuk jangka panjang yang digunakan perusahaan dalam mewujudkan tujuannya.

2. Aspek-Aspek Strategi

Strategi memiliki banyak aspek, beberapa aspek yang paling penting akan dijelaskan di bawah ini:

a. Strategi sebagai *Statement* Pernyataan Tujuan dan Maksud

Tujuan atau maksud harus berfindak sebagai penggerak (pengemudi) masa depan. Peran strategi adalah menentukan, mengklarifikasi kasi atau menyempurnakan tujuan.³

b. Strategi sebagai Suatu Rencana Tingkat Tinggi

Strategi juga memperhatikan cara bagaimana agar tujuan atau maksud dapat dicapai. Secara umum, strategi cenderung berada pada Tingkat yang lebih tinggi dan mengambil keseluruhan pandangan: rencana cenderung lebih rinci, lebih kuantitatif, dan lebih spesifik tentang waktu dan tanggung jawab.⁴

c. Strategi sebagai Sarana untuk Mengalahkan Kompetisi

Salah satu tujuan strategi adalah menang atau keberhasilan dalam arti dapat mengalah kan pesaing dalam suatu permainan atau

²Fenny Rosa, et. all., *Manajemen Strategik dalam Perusahaan Internasional*, (Jawa Tengah: Penerbit NEM, 2022), 3-4

³Kosasih, *Manajemen Strategik*, (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021), 5

⁴*Ibid.*,

persaingan. Untuk itu, strategi dibutuhkan agar tetap berada di depan pesaing sebagai suatu kelompok kekuatan.

d. Strategi sebagai Suatu Unsur Kepemimpinan

Strategi memiliki hubungan erat dengan kepemimpinan dan penetapan pengaturan merupakan salah satu tanggung jawab para pemimpin. Saat pemimpin berubah, strategi cenderung berubah. Sebaliknya, jika strategi perlu diubah, mungkin perlu menunjuk pemimpin baru.

e. Strategi sebagai Menempatkan Posisi untuk Masa Depan

Oleh karena itu, satu tujuan strategi untuk memposisikan perusahaan untuk masa depan sehingga siap menghadapi ketidakpastian ini. Salah satu cara untuk mencapainya adalah dengan membuat perusahaan lebih bisa untuk beradaptasi.

f. Strategi sebagai Kemampuan Membangun

Strategi sebagai pola perilaku yang dihasilkan dari budaya yang tertanam. Setiap perusahaan memiliki budaya yang sendiri. Budaya sangat mudah diamati akan tetapi sulit untuk dirubah. Oleh karena itu strategi yang dapat diadopsi oleh perusahaan sebagian ditentukan oleh budaya ini.⁵

3. Jenis-Jenis Strategi

Berdasarkan jenisnya, strategi dibedakan ke dalam empat kategori berikut ini:

⁵ *Ibid.*, 6

a. Strategi Integrasi

Strategi ini memungkinkan perusahaan mampu mengendalikan distributor, pemasok serta pesaing.

b. Strategi Intensif

Strategi ini terdiri dari penetrasi pasar serta pengembangan produk dimana keduanya membutuhkan upaya yang intensif apabila ingin memaksimalkan penjualan produk dalam sebuah persaingan.⁶

c. Strategi Diversifikasi

Strategi ini diklasifikasikan ke dalam dua jenis yakni diversifikasi konsentrik dan horizontal. Diversifikasi konsentrik yaitu strategi menambah produk ataupun jasa baru yang masih saling terkait. Selanjutnya strategi horizontal yang merupakan penambahan produk ataupun jasa yang tidak terkait.

d. Strategi Defensif

Strategi ini meliputi rasionalisasi biaya, divestasi serta likuidasi. Rasionalisasi biaya digunakan untuk menghemat biaya dan aset guna memaksimalkan laba yang sedang menurun. Selanjutnya divestasi yakni menjual divisi atau bagian dari organisasi guna menambah modal yang digunakan untuk akuisisi atau investasi strategis lebih lanjut. Yang terakhir yaitu likuidasi sebagai usaha menjual aset perusahaan secara bertahap sesuai nilai aset tersebut.⁷

⁶ Zaenal Aripin, *Marketing Manajemen*, (Sleman: Deepublish, 2021), 17

⁷ *Ibid.*, 18

B. Marketing Mix

1. Produk

Produk merupakan elemen penting dalam sebuah program pemasaran. Strategi produk dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pembelian sebuah produk bukan hanya sekedar untuk memiliki produk tersebut, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.⁸

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.⁹

Menurut Hermawan Kertajaya, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi, yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian, lokasi, organisasi dan gagasan atau buah pikiran. Sedangkan dalam buku Basu Swatha, definisi produk adalah sebagai suatu sifat yang kompleks, baik dapat diraba termasuk bungkusan, warna, harga, persentase perusahaan dan pengecer, pelayanan perusahaan dan pengecer yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya.¹⁰

Menurut Buchari Alma produk merupakan hal yang paling mendasar yang akan menjadi pertimbangan preferensi pilihan bagi calon

⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Terjemah Hendra Teguh, dkk, (Jakarta: Prenhallindo), hlm. 96

⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Terjemah Herujati Purwoko, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 560

¹⁰ Basu Swatha, *Azas-azas Marketing*, Edisi ke tiga, (Yogyakarta: Liberty, 2000), hlm. 94

mahasiswa. Bauran produk dalam strategi ini dapat berupa diferensiasi produk, yang akan memberikan dampak terhadap kesempatan lapangan kerja dan menimbulkan citra terhadap nama universitas, dan terhadap mutu produk itu sendiri. Buchari Alma mencontohkan dengan keberadaan jurusan pada universitas atau PT tersebut. Ada jurusan apa saja, ada jurusan yang favorit atau tidak, dan tidak ketinggalan pula performance dari lulusan jurusan tersebut. Demikianlah yang turut mempengaruhi pilihan calon mahasiswa.¹¹

2. *Price (Harga)*

Philip Kotler berpendapat bahwa, harga merupakan satusatunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur lainnya menimbulkan biaya. Harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran paling fleksibel, harga mudah diubah dengan cepat, tidak seperti tampilan produk dan perjanjian distribusi.¹²

Di dalam ekonomi teori, pengertian harga, nilai (*value*), dan *utility* merupakan konsep yang saling berhubungan. Yang dimaksud dengan *utility* ialah atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan memuaskan konsumen (*satisfaction*). *Value* adalah nilai suatu produk untuk ditukarkan dengan produk lain. Nilai dapat dilihat dalam situasi barter, akan tetapi sudah menggunakan uang sebagai ukuran yang disebut

¹¹ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 383

¹² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 634

harga. Jadi, harga (*price*) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.¹³

3. Place (Lokasi)

Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani berpendapat bahwa, lokasi dalam jasa merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi. Dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan di mana lokasi yang strategis. Lokasi berarti berhubungan dengan di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu konsumen mendatangi pemberi jasa, pemberi jasa mendatangi konsumen, dan pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung. Penyampaian jasa juga dapat dilakukan melalui organisasi maupun orang lain. Dalam penyampaian jasa, ada tiga pihak yang terlibat yaitu, penyedia jasa, perantara, dan konsumen.¹⁴

4. Pengertian Promosi

Promosi menurut Harper Boyd ialah sebuah usaha yang dilaksanakan untuk mempengaruhi seseorang sehingga bersedia menerima produk, konsep ataupun gagasan. Selanjutnya menurut Basu Swastha Dharmmesta, promosi diartikan sebagai kegiatan satu arah yang dilaksanakan untuk memengaruhi pihak lain sehingga akan menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Kemudian Louis E. Bone dan David L Kurtz

¹³ Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 306

¹⁴ Rambat Lupiyoadi, dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 73-74

menjelaskan bahwa promosi sebagai upaya dalam membujuk, memberikan informasi sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian.¹⁵

Pemberian informasi terkait produk yang akan dijual hingga konsumen terpengaruh untuk melakukan transaksi jual beli.¹⁶

a. Fungsi Promosi

Terdapat tiga fungsi dari kegiatan promosi antara lain:

- 1) Mencari dan mendapatkan perhatian dari calon konsumen. Hal ini dibutuhkan karena akan menjadi titik awal proses pengambilan keputusan dalam membeli produk atau jasa yang ditawarkan.
- 2) Menciptakan dan menumbuhkan rasa tertarik dari calon konsumen. Ketika konsumen sudah tertarik maka konsumen akan melanjutkan ke tahap selanjutnya yakni membeli atau menggunakan, namun bisa juga konsumen hanya sebatas tertarik saja.
- 3) Pengembangan rasa ingin tahu (*desire*) dari calon konsumen untuk memiliki produk yang ditawarkan sebagai tahapan lanjutan dari sebelumnya. Saat calon konsumen merasa dirinya mampu baik dari segi harga ataupun cara penggunaan maka rasa ingin memiliki semakin besar dan disertai keputusan dalam membeli.¹⁷

¹⁵Asri Kunda, et.all., *Pengantar Bisnis: Manajemen, Pembiayaan, Pemasaran dan Operasional*, (Sumatra Barat: PT Global Eksekutif Teknologi, 2023), 135

¹⁶*Ibid.*,

¹⁷Nur Eka Efendi, et.all., *Strategi Pemasaran*, (Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022), 116

b. Bauran Promosi

Bauran promosi menurut Kotler dan Keller ialah peran dari perusahaan dalam menyalurkan keseluruhan anggaran promosi melalui instrumen promosi yakni periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi serta pemasaran langsung. Adapun penjelasan dari ke lima bauran promosi tersebut adalah:

1) Periklanan (*Advertising*)

Periklanan ialah bentuk penyajian serta promosi non personal yang dibiayai oleh sponsor untuk mempresentasikan ide, produk ataupun jasa. Periklanan dinilai sebagai manajemen citra yang tujuannya menciptakan serta melestarikan cipta juga makna dalam ingatan konsumen. Periklanan biasanya terdiri dari *broadcast, print, internet, outdoor* dan yang lainnya.

2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan ialah insentif jangka pendek guna mendorong pembelian dari sebuah barang atau jasa. Bentuk promosi yang diterapkan meliputi *discount, coupons, displays, demonstrations, contests*, serta *event*.

3) Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*)

Bauran promosi merupakan presentasi individu dari penjual yang tujuannya memperoleh penjualan serta membangun interaksi

terhadap konsumen. Biasanya penjualan perseroan dilakukan melalui *presentations, trade shows, serta incentive programs*.¹⁸

4) Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

Hubungan masyarakat maksudnya ialah membangun interaksi atau relasi yang baik dengan publik sehingga perusahaan mendapatkan publisitas yang menguntungkan, membangun *image* baik bagi perusahaan, serta menangani atau meluruskan permasalahan yang dapat merugikan perusahaan. Biasanya hal ini dilaksanakan melalui *press releases, sponsorships, special events, serta web pages*.

5) Penjualan Langsung (*Direct Marketing*)

Penjualan langsung ialah interaksi langsung dengan target konsumen yang tujuannya mendapatkan timbal balik yang cepat serta menciptakan relasi yang abadi.¹⁹

C. Produk Tabungan SimPel

Tabungan SimPel merupakan tabungan yang diperuntukkan khusus bagi para pelajar, di mana seorang pelajar dapat memiliki buku tabungan sendiri dan pihak bank yang bekerjasama dengan yaitu dengan mengajukan surat permohonan pembukaan tabungan. Dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik dalam rangka Edukasi dan Inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.²⁰

¹⁸Erni Junaida dan Nurlalila Hanum, "Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Pillar Tamiang Konstruksi Aceh Tamiang," *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 8, No. 3 (2019), 392

¹⁹*Ibid.*, 393

²⁰Anisyah Aulia Masruro dan Siti Dwi Amriani, "Sistem Jemput Bola dalam Upaya Meningkatkan Minat Menabung pada Siswa di Situbondo," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, No. 11 (2023): 6862

Tabungan untuk pelajar merupakan jenis tabungan yang diterbitkan secara nasional oleh bank yang ada di Indonesia yang dikembangkan oleh Otoritas Jasa keuangan dan Komite Pengembangan Jasa Keuangan Syariah dalam rangka Edukasi dan Inklusi keuangan secara finansial mendukung budaya menabung sejak dini. Tabungan ini menggunakan prinsip mudarabah atau bagi hasil yang dapat dijadikan sebagai investasi yang menguntungkan dan dapat ditarik sewaktu waktu. SimPel, kependekan dari simpanan pelajar adalah simpanan berupa bentuk tabungan yang dikhususkan untuk belajar. Tabungan memiliki persyaratan yang sederhana dan mudah serta fitur yang menarik bertujuan untuk mendorong Literasi keuangan dan budaya menabung. SimPel dipimpin oleh pemerintah dan dikelola oleh OJK. Produk SimPel memiliki banyak manfaat bagi anak-anak. Tabungan SimPel juga bertujuan untuk memberikan pengalaman belajar menabung serta membangun budaya menabung dan melatih anak-anak dalam mengelola keuangan mereka sendiri. Syarat umum pembukaan simpanan pelajar:

1. Terdaftar menjadi siswa Sd/SMP/SMA Yang sudah menjalin kerjasama dengan PT. Bank Syariah Indonesia
2. Fotokopi KTP orang tua dan kartu pelajar
3. Belum memiliki KTP atau di bawah umur 17 tahun
4. Tidak diperbolehkan untuk membuka rekening bersama (*joint account*)

Tabungan SimPel memberikan kemudahan dalam membuka tabungan serta kemudahan dalam bertransaksi, diantaranya sebagai berikut:

1. Setoran awal minimum Rp.5.000
2. Setoran tunai selanjutnya Rp.1.000
3. Saldo minimum rekening Rp.5.000

Dapat menyebar secara kolektif dan juga dapat datang langsung ke bank dapat melakukan transaksi antar kantor *real time online*

Tata cara pembukaan rekening

1. Pembukaan rekening dilakukan melalui kerjasama pihak sekolah dengan pihak bank yang ditandai dengan surat perjanjian kerjasama
2. Orang tua atau wali dapat memberikan izin kepada sekolah (pejabat sekolah) untuk membuka rekening Tabungan SimPel
3. Pembuatan CIF dan pembukaan rekening Tabungan SimPel dilakukan oleh bank
4. Orang tua atau wali wajib memberikan contoh tanda tangan pada contoh buku Tabungan SimPel
5. Pembuatan CIF dan pembukuan rekening tabungan sederhana dilakukan dengan menggunakan nama dan data mahasiswa.²¹

²¹Ruqayyah, Nurul jannah “Peran Tabungan IB Simpel Dalam Perkembangan PT Bank Sumut KCP Syariah Simpang Kayu Besar” *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen* 2, No.1, (2022), 831-832

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) merupakan suatu metode dalam penyelesaian permasalahan yang diteliti melalui penggambaran keadaan objek penelitian yang berdasarkan pada fakta real dilapangan.¹ Penelitian lapangan ini dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia Kota Metro untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan dalam meningkatkan jumlah nasabah.

2. Sifat Penelitian

Sesuai dengan judul yang penyusun ajukan, maka penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, karena ia menitik beratkan pada segi strategi promosi dalam meningkatkan jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Metro.

Penelitian deskriptif adalah suatu metode penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang berlangsung saat ini atau saat yang lampau. Penelitian ini tidak mengadakan manipulasi atau perubahan pada variable bebas, tetapi menggambarkan suatu kondisi apa adanya. Penggambaran kondisi bisa individual atau menggunakan angka-angka. Penelitian deskriptif bisa mendeskripsikan suatu keadaan

¹Kris H. Timotius, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: ANDI, 2017) ,13.

saja, tetapi bisa juga mendeskripsikan keadaan dalam tahapan tahapan perkembangannya.²

Pada proses pengumpulan data kualitatif penelitian menggunakan peneliti sendiri sebagai instrumen atau manusia sebagai instrumen kunci. Dalam hal ini, terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas dari hasil penelitian, yakni kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpul data. Kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpul data berkaitan dengan ketepatan cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Dengan manusia sebagai instrumen dapat memahami makna interaksi antar manusia, membaca gerak muka, menyelami perasaan dan nilai yang terkandung dalam ucapan atau perbuatan responden. Peneliti sendiri yang bertindak sebagai alat penelitian utama yang terjun langsung ke dalam lapangan pelaksanaan penelitian. Bagi peneliti kualitatif manusia adalah instrumen utama, karena dia menjadi segala dari keseluruhan penelitian. Dia sendiri sekaligus merupakan Perencana, pelaksana, pengumpul data, menganalisis data, penafsir, dan pada akhirnya ia menjadi pelopor penelitiannya. Alasan lain mengapa peneliti sendiri sebagai instrumen utama karena penelitian kualitatif lebih mementingkan proses dari pada hasil serta segala sesuatu belum mempunyai bentuk yang pasti. Masalah fokus penelitian, prosedur penelitian, hipotesis yang digunakan, bahkan hasil yang diharapkan itu semua tidak dapat ditentukan secara pasti dan

²Febri Endra, *Pedoman Metodologi Penelitian (Statistika Praktis)*, (Sidoarjo: Zifatama Jawara, 2017), 76

jelas sebelumnya. Segala sesuatu masih perlu dikembangkan sepanjang penelitian itu. Dalam keadaan yang serba tidak pasti dan tidak jelas itu. Tidak ada pilihan lain dan hanya peneliti itu sendiri sebagai alat satu-satunya yang dapat mencapai. Peneliti kualitatif lebih peduli pada proses dari pada hasil atau produk. Masalah penelitian sesungguhnya tidak bersifat final, dalam proses masalah dapat berkembang atau berubah sesuai situasi atau hasil pengamatan di lapangan.³

B. Sumber Data

Pengumpulan data memainkan peran yang sangat penting dalam analisis statistik. Dalam penelitian ini ada dua metode berbeda yang digunakan untuk mengumpulkan informasi, yang semuanya terbagi dalam dua kategori yaitu data primer dan data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Data primer ialah informasi yang diperoleh langsung dari subjek penelitian. Data primer diperoleh dari penelitian yang dilakukan di lapangan dan sangat berbeda dengan data Sekunder yang diperoleh dari penelitian di kantor berupa dokumen dokumen. Data yang diperoleh langsung dari responden dikategorikan sebagai data primer. Data primer memiliki keunggulan yaitu belum dipublikasikan dan dapat lebih diandalkan, *authentic*, dan objektif. Data primer belum diubah oleh manusia sehingga validitasnya lebih besar daripada data sekunder. Pada penelitian survei, sumber data primer sangat diperlukan. Statistik suatu

³ Mardawani, *Praktis Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), 9

populasi tidak dapat mengandalkan data sekunder seperti dari surat kabar, majalah, dan sumber cetak lainnya. Data primer dapat diperoleh dari beberapa sumber yang meliputi eksperimen, survei, kuesioner, *interview*, dan pengamatan atau observasi.⁴

Adapun sumber data primer dalam penelitian ini ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* dimana responden adalah mereka yang memiliki keterkaitan dengan tema yang sedang diteliti sehingga memudahkan peneliti dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan.⁵ Adapun responden pada penelitian ini meliputi tiga orang karyawan Bank Syariah Indonesia cabang Metro serta tiga orang nasabah Tabungan SimPel.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data Sekunder merupakan sumber data pelengkap yang berfungsi melengkapi data yang diperlukan oleh data primer.⁶ Data sekunder merupakan data yang tidak diperoleh secara langsung dari pihak yang diperlukan datanya.⁷

Berdasarkan pengertian diatas dapat dipahami bahwa sumber data sekunder adalah sumber data yang dijadikan tambahan atau penunjang dalam suatu penelitian yang dapat berupa buku buku, dokumen atau majalah ilmiah yang berkaitan dan ada relevansinya dengan proposal ini.

⁴ Sidik Priadana and Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Cetakan 1 (Tangerang: Pascal Books, 2021),197

⁵ *Ibid*, 163-164

⁶ Nawa Syariah Fajar Sakti, *Islam dan Budaya dalam Pendidikan Anak*, (Bogor: Guepedia, 2019), 49

⁷ Mamik, *Metodologi Kualitatif*, (Sidoarjo: Zifatma Publisher, 2015), 78

Sumber data Sekunder yang diperlukan yaitu buku buku, foto, dan dokumen tentang Bank Syariah Indonesia Kota Metro. Adapun sumber data sekunder dalam penelitian ini meliputi:

- a. Buku yang ditulis oleh Zaenal Aripin dengan judul *Marketing Manajemen* dan diterbitkan tahun 2021 sebagai pedoman peneliti dalam mencari jenis-jenis strategi.
- b. Buku karya Nur Eka Efendi, et.all., yang berjudul *Strategi Pemasaran* ini digunakan peneliti sebagai pedoman terkait dengan fungsi promosi.
- c. Jurnal yang ditulis oleh Emi Junaidan dan Nurlalaila Hanum tentang Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Pillar Tamiang Konstruksi Aceh Tamiang. Jurnal ini menjadi pedoman peneliti dalam membahas bauran pemasaran.
- d. Selanjutnya buku buku yang berkaitan dengan metode penelitian dari beberapa penulis seperti karya Mardawani dan Umrati.

C. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diinginkan dan sesuai dengan kebutuhan kajian ini, maka diperlukan data yang falid dan reliable. Oleh karena itu, kajian ini menggunakan dua metode dalam pengumpulan data yaitu wawancara dan dokumentasi.⁸

1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara atau *interview* merupakan teknik pengumpulan data penelitian melalui tanya jawab lisan antara peneliti dengan responden atau

⁸Arief Suyoto, *Model Sistem Bagi Hasil Pada Sektor Pertanian Dalam Perspektif Ekonomi islam*, (Jawa Timur: UNIDA Gontor Press, 2021), 20

subjek penelitian dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Wawancara merupakan alat yang sangat baik untuk mengetahui tanggapan, pendapat, keyakinan, perasaan, motivasi dan sebagainya. Wawancara dipakai bila jumlah responden relatif sedikit. Ada beberapa faktor yang akan mempengaruhi arus informasi dalam wawancara yaitu wawancara, responden, pedoman, wawancara, dan situasi wawancara. Wawancara, petugas pengumpul informasi yang diharapkan bisa menyampaikan pertanyaan dengan jelas dan merangsang responden untuk menjawab semua pertanyaan dan mencatat semua informasi yang diperlukan dengan benar. Orang yang di *interview*, pemberi informasi yang diharapkan dapat menjawab semua pertanyaan dengan jelas dan lengkap. Diperlukan kesediaan dari responden untuk menjawab pertanyaan dan keselarasan antara responden dengan pewawancara. Pedoman wawancara berisi tentang uraian data yang akan diungkapkan yang umumnya di rangkai dalam bentuk pertanyaan agar proses wawancara berjalan dengan baik. Situasi wawancara berhubungan dengan waktu dan tempat wawancara. Waktu dan tempat yang tidak tepat bisa membuat *interview* merasa canggung dan enggan menjawab pertanyaan. Adapun teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur. wawancara yang berlangsung mengacu pada satu rangkaian pertanyaan terbuka. Metode ini memungkinkan pertanyaan baru

muncul karena jawaban yang diberikan oleh narasumber sehingga selama sesi berlangsung penggalian informasi dapat dilakukan lebih mendalam.⁹

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek. Karena metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal hal atau variasi yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, raport, leger dan sebagainya. Dokumentasi ini digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi yang bersumber dari dokumen dan rekaman dalam penelitian kualitatif terdapat sumber data yang berasal dari bukan manusia seperti dokumen, foto foto dan bahan statistik.¹⁰ Teknik pengumpulan data ini digunakan untuk memperoleh informasi terkait profil perusahaan, jumlah nasabah dan informasi lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan dan setelah selesai di lapangan. Dalam hal ini analisis telah mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian. Analisis data menjadi pegangan bagi penelitian selanjutnya

⁹Mukhtazar, *Prosedur Penelitian Pendidikan*, (Yogyakarta: Absolute Media, 2020), 78

¹⁰ Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Makassar: CV.Syakir Media Press, 2021), 150

sampai jika mungkin, teori yang *grounded*. Namun dalam penelitian kualitatif, analisis data lebih di fokuskan selama proses di lapangan bersamaan dengan pengumpulan data. Dalam kenyataannya, analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data dari pada setelah selesai pengumpulan data.¹¹

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, semakin lama peneliti kelapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui Reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal hal yang pokok, memfokuskan pada hal hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.

Dalam mereduksi data, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah pada temuan. Oleh karena itu, kalau peneliti dalam melakukan penelitian, menemukan segala sesuatu yang dipandang asing, tidak dikenal, belum memiliki pola, justru itulah yang harus dijadikan perhatian peneliti dalam melakukan Reduksi data. Ibarat melakukan penelitian di hutan maka pohon pohon

¹¹ Desy Arum Sunata, et. all., *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Makassar: CV. Tohar Media, 2023), 110

atau tumbuh tumbuhan dan binatang binatang yang belum dikenal selama ini justru dijadikan fokus untuk pengamatan selanjutnya.¹²

Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan dan kedalaman wawasan yang tinggi. Bagi peneliti yang masih baru, dalam melakukan reduksi data dapat mendiskusikan pada teman atau orang lain yang dipandang ahli. Melalui diskusi itu maka wawasan peneliti akan berkembang sehingga dapat mereduksi data data yang memiliki nilai temuan dan pengembangan teori yang signifikan.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi maka langkah selanjutnya adalah mendisplay kan data. Kalau dalam penelitian kuantitatif penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, *pie chard*, piktogram dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasi, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah Dipahami. Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.¹³

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih

¹²Umriati dan Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan*, (Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffary, 2020), 88

¹³*Ibid.*, 89

bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.¹⁴

E. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Peneliti akan menguji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan uji kredibilitas triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Adapun dalam menguji kredibilitas data pada penelitian ini menggunakan triangulasi sumber data.

¹⁴*Ibid.*,90

Triangulasi sumber untuk menguji keabsahan kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh dengan beberapa sumber. Sehingga data yang telah diperoleh dari berbagai sumber tersebut dapat dideskripsikan, dikategorisasikan mana pandangan yang sama, yang berbeda maupun yang spesifik. Dengan demikian maka hasil data yang diperoleh bersifat faktual dan sesuai dengan ketentuan yang ada.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum tentang Bank Syariah Indonesia

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia (BSI)

Industri perbankan di Indonesia mencatat sejarah baru dengan hadirnya PT. Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang secara resmi lahir pada 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H. Presiden Joko Widodo secara langsung meresmikan bank syariah terbesar di Indonesia tersebut di Istana Negara. BSI merupakan bank hasil *merger* antara PT. Bank BRI Syariah Tbk, PT. Bank Syariah Mandiri dan PT. Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin *merger* tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021. Selanjutnya, pada 1 Februari 2021, Presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI. Penggabungan ini menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah tersebut, sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, BSI didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

BSI merupakan ikhtiar atas lahirnya bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan BSI juga menjadi cermin wajah perbankan Syariah di Indonesia yang

modern, *universal*, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil 'Aalamiin*).¹

Peran Bank Syariah Indonesia sangat penting dalam upaya peningkatan perekonomian khususnya pada perbankan syariah di Indonesia, karena diharapkan dapat memberikan pilihan lembaga keuangan baru kepada masyarakat dan sekaligus memajukan perekonomian nasional. Selain itu, Bank Syariah Indonesia juga dapat memanfaatkan fatwa terkait dengan bunga bank. Fatwa ini, dapat dimanfaatkan dalam kepentingan untuk mensosialisasikan Perbankan Syariah, terutama pada Bank Syariah Indonesia. Masyarakat perlu diberikan pemahaman bahwa terdapat alternatif pilihan lain yang bahkan dapat dijadikan sebuah solusi yang solutif untuk terhindar dari riba, yaitu dengan mengubah ke sistem bagi hasil yang lebih adil, meski tidak hanya terjebak oleh sentimen agama, mereka tetap mengedepankan rasionalitas profesional dengan tampilan bank syariah yang sehat dan terpercaya.²

Statistik perbankan syariah yang dirilis oleh Bank Indonesia menunjukkan bahwa sampai dengan bulan November tahun 2007, jumlah Bank Syariah mencapai 143 bank. Dari ke 143 bank tersebut, 3 di antaranya merupakan Bank Umum Syariah (BUS), dan 26 bank diantaranya merupakan Unit Usaha Syariah (UUS), serta 114 sisanya merupakan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). Terkait dengan

¹ Dokumen PT.Bank Syari'ah Indoneisa

² Nur Sulistyarningsih, Shul Thanul Azkar, 2722-2075 Potensi Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Nasional, Vol. 24, No. 1, *Jurnal Pemikiran dan Pembaharuan Hukum Islam*, 1 Juni 2021, 37-38

kondisi saat ini, diperkirakan pertumbuhan Bank Umum Syariah, Unit Usaha Bisnis Syariah (unit bisnis bank konvensional), maupun Bank Perkreditan Rakyat Syariah, meningkat. Artinya jumlah Bank Syariah naik dari tahun ke tahun.³

2. Visi Misi Perusahaan PT. Bank Syariah Indonesia

Visi

“Top 10 *Global Islamic Bank*”

Misi

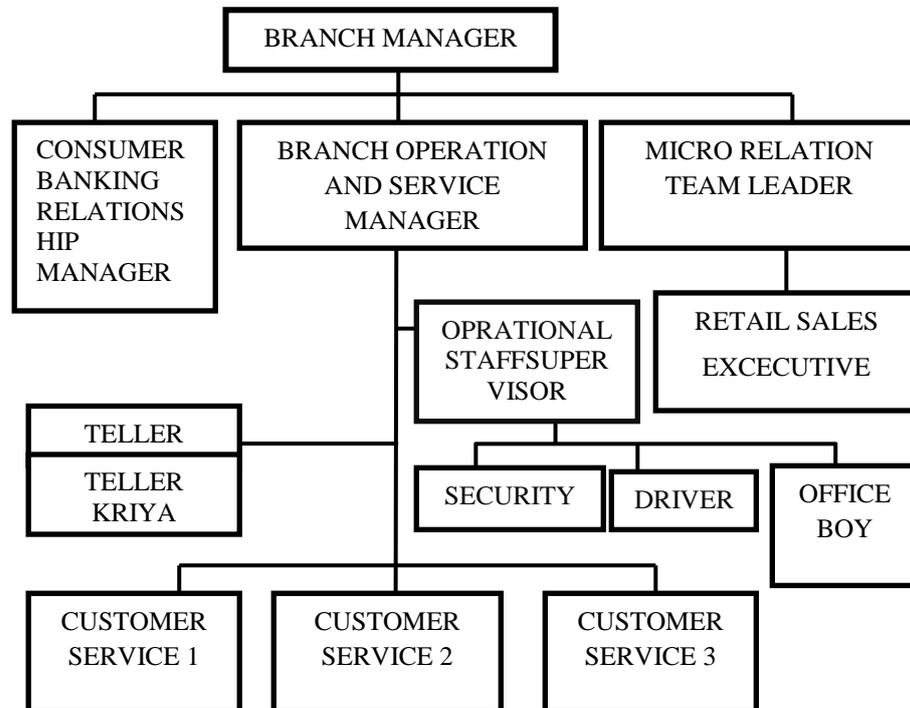
- a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50T tahun 2025
- b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham Top 5 bank yang paling *profitable* di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
- c. 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 kerja.⁴

³ M. Dliyaul Muflihin, “Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia: Sebuah Kajian Historis” 4, no. 1 (2019): 67–76.

⁴ Dokumen PT Bank Syariah Indonesia.

3. Struktur Organisasi Kantor Cabang PT. Bank Syariah Indonesia

Gambar 4.1
Stuktur Organisasi BSI KC A Yani Kota Metro



Bank syariah dapat memiliki struktur yang sama dengan bank konvensional, misalnya dalam hal komisaris dan direksi, tetapi unsur yang amat membedakan antar bank syariah dan bank konvensional adalah keharusan adanya Dewan Pengawas Syariah yang bertugas mengawasi operasional bank dan produk-produk nya agar sesuai dengan garis-garis syariah. Dewan Pengawas Syariah biasanya diletakan pada posisi setingkat Dewan Komisaris pada setiap bank. Hal ini menjamin efektivitas dari setiap opini yang diberikan oleh Dewan Pengawas Syariah. Oleh karena itu, biasanya penetapan anggota Dewan Pengawas Syariah dilakukan oleh

rapat umum pemegang saham. Setelah itu para anggota Dewan Pengawas Syariah itu mendapat rekomendasi dari Dewan Syariah Nasional.⁵

Adapun tugas-tugas yang dilakukan oleh bagian-bagian pada Bank Syariah Indonesia KC A. Yani Kota Metro diantaranya adalah:

a. *Branch Manager*

Branch Manager adalah struktur tertinggi di kantor Cabang yang bertanggung jawab atas keseluruhan berjalannya sistem operasional perbankan di level kantor Cabang dan membawahi keseluruhan manager, baik bisnis maupun operasional. Kepala Kantor Cabang bertugas dalam memimpin dan mengawasi jalannya pencapaian target bisnis perbankan sehari-hari.

b. *Branch Operation dan Service Manager*

Tugas dari *Branch dan Operation Manager* adalah bertanggung jawab terhadap kegiatan operasional di Cabang dan melakukan fungsi kontrol dan *supervise* terhadap pekerjaan *teller, customer service* dan *security* membantu kepala cabang Manager dalam pelaksanaan rencana kerja tahunan, rencana operasional dan pelayanan dengan mengikuti aturan *compliance* dan control serta menjalankan dan mengikuti rencana kerja tersebut, bertanggung jawab penuh terhadap kegiatan *Back Office* dan operasional di cabang serta dapat membantu memberikan solusi terhadap permasalahan operasional serta memonitor penyelesaiannya. Melakukan *maintenance* dan pemeriksaan

⁵ Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001, 31

harian untuk laporan CIF, pembukaan rekening, pelaporan BI, *Line of Business*, verifikasi nasabah, neraca dan laba rugi.

c. *Operational Staff*

Bertugas mengelola secara optimal sumber dan bidang operasi agar dapat mendukung operasional front liner dan melakukan pengecekan pemenuhan persyaratan pembiayaan atau pencairan nasabah berdasarkan ketentuan yang berlaku di Bank BSI KC A. Yani Kota Metro.

d. *Mikro Relationship Team Leader*

Bertugas mengelola dan bertanggung jawab terhadap implementasi strategi pengembangan dan pencapaian bisnis mikro dan branchless banking secara efektif, efisien dan *prudent*, memonitoring staff mikro 63 untuk pelaporan baik internal maupun eksternal, dan memastikan pencapaian target bisnis pembiayaan mikro.

e. *Consumer Banking Relationship Manager*

Bertanggung jawab atas kestabilan usaha nasabah, kelancaran pembiayaan. Tujuannya meminimalisir nasabah macet juga kerugian yang terjadi pada Bank.

f. *Customer Service*

Berfungsi sebagai *staff* pelaksana dari *front office* yang bertugas untuk membuat segala sesuatu yang berhubungan dengan pelayanan nasabah sesuai dengan prinsip syariah, melayani pembukaan rekening, tabungan, dan menangani keluhan nasabah.

- g. *Teller* bertugas dalam penerimaan dan penarikan pembayaran uang serta mengukur dan memelihara saldo atau posisi uang kas yang ada dalam tempat khasanah bank dan dapat pula melakukan pekerjaan lain sesuai dengan ketentuan atau *policy* perbankan.⁶

4. Nilai-Nilai Perusahaan (Akhlaq)

- a. Amanah (kami memegang teguh kepercayaan yang diberikan)
- b. Kompeten (kami terus belajar dan mengembangkan kapabilitas)
- c. Harmonis (kami saling peduli dan menghargai perbedaan)
- d. Loyal (kami berdidikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara)
- e. Adaptif (kami terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun mendalami perubahan)
- f. Kolaboratif (kami membangun kerja sama yang sinergis).⁷

5. Produk dan Layanan pada Bank Syariah Indonesia

Produk dan layanan yang terdapat di Bank Syariah Indonesia KC A Yani Metro

- a. Tabungan *Easy* Mudarabah BSI

Tabungan *Easy* Mudarabah adalah tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam operasional kas di kantor bank atau melalui ATM:

- 1) Gratis biaya tarik tunai di seluruh ATM BSI % ATM Bank Mandiri

⁶ Dokumen PT Bank Syariah Indonesia

⁷ Dokumen PT Bank Syariah Indonesia

- 2) Bebas biaya transaksi diseluruh EDC Bank Mandiri, semua EDC bank di Indonesia dan EDC berjaringan PRIMA
 - 3) Kemudahan transaksi dengan BSI *Mobile* dan BSI Internet *Banking*.
 - 4) Kartu ATM yang dapat digunakan diseluruh ATM BSI, Bank Mandiri, ATM Bersama, ATM PRIMA, ATM Link, dan ATM berlogo VISA
 - 5) Dapat dibuka melalui pembukaan rekening *online*.
 - 6) Fasilitas pembayaran zakat secara otomatis.
- b. Tarif dan Biaya
- 1) Setoran awal Rp 100.000,00 (perorangan) & Rp1.000.000,00 (non-perorangan)
 - 2) Setoran minimum berikutnya Rp 10.000,00 (via teller) dan Rp 1 (via *E-Channel*).
 - 3) Saldo minimum Rp 50.000,00
 - 4) Biaya penutupan rekening Rp 20.000,00
 - 5) Biaya administrasi Rp 10.000,00
 - 6) Biaya ganti kartu hilang atau rusak Rp 25.000,00
 - 7) Fasilitas kartu debit GPN dan VISA
 - 8) Biaya *dormant account* Rp 5.000,00
- c. Syarat dan Ketentuan Umum
- 1) Syarat pembukaan rekening yaitu KTP dan NPWP.

6. Tabungan *Easy Wadiah* BSI

Tabungan *easy wadiah* adalah tabungan dalam mata uang upiah berdasarkan prinsip *wad'iah yad dhamanah* yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam operasional kas di kantor bank atau melalui ATM:

- a. Bebas biaya administrasi bulanan.
- b. Gratis biaya tarik tunai diseluruh ATM Bank Mandiri.
- c. Bebas biaya transaksi diseluruh EDC Bank Mandiri, semua EDC Bank di Indonesia dan EDC berjaringan PRIMA
- d. Kemudahan transaksi dengan BSI Mobile dan BSI Internet Banking.
- e. Kartu ATM yang dapat digunakan diseluruh ATM BSI, Bank Mandiri, ATM Bersama, ATM PRIMA, ATM Link, dan ATM berlogo VISA
- f. Dapat dibuka melalui pembukaan rekening online.
- g. Fasilitas pembayaran zakat secara otomatis.

1) Tarif dan Biaya

- a) Setoran awal Rp 100.000,00 (perorangan) & Rp 1.000.000,00 (non-perorangan)
- b) Setoran minimum berikutnya Rp 10.000,00 (via teller) dan Rp 1 (via *e-channel*).
- c) Saldo minimum Rp 50.000,00
- d) Biaya penutupan rekening Rp 20.000,00
- e) Biaya administrasi gratis
- f) Biaya ganti kartu hilang atau rusak Rp 25.000,00

- g) Fasilitas kartu debit GPN dan VISA
 - h) Biaya *dormant account* Rp 5.000,00
- 2) Syarat dan ketentuan Umum
- 1) Syarat pembukaan rekening yaitu KTP dan NPWP.

7. Tabungan Haji Indonesia

Produk tabungan haji BSI Bernama tabungan Mabrur. Tabungan mabrur merupakan tabungan dalam mata uang rupiah, yang memiliki tujuan untuk membantu nasabah untuk menabung dalam melaksanakan ibadah haji. Tetapi, tidak hanya ibadah haji saja, tabungan mabrur juga bisa dibuka oleh nasabah yang ingin ibadah umroh:

- a. Bebas biaya administrasi bulanan
 - b. *Online* dengan Siskohat
 - c. Pelunasan haji secara *online*.
 - d. Membantu perencanaan ibadah haji dan umroh
 - e. *Autodebet* bebas biaya *autodebet* ke rekening tabungan haji dan haji muda
- 1) Tarif dan Biaya
- a) Bebas biaya administrasi bulanan
 - b) Setoran awal Rp 100.000,00
 - c) Setoran selanjutnya minimal Rp 10.000,00 (via teller) dan Rp 1 (via *e-channel*).
 - d) Saldo minimum Rp 100.000,00

2) Syarat dan Ketentuan Umum

- a) Perorangan usia 17 tahun ke atas atau sudah menikah. KTP dan NPWP
- b) Perorangan usia 17 tahun dan tidak memiliki KTP maka memakai KTP Atau NPWP orang tua atau wali

8. Tabungan Berencana

Tabungan Berencana BSI merupakan tabungan berjangka syariah yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan sebelumnya

- a. Pasti mendapatkan kepastian pencapaian target dana
- b. Bagi hasil yang kompetitif hampir setara deposito *counter*
- c. Gratis perlindungan asuransi syariah
- d. *Autodebet system* menabung dengan *autodebet* agar membantu disiplin menabung.
- e. Gratis biaya administrasi bulanan.

1) Tarif dan Biaya

- a) Target dana minimal Rp 1.200.000,00 dan maksimal Rp 200.000.000,00
- b) Setoran bulanan minimal Rp 100.000,00
- c) Biaya administrasi Gratis
- d) Biaya penutupan rekening
- e) Sebelum jatuh tempo Rp 100.000,00
- f) Setelah jatuh tempo gratis

2) Syarat dan Ketentuan Umum

- a) Syarat pembukaan rekening yaitu KTP dan NPWP
- b) Sudah mempunyai rekening (tabungan atau giro) sebagai rekening induk

9. Tabungan Pendidikan

Tabungan berjangka syariah untuk keperluan pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (*installment*) dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi, merupakan pengertian dari Tabungan Pendidikan.

- a. Mendapat bagi hasil yang kompetitif
- b. Mendapatkan perlindungan asuransi syariah
- c. Perencanaan biaya pendidikan yang mudah dan aman
- d. *Autodebet system* menabung dengan *autodebet* agar membantu disiplin menabung
- e. Gratis biaya administrasi bulanan
- f. Manfaat asuransi sampai dengan 120 kali setoran bulanan dan pembayaran sisa setoran untuk masa yang belum di jalani

1) Tarif dan Biaya

- a) Setoran bulanan minimal Rp 100.000,00 dan Maksimal Rp 10.000.000,00
- b) Biaya administrasi gratis
- c) Biaya penutupan rekening
- d) Sebelum jatuh tempo Rp 100.000,00
- e) Setelah jatuh tempo gratis

- f) Syarat dan ketentuan umum
 - g) Syarat pembukaan rekening yaitu KTP dan NPWP
 - h) Sudah mempunyai (giro) sebagai rekening induk
- 2) Keunggulan dari Tabungan Pendidikan
- a) Kemudahan perencanaan keuangan untuk masa depan, khususnya untuk biaya pendidikan putra dan putri anda.
 - b) Premi asuransinya yang murah dengan manfaat asuransi yang besar
 - c) Tabungan investasi dengan bagi hasil yang kompetitif
 - d) Bisa *top up* dana diluar dana setoran bulanan

10. Cicil Emas

Mulai investasi jangka panjang dengan cicil emas, menggapai masa depan dengan harga hari ini.

- a. Keunggulan
 - 1) Cicilan ringan
 - 2) Jangka waktu yang fleksibel 1 tahun s.d 5 tahun
 - 3) Angsuran tetap
- b. Manfaat
 - 1) Sebagai instrumen lindung nilai terhadap aset
 - 2) Persiapan biaya pendidikan putra dan putri
 - 3) Persiapan biaya perjalanan religi seperti ibadah haji dan umroh ataupun lain-lainnya.

c. Syarat dan Ketentuan

- 1) Cukup dengan KTP
- 2) NPWP untuk pembiayaan besar dari Rp 50.000.000,00

11. Griya Hasanah

KPR BSI Griya Hasanah adalah fasilitas likuiditas pembiayaan perumahan (FLPP) dari Bank Syariah Indonesia yang diperuntukkan untuk nasabahnya. Dengan demikian, dengan mengajukan program ini, kamu bisa membeli rumah dengan pembayaran cicilan menggunakan dana pinjaman yang didasari dengan prinsip syariah Informasi layanan Layanan pembiayaan kepemilikan rumah untuk ragam kebutuhan, sebagai berikut:

- a. Pembelian rumah baru/ rumah *second*/ ruko/ rukan/ *apartement*.
- b. Pembangunan atau renovasi rumah.
- c. Ambil alih pembiayaan dari bank lain (*take over*)
- d. Refinancing untuk pemenuhan kebutuhan nasabah.
 - 1) Manfaat Layanan
 - a) Angsuran ringan dan tetap
 - b) Proses mudah
 - c) Fasilitas *autodebet* dari tabungan BSI
 - d) Bebas biaya provisi, pinalti, dan *appraisal*, bebas biaya *appraisal* sampai dengan Rp 5 milyar
 - 2) Persyaratan Umum
 - 1) WNI berdomisili di Indonesia.
 - 2) Jenis provisi pegawai tetap, profesional dan wiraswasta.
 - 3) Usia minimal 21 tahun atau sudah menikah.

12. BSI OTO

BSI OTO adalah produk pembiayaan kendaraan bermotor yang merupakan kerjasama pembiayaan (*joint financing*) antara Bank Syariah Indonesia dengan PT. Mandiri Utama Finance Unit Usaha Syariah. Paka kerjasama pembiayaan ini Mandiri Utama Finance bertindak sebagai pelaksana dalam seluruh aktivitas pembiayaan dengan nasabah.

a. Persyaratan Umum

- 1) WNI yang berdomisili di Indonesia.
- 2) Jenis profesi nasabah adalah pegawai tetap atau profesional.
- 3) Usia minimal 21 tahun atau sudah menikah.

b. Proses Mudah dan Cepat

- 1) Proses mudah dan cepat
- 2) Tenor pembiayaan hingga 7 tahun.
- 3) Fasilitas *autodebet* dari tabungan BSI.
- 4) *Pricing* kompetitif
- 5) Angsuran tetap hingga jatuh tempo
- 6) Jaringan layanan yang luas

c. Infomasi layanan

Layanan pembiayaan kepemilikan kendaraan untuk ragam kebutuhan sebagai berikut:

- 1) Fasilitas pembiayaan mobil baru, mobil bekas (*user car*) dan motor.

- 2) Layanan ini digunakan untuk jenis obil penumpang (*passenger car*).⁸

B. Hasil Penelitian

Pada tahap ini peneliti akan memaparkan bagian terpenting yang menjadi fokus penelitian yaitu Strategi Promosi Tabungan SimPel Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC A Yani Kota Metro, dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif.

Pada penelitian deskripsi kualitatif ini peneliti di tuntut agar dapat mengidentifikasi, menjelaskan, menggambarkan atau mendeskripsikan dan menggali data berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan di lapangan yang berdasarkan dengan hasil wawancara mendalam secara langsung, serta dokumentasi dilokasi penelitian.

Berdasarkan data yang diperoleh, maka hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi Promosi Tabungan SimPel Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC A Yani Kota Metro itu banyak bentuknya salah satu nya adalah melakukan sebar brosur pada tiap tiap sekolah dan mengadakan promosi mengenai produk ini supaya semakin banyak peminatnya itu jita harus melakukan kegiatan promosi dengan cara yang menarik seperti penyebaran brosur, melakukan *open booth* tiap sekolah yang sedang mengadakan acara dan lain sebagainya.

Dalam melakukan promosi suatu produk sering terdapat perbedaan dalam cara pemasaran, antara tabungan satu dengan tabungan lainnya.

⁸ Dokumen PT Bank Syariah Indonesia

Keberhasilan strategi yang diterapkan perusahaan dapat dilihat dari hasil usaha pemasaran. Usaha pemasaran meliputi kegiatan yang menyangkut dengan pengetahuan tentang keinginan konsumen, kebutuhan konsumen, daya saing produk yang efektif. Kegiatan pemasaran terasa semakin penting dengan semakin banyaknya bank yang menawarkan produk tabungan yang sejenis. Dengan adanya kegiatan pemasaran yang gencar seperti promosi dan kualitas produk yang lebih baik, maka konsumen diharapkan akan tertarik dengan produk yang ditawarkan.

Strategi Promosi Tabungan SimPel Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC A Yani Kota Metro merupakan wujud nyata untuk meningkatkan jumlah nasabah di BSI A Yani KC Metro dimana untuk mendukung kesuksesan strategi promosi yang diinginkan pihak manajerial harus berupaya penuh dalam menjalankan strategi untuk menghimpun dana masyarakat secara lebih efisien dan lebih efektif. Strategi promosi merupakan nilai yang menjadi pedoman para karyawan BSI KC A Yani Kota Metro untuk memasarkan dan mempromosikan salah satu produk yang ada di Bank BSI KC A Yani Kota Metro yang dilakukan dengan beberapa strategi dengan tujuan untuk menarik perhatian para siswa siswi supaya tertarik untuk menggunakan produk yang dipasarkan ini sehingga karyawan BSI KC A Yani Kota Metro mampu untuk memasarkan produk ini. Apabila strategi promosi ini telah berjalan dengan baik maka akan diperoleh peningkatan nasabah Tabungan SimPel:

1. Deskripsi Karakteristik Informan

Pada penelitian ini yang menjadi informan adalah karyawan Bank Syariah Indonesia KC A Yani Kota Metro yang dianggap representatif dalam pengumpulan informasi selama wawancara berlangsung.

Deskripsi hasil Wawancara karyawan BSI KC A Yani Kota Metro tentang Strategi Promosi Tabungan SimPel Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada BSI KC A Yani Kota Metro

Menurut karyawan BSI KC A Yani Kota Metro strategi promosi adalah suatu rencana atau pendekatan yang digunakan oleh perusahaan untuk memperkenalkan, mempromosikan, dan memasarkan produk, layanan atau *brand* mereka kepada target pasar yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan kepercayaan konsumen terhadap produk atau layanan yang ditawarkan, sehingga menghasilkan peningkatan penjualan dan keberhasilan bisnis.

Berdasarkan wawancara mendalam dengan Bapak Dedy Noegroho selaku Branch Manager BSI KC A Yani Kota Metro yang dilakukan peneliti dengan informan. peneliti menanyakan tentang Apa saja strategi promosi Tabungan SimPel dalam meningkatkan jumlah nasabah pada BSI KC A Yani Kota Metro? kemudian beliau menjawab:

“Tabungan SimPel itu adalah tabungan pelajar oleh sebab itu Strategi promosi produk simpel pada bank ini itu sudah jelas kita promosikan pada tiap sekolah sekolah atau *branding* nya itu ke sekolah sekolah. Dan sasaran atau target kita itu adalah siswa siswi di tiap sekolah tersebut. Langkah-langkah pemasaran produk ini itu

antara lain *branding*,sebar brosur,*open booth*, pemasangan apk gratis dan lain sebagainya”.⁹

Kemudian peneliti lebih lanjut menanyakan kepada ibu Ari Krisnawati selaku Operasional *Staff* BSI KC A Yani Kota Metro, kemudian beliau menjawab:

“Tabungan SimPel itu adalah tabungan pelajar oleh sebab itu Strategi promosi produk simpel pada bank ini itu sudah jelas kita promosikan pada tiap sekolah sekolah atau *branding* nya itu ke sekolah sekolah. Dan sasaran atau target kita itu adalah siswa siswi di tiap sekolah tersebut. Langkah-langkah pemasaran produk ini itu antara lain, *branding*, sebar brosur, *open booth* apabila di sekolah tertentu terdapat *event* kita bisa memasarkan produk ini menggunakan *system open booth*. Dari sini kita akan mulai sosialisasi mengenai produk simpel tersebut atau bisa juga apabila ada sekolah yang sedang mengadakan rapat wali murid kita juga bisa menggunakan kesempatan ini untuk memasarkan produk simpel tersebut karena dalam produk simpel ini kan data yang dipakai itu juga terdapat data orang tua. Jadi orang tua itu wajib tau kalau anak anaknya membuka rekening di Bank Syariah Indonesia KC Metro”.¹⁰

Peneliti lebih lanjut menanyakan apa yang menjadi daya tarik utama dari produk tabungan yang ditawarkan oleh BSI KC A Yani Kota Metro kepada Bapak Herry selaku *Marketing* Mikro di Bank Syariah Indonesia KC A Yani Kota Metro kemudian beliau menjawab:

“Yang menjadi daya tarik dari produk simpel ini salah satunya adalah kita bisa buka rekening atas nama murid atau nama kita sendiri bukan atas nama orang tua. Dan para siswa yang menggunakan Tabungan SimPel akan mendapat fasilitas bukut tabungan, ATM, dengan setoran tunai 5000 rupiah para siswa siswi sudah bisa menabung,saldo minimum yaitu 1000,00, jadi dalam produk ini itu setoran nya lebih ringan saldo minimum lebih sedikit dan ATM nya pun tidak berbayar atau tidak ada biaya administrasi”.¹¹

⁹ Hasil Wawancara dengan Bapak Dedy Noegroho, Tanggal 25 September 2023

¹⁰ Hasil Wawancara dengan Ibu Ari Krisnawati, Tanggal 25 September 2023

¹¹ Hasil Wawancara dengan Bapak Herry, Tanggal 25 September 2023

Kemudian peneliti lebih lanjut menanyakan apa hambatan dan solusi dalam memasarkan produk Tabungan SimPel dalam meningkatkan jumlah nasabah pada BSI KC A Yani Kota Metro kepada Ibu Devia selaku teller di Bank Syariah Indonesia KC A Yani Kota Metro, kemudian beliau menjawab:

“Hambatannya yaitu banyak nya pesaing dan juga jarak yang maksudnya yaitu jarak dari sekolah satu ke sekolah yang lain. Dan juga dalam produk ini itu kita kekurangan orang untuk sosialisasi. Karena dalam memasarkan produk ini kita sudah pasti akan dihadapkan oleh para guru dan para siswa siswi yang ada di sekolah tersebut yang ramai. hambatan yang paling penting yaitu kita akan menghadapi anak anak yang kadang mereka apabila disuruh untuk menulis saja malas apalagi yang berhubungan dengan bank karena akan banyak data yang harus di isi untuk mendaftarkan diri di produk Tabungan SimPel ini. Dan hambatan yang selanjutnya adalah para siswa siswi harus membawa data diri orang tua pasti akan ada beberapa anak yang lupa membawa data diri orang tua tersebut dengan alasan lupa. Maka dari itu solusi dari permasalahan ini adalah kita harus mampu mempromosikan produk ini dengan cara yang menarik dan mencuri perhatian para siswa dan siswi seperti mengadakan seminar dan menjelaskan tentang keunggulan produk ini dan melakukan pemasangan apk gratis pada tiap computer di sekolah sekolah dan lain sebagainya”.¹²

Peneliti lebih lanjut menanyakan apa keunggulan dari produk Tabungan SimPel kepada Ibu Nurul selaku *Customer Service* di Bank Syariah Indonesia KC A Yani Kota Metro, kemudian beliau menjawab:

“Keunggulannya adalah kita bisa buka rekening atas nama murid atau nama kita sendiri bukan atas nama orang tua. Dan para siswa yang menggunakan Tabungan SimPel akan mendapat fasilitas buku tabungan, ATM, dengan setoran tunai 5000 rupiah para siswa siswi sudah bisa menabung, saldo minimum yaitu 1000,00, jadi dalam produk ini itu setoran nya lebih ringan saldo minimum lebih sedikit dan ATM nya pun tidak membayar atau tidak ada biaya administrasi”.¹³

¹² Hasil Wawancara dengan Ibu Devia, Tanggal 25 September 2023

¹³ Hasil Wawancara dengan Ibu Nurul, Tanggal 25 September 2023

Pada penelitian ini yang menjadi informan adalah Nasabah Bank Syariah Indonesia KC A Yani Kota Metro yang dianggap representatif dalam pengumpulan informasi selama penelitian berlangsung.

2. Deskripsi Karakteristik Informan

Tabel 4.1
Karakteristik Informan Nasabah Pada BSI KC A Yani Kota Metro

No	Nama	Keterangan
1.	Zahra Aulia Putri	Nasabah BSI KC. A Yani Kota Metro
2.	Revina Alfi	Nasabah BSI KC. A Yani Kota Metro
3.	Regina Putri	Nasabah BSI KC. A Yani Kota Metro
4.	Putri Salsa	Nasabah BSI KC. A Yani Kota Metro

3. Deskripsi Hasil Wawancara kepada Nasabah Bank Syariah Indonesia KC A Yani Kota Metro tentang Strategi Promosi Tabungan SimPel dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada BSI KC A Yani Kota Metro

Berdasarkan wawancara dengan Zahra Aulia Putri selaku informan dari nasabah di Bank Syarish Indonesia Kota Metro, beliau bersekolah di MTS N 1 Lamtim. Beliau merupakan salah satu nasabah BSI KC A Yani Kota Metro yang memiliki pengalaman baik. Pertama peneliti menanyakan tentang apa yang anda ketahui tentang Tabungan SimPel, kemudian beliau menjawab:

“Jadi menurut saya Tabungan SimPel itu adalah tabungan yang ditujukan untuk siswa yang di terbitkan secara nasional oleh bank bank Indonesiadengan segala persyaratan yang mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.menurut saya dengan adanya tabungan ini akan menjadi contoh yang baik untuk para

siswa dan siswi supaya menanamkan jiwa rajin menabung sejak dini”.¹⁴

Berdasarkan wawancara dengan Revina Alfi selaku informan dari nasabah di Bank Syariah Indonesia Kota Metro, beliau bersekolah di MTS N 1 Lamtim. Beliau merupakan salah satu nasabah BSI KC A Yani Kota Metro yang memiliki pengalaman baik. Pertama peneliti menanyakan tentang apa alasan anda sehingga tertarik untuk menjadi salah satu nasabah Tabungan SimPel pada BSI KC A Yani Kota Metro kemudian beliau menjawab:

“Jadi alasan saya memilih Tabungan SimPel ini untuk member edukasi dan mendorong budaya menabung bagi anak anak. Sehingga kami mempunyai buku tabungan atas nama sendiri, mempunyai kartu ATM yang bisa digunakan untuk tarik tunai dan belanja. Dan apabila kita semakin rajin menabung maka akan semakin banyak hadiahnya dari BSI KC A Yani Kota Metro. Oleh karena itu saya tertarik untuk menggunakan produk ini”.¹⁵

Berdasarkan wawancara dengan Regina Putri selaku informan dari nasabah di Bank Syariah Indonesia Kota Metro, beliau bersekolah di MTS N 1 Lamtim. Beliau merupakan salah satu nasabah BSI KC A Yani Kota Metro yang memiliki pengalaman baik. Pertama peneliti menanyakan tentang apa saja persyaratan untuk membuka rekening Tabungan SimPel di BSI KC A Yani Kota Metro, kemudian beliau menjawab:

“Syarat umum pembukaan simpanan pelajar yaitu Terdaftar menjadi siswa SD/SMP/SMA Yang sudah menjalin kerjasama dengan PT. Bank Syariah Indonesia, Fotokopi KTP orang tua dan kartu pelajar, Belum memiliki KTP atau di bawah umur 17 tahun, Tidak diperbolehkan untuk membuka rekening bersama (*joint account*). Kemudian Tabungan SimPel memberikan kemudahan dalam

¹⁴ Wawancara dengan Zahra Aulia Putri, Tanggal 15 September 2023

¹⁵ Wawancara dengan Revina Alfi, Tanggal 15 September 2023

membuka tabungan serta kemudahan dalam bertransaksi, diantaranya setoran awal minimum Rp.5.000, Setoran tunai selanjutnya Rp.1.000, Saldo minimum rekening Rp.5.000”¹⁶

Berdasarkan wawancara dengan Putri Salsa selaku informan dari nasabah di Bank Syariah Indonesia Kota Metro, beliau bersekolah di MTS N 1 Lamtim. Beliau merupakan salah satu nasabah BSI KC A Yani Kota Metro yang memiliki pengalaman baik. Pertama peneliti menanyakan apakah anda merasa puas dengan adanya Tabungan SimPel di BSI KC A Yani Kota Metro, kemudian beliau menjawab:

“Iya saya merasa puas karena dengan adanya produk ini saya dan teman teman saya menjadi semakin rajin untuk menabung. Dan dengan adanya produk ini kita bisa buka rekening atas nama murid atau nama kita sendiri bukan atas nama orang tua. Dan kami para siswa yang menggunakan Tabungan SimPel akan mendapat fasilitas buku tabungan,ATM, dengan setoran tunai 5000 rupiah para siswa siswi sudah bisa menabung,saldo minimum yaitu 1000,00, jadi dalam produk ini itu setoran nya lebih ringan saldo minimum lebih sedikit dan ATM nya pun tidak berbayar atau tidak ada biaya administrasi. Langkah-langkah untuk membuka rekening pada produk ini sangatlah mudah sehingga banyak peminatnya untuk menabung dengan produk ini. Oleh karena itu saya merasa cukup puas dengan produk ini”¹⁷

C. Pembahasan

1. Strategi Promosi Tabungan SimPel Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Metro

Menurut karyawan BSI KC A Yani Kota Metro Strategi Promosi Tabungan SimPel dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada BSI KC A Yani Kota Metro adalah membuat strategi yang menarik untuk mempromosikan produk ini.

¹⁶ Wawancara dengan Regina Putri, Tanggal 15 September 2023

¹⁷ Wawancara dengan Putri Salsa , Tanggal 16 September 2023

Contohnya:

Melakukan sosialisasi pada sekolah sekolah negeri maupun swasta dan *open table*, menawarkan produk *system* pendebitan secara gratis, dan pemasangan aplikasi dikomputer sekolah secara gratis. Tabungan SimPel itu adalah tabungan pelajar oleh sebab itu strategi promosi produk simpel pada bank ini itu sudah jelas kita promosikan pada tiap sekolah sekolah atau *branding* nya itu ke sekolah sekolah. Dan sasaran atau target kita itu adalah siswa siswi di tiap sekolah tersebut. Langkah-langkah pemasaran produk ini itu antara lain:

a. *Branding*

Branding yang dilakukan oleh pihak BSI Kc A.Yani Kota Metro dengan cara melakukan penekanan ke pelajar bahwa menabung itu hal yang baik, persyaratan tidak sulit dan menabung di BSI bebas dari praktik riba.

b. Sebar brosur

Sebar brosur dilakukan oleh pihak bank dengan cara datang langsung ke sekolah-sekolah. Di brosur terdapat edukasi pemahaman tentang pentingnya menabung, dengan persyaratan yang mudah, dan bebas dari praktik riba.

c. Bisa melalui periklanan (media cetak atau media sosial)

Dalam melakukan strategi promosi tabungan simpel ini bisa juga dilakukan melalui media sosial seperti *facebook, instagram*, dan *website*. Dan untuk media cetak pihak BSI Kc A.Yani Kota Metro itu

promosinya menggunakan brosur yang didalamnya menjelaskan edukasi pemahaman tentang pentingnya menabung, persyaratan yang mudah, dan bebas dari praktik riba.

d. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Dalam melakukan promosi ini pihak bank melakukan dengan beberapa cara seperti *open booth*, sebar brosur, jemput bola dan branding produk tabungan simpel ke sekolah-sekolah yang sudah bekerja sama dengan pihak BSI Kc A. Yani Kota Metro.

e. Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

Membangun relasi dengan sekolah-sekolah sehingga dapat berkomunikasi secara langsung dengan siswa-siswa yang ada di sekolah Kota Metro.

f. Penjualan Langsung (*Direct Marketing*)

Pihak BSI melakukan dengan cara langsung datang ke sekolah-sekolah yang sudah bekerja sama dengan pihak BSI guna untuk mempromosikan produk tabungan simpel secara langsung.

Open booth apabila di sekolah tertentu terdapat *system open booth* kita bisa memasarkan produk ini menggunakan *system open booth*. Dari sini kita akan mulai sosialisasi mengenai produk simpel tersebut atau bisa juga apabila ada sekolah yang sedang mengadakan rapat wali murid kita juga bisa menggunakan kesempatan ini untuk memasarkan produk simpel tersebut karena dalam produk simpel ini kan data yang dipakai itu juga

terdapat data orang tua. Jadi orang tua itu wajib tau kalau anak anaknya membuka rekening di Bank Syariah Indonesia KC Metro. Dan dari sini para orang tua pun juga menjadi tahu Tabungan SimPel itu apa. Jadi itu merupakan langkah *branding* atau startegi pemasaran Bank BSI Kota Metro dalam memasarkan produk Tabungan SimPel di Bank BSI Kota Metro.¹⁸

Tabungan SimPel itu adalah tabungan pelajar oleh sebab itu Strategi promosi produk simpel pada bank ini itu sudah jelas kita promosikan pada tiap sekolah sekolah atau *branding* nya itu ke sekolah sekolah. Dan sasaran atau target kita itu adalah siswa siswi di tiap sekolah tersebut. Langkah-langkah pemasaran produk ini itu antara lain, *branding*, sebar brosur, *open booth* apabila di sekolah tertentu terdapat *system open booth* kita bisa memasarkan produk ini menggunakan *system open booth*. Dari sini kita akan mulai sosialisasi mengenai produk simpel tersebut atau bisa juga apabila ada sekolah yang sedang mengadakan rapat wali murid kita juga bisa menggunakan kesempatan ini untuk memasarkan produk simpel tersebut karena dalam produk simpel ini kan data yang dipakai itu juga terdapat data orang tua. Jadi orang tua itu wajib tau kalau anak anaknya membuka rekening di Bank Syariah Indonesia KC Metro. Dan dari sini para orang tua pun juga menjadi tahu Tabungan SimPel itu apa. Jadi itu merupakan langkah *branding* atau startegi pemasaran Bank BSI Kota

¹⁸ Hasil Wawancara dengan Marketing Mikro BSI Kc A Yani Kota Metro, Tanggal 25 September 2023

Metro dalam memasarkan produk Tabungan SimPel di Bank BSI Kota Metro.

Promosi adalah kegiatan memberitahukan dan mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keberadaan produk, kemanfaatan, dan keunggulannya. Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan sama pentingnya dengan kedua kegiatan yaitu baik produk, dan lokasi. Secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa promosi merupakan salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran, dan sering dikatakan sebagai proses berkelanjutan. Hal ini dikatakan karena promosi dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan yang bersangkutan.¹⁹

Bank Syariah Indonesia kc Metro bergerak dibidang ekonomi yang diperuntukan masyarakat. Strategi promosi sangat dibutuhkan untuk pedoman menyusun *action plan* dalam program pemasaran. Melalui *action plan* ini kita dapat mengoperasionalkan strategi-strategi yang sudah disusun sebelumnya dalam bentuk program kerja dan kegiatan-kegiatan, termasuk tujuan yang ingin dicapai atau sering disebut juga dengan target.²⁰

Dalam melakukan strategi pemasaran pihak bank tidak berhenti setelah mendapatkan nasabah, namun juga bagaimana caranya agar dapat meningkatkan jumlah nasabah. Untuk meningkatkan jumlah nasabah

¹⁹ Yusrina, “Kualitas Produk Terhadap Keputusan Membeli , Harga Terhadap Keputusan Membeli Dan Promosi Terhadap Keputusan Membeli Product Quality on Buying Decisions , Price on Buying Decisions and Promotion on Buying Decisions” 8, no. 2 (2021): 66–74.

²⁰ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication* (PT Gramedia Pustaka Utama:2009), 217

produk Tabungan SimPel, Bank Syariah Indonesia KC Metro memiliki beberapa strategi pemasaran, yaitu sebagai berikut:

- a. Melakukan kerja sama dengan pihak sekolah dan memberikan presentase mengenai tabungan kepada para guru, orang tuadan pelajar agar dapat mengetahui sistem perbankan khususnya Tabungan SimPel.
- b. Strategi jemput bola yaitu strategi yang diterapkan Bank Syariah Indonesia KC Metro dimana pihak bank yang akan datang ke sekolah-sekolah yang telah bekerja sama sehingga akan memberikan kemudahan kepada para pelajar untuk menabung serta dapat menjalin kedekatan antara pihak bank dengan para pelajar agar para pelajar tidak takut atau canggung untuk menemui pihak bank dalam melakukan setoran. Jemput bola dapat pula dipahami sebagai upaya Bank Syariah Indoensia KC Metro dalam mengembangkan tradisi silaturahmi yang menurut Rasulullah SAW dapat menambah rezeki, memanjangkan umur serta menjauhkan manusia dari dendam dan kebencian. Pihak bank lebih sering melakukan jemput bola pada sekolah sekolah yang lebih banyak peminatnya, yaitu dua kali seminggu, sedangkan sekolah-sekolah yang sedikit peminatnya, yaitu hanya satu kali seminggu, sehingga strategi jemput bola menjadi strategi yang efektif bagi bank untuk tetap mempertahankan nasabah, meningkatkan nasabah dan membuat nasabah menjadi loyal.
- c. Dengan menggunakan brosur yang menarik sehingga akan banyak pelajar yang mengetahui bahwa adanya produk Tabungan SimPel yang

diperuntukkan bagi pelajar sehingga dapat membangun minat menabung dan kemudian dapat meningkatkan jumlah nasabah Produk Tabungan SimPel Pada Bank Syariah Indonesia KC Metro.

- d. Memberikan loyalitas kepada pihak sekolah, seperti memberi spanduk saat pihak sekolah mengadakan suatu acara, memberikan hadiah untuk para juara kelas dan juara umum.
- e. *Website*, dengan *website* informasi tentang produk dan jasa Bank Syariah Indonesia KC Metro dapat diketahui masyarakat luas, khususnya produk Tabungan SimPel.

Website Bank Syariah Indonesia KC Metro dapat diakses melalui

<https://banksyariahindonesiabsikcmetroayani.business.site/>

- f. Meningkatkan jumlah nasabah Tabungan SimPel melalui keunggulannya, yaitu:
 - 1) Transaksi secara *realtime*, merupakan sistem transfer dana elektronik yang penyelesaian terhadap transaksinya dilakukan dalam waktu seketika (*realtime*).
 - 2) Memperoleh bagi hasil, Tabungan SimPel menggunakan akad *mudharabah muthlaqah* dimana dana nasabah akan di kelola oleh pihak bank yang nantinya profit dari hasil pengelolaan tersebut akan dibagi sesuai nisbah yang telah ditentukan oleh pihak bank, yaitu 95% untuk pihak bank dan 5% untuk nasabah.
 - 3) Tabungan atas nama siswa atau siswi.
 - 4) Setoran awal dan bulanan hanya Rp. 1.000,00

5) Dapat dibuka di seluruh kantor Bank Syariah Indonesia KC Metro.

Penelitian ini dilakukan dengan mewawancarai Strategi-strategi di atas merupakan strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah produk Tabungan SimPel, namun strategi tersebut akan terus di evaluasi dan diperbaiki guna meningkatkan lagi jumlah nasabah sehingga aset yang dimiliki bank juga akan bertambah.²¹

2. Kendala-Kendala dalam Memasarkan Produk Tabungan SimPel

Kendalanya yaitu banyak nya pesaing dan juga jarak yang maksudnya yaitu jarak dari sekolah satu ke sekolah yang lain. Dan juga dalam produk ini itu kita kekurangan orang untuk sosialisasi. Karena dalam memasarkan produk ini kita sudah pasti akan dihadapkan oleh para guru dan para siswa siswi yang ada di sekolah tersebut yang ramai. Kendala yang paling penting yaitu kita akan menghadapi anak-anak yang kadang mereka apabila disuruh untuk menulis saja malas apalagi yang berhubungan dengan bank karena akan banyak data yang harus diisi untuk mendaftarkan diri di produk Tabungan SimPel ini. Dan kendala yang selanjutnya adalah para siswa siswi harus membawa data diri orang tua pasti akan ada beberapa anak yang lupa membawa data diri orang tua tersebut dengan alasan lupa.

Kendala-kendala Dalam Memasarkan Produk Tabungan SimPel Pada Bank Syariah Indonesia KC Metro yaitu sebagai berikut:

²¹ Wawancara dengan Teller BSI Kc A Yani Kota Metro, Tanggal 25 September 2023

- a. Kurangnya ketertarikan para pelajar dalam menabung, hal ini menjadi kendala umum yang biasa terjadi. Dalam hal ini dirasakan pihak Bank Syariah Indonesia Cabang Metro yang menghambat lakunya pemasaran produk-produknya.
- b. Kurangnya sumber daya manusia yang melaksanakan kegiatan pemasaran. Dalam hal ini terkendala pada jumlah tenaga dilapangan yang mempromosikan produk dan juga target yang harus diperoleh setiap bulannya. Target tersebut tidak setiap bulannya tercapai, kadang tercapai kadang tidak, hal ini merupakan kendala intern dalam Bank Syariah Indonesia Cabang Metro. Kendala di bidang sumber daya manusia dalam perbankan syariah harus memiliki pengetahuan yang luas dibidang perbankan, memahami inplementasi prinsip-prinsip syariah dalam praktik perbankan, serta mempunyai komitmen yang kuat untuk menerapkan secara konsisten.
- c. Kurangnya jaringan kantor Bank Syariah Indonesia. Hal ini dipengaruhi oleh dominasi bank konvensional, hal ini mempengaruhi minat masyarakat dalam pemasaran produk dan jasa yang notabene nya masyarakat lebih cenderung ke bank likuiditas. Sebagai suatu usaha bank syariah perlu beroperasi dengan skala yang ekonomis, karenanya jumlah jaringan kantor bank yang luas juga akan meningkatkan efesiensi usaha.
- d. Kurangnya pengetahuan, pemahaman produk dan pelayanan perbankan syariah. Pengetahuan tentang perbankan syariah masih belum

diketahui oleh masyarakat luas, dikarenakan masyarakat masih menganggap bank syariah sama dengan bank konvensional masyarakat umum belum mengetahui sistem perbankan khususnya perbankan syariah, mereka masih kurang mempercayai untuk menabung di bank syariah konvensional. Pengembangan jaringan kantor Bank Syariah Indonesia diperlukan dalam rangka perluasan jangkauan pada masyarakat. Disamping itu, kurangnya jumlah bank juga menghambat perkembangan kerjasama antar bank dalam hal memenuhi.²²

3. Keunggulan-Keunggulan Produk Tabungan SimPel

Tabungan merupakan tabungan yang diperuntukkan khusus bagi para pelajar, di mana seorang pelajar dapat memiliki dan buku tabungan sendiri dan pihak bank yang bekerjasama dengan yaitu dengan mengajukan surat permohonan pembukaan tabungan.²³

Dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik dalam rangka Edukasi dan Inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.²⁴

Keunggulan dari produk ini itu adalah kita bisa buka rekening atas nama murid atau nama kita sendiri bukan atas nama orang tua. Dan para siswa yang menggunakan Tabungan SimPel akan mendapat fasilitas buku tabungan, ATM, dengan setoran tunai 5000 rupiah para siswa siswi sudah

²² Hasil Wawancara dengan Operational Staff BSI Kc A Yani Kota Metro, Tanggal 25 September 2023

²³ Amirul Syah, *Etos Kerja dan Kepemimpinan Islam*, (Sumatra Barat: CV. Azka Pustaka, 2021), 108

²⁴Zaenal Arifin, *Konstruksi Hukum Jaminan Syariah Dalam Akad Pembiayaan Mudharabah Di Era Revolusi Industri*, (Jawa Barat: CV.Adanu Abimata, 2022), 110

bisa menabung, saldo minimum yaitu 1000,00, jadi dalam produk ini itu setoran nya lebih ringan saldo minimum lebih sedikit dan ATM nya pun tidak berbayar atau tidak ada biaya administrasi .

Tabungan untuk pelajar merupakan jenis tabungan yang diterbitkan secara nasional oleh bank yang ada di Indonesia yang dikembangkan oleh Otoritas Jasa keuangan dan Komite Pengembangan Jasa Keuangan Syariah dalam rangka Edukasi dan inklusi keuangan secara finansial mendukung budaya menabung sejak dini. Tabungan ini menggunakan prinsip mudarabah atau bagi hasil yang dapat dijadikan sebagai investasi yang menguntungkan dan dapat ditarik sewaktu waktu. Simple, kependekan dari simpanan pelajar adalah simpanan berupa bentuk tabungan yang dikhususkan untuk belajar. Tabungan memiliki persyaratan yang sederhana dan mudah serta fitur yang menarik bertujuan untuk mendorong Literasi keuangan dan budaya menabung. Simple dipimpin oleh pemerintah dan dikelola oleh OJK. Produk simpan memiliki banyak manfaat bagi anak anak. Tabungan simpan juga bertujuan untuk memberikan pengalaman belajar menabung serta membangun budaya menabung dan melatih anak anak dalam mengelola keuangan mereka sendiri.

a. Syarat Umum Pembukaan Simpanan Pelajar

- 1) Terdaftar menjadi siswa Sd/SMP/SMA Yang sudah menjalin kerjasama dengan PT. Bank Syariah Indonesia
- 2) Fotokopi KTP orang tua dan kartu pelajar

- 3) Belum memiliki KTP atau di bawah umur 17 tahun
- 4) Tidak diperbolehkan untuk membuka rekening bersama (*joint account*)

Tabungan SimPel memberikan kemudahan dalam membuka tabungan serta kemudahan dalam bertransaksi, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Setoran awal minimum Rp.5.000
- 2) Setoran tunai selanjutnya Rp.1.000
- 3) Saldo minimum rekening Rp.5.000

Dapat menyebar secara kolektif dan juga dapat datang langsung ke bank dapat melakukan transaksi antar kantor *real time online*

b. Tata Cara Pembukaan Rekening

- 1) Pembukaan rekening dilakukan melalui kerjasama pihak sekolah dengan pihak bank yang ditandai dengan surat perjanjian kerjasama
- 2) Orang tua atau wali dapat memberikan izin kepada sekolah(pejabat sekolah) untuk membuka rekening Tabungan SimPel
- 3) Pembuatan CIF dan pembukaan rekening Tabungan SimPel dilakukan oleh bank
- 4) Orang tua atau wali wajib membubuhkan contoh tanda tangan pada contoh buku Tabungan SimPel

- 5) Pembuatan CIF dan pembukuan rekening tabungan sederhana dilakukan dengan menggunakan nama dan data mahasiswa.²⁵

²⁵ Wawancara dengan Teller BSI Kc A Yani Kota Metro, Tanggal 25 September 2023

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan skripsi ini, maka dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia Cabang Metro dalam meningkatkan jumlah nasabah Tabungan SimPel dengan cara melakukan *branding* produk Tabungan SimPel, penyebaran brosur, melakukan *open booth* tiap sekolah yang sedang mengadakan acara. Memberikan persentase ke sekolah-sekolah, sehingga tercipta kerja sama *relationship* antara pihak bank dengan sekolah. Dari strategi-strategi di atas dapat dibuktikan bahwa dengan adanya strategi-strategi tersebut jumlah nasabah produk tabungan simpel mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya ke tahun berikutnya. Adapun strategi promosi BSI Kc A.Yani Kota Metro yang kurang efektif yaitu sebar brosur, dikarenakan banyak siswa cenderung tidak membaca brosur yang sudah dibagikan.

B. Saran

Adapun saran yang ingin penulis sampaikan sehubungan dengan riset pada Bank Syariah Indonesia Cabang Metro adalah meningkatkan mutu produk Tabungan SimPel sehingga tidak kalah saing terhadap Tabungan Pelajar yang ada di Bank Syariah lainnya maupun konvensional, selain itu pihak BSI Kc A.Yani Kota Metro lebih memperbanyak promosi melalui

media sosial seperti membuat video-video pendek, membuat iklan yang kreatif dan menarik bagi milenial.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV.Syakir Media Press, 2021.
- Adindo, Apri Winge. *Kewirausahaan dan Studi Kelayakan Bisnis Untuk Memulai dan Mengelola Bisnis*. Sleman: Deepublish, 2021.
- Antonio, Muhammad Syafi'I. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Arifin, Zaenal. *Konstruksi Hukum Jaminan Syariah Dalam Akad Pembiayaan Mudharabah Di Era Revolusi Industri*. Jawa Barat: CV.Adanu Abimata, 2022.
- Aripin, Zaenal. *Marketing Manajemen*. Sleman: Deepublish, 2021.
- Dokumen PT.Bank Syari'ah Indoneisa
- Efendi, Nur Eka, et.all., *Strategi Pemasaran*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022.
- Endra, Febri. *Pedoman Metodologi Penelitian (Statistika Praktis)*. Sidoarjo: Zifatama Jawara, 2017.
- Haryanto, Rudy. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Jawa Timur: Duta Media Publishing, 2020.
- Hidayat, Burhanudin. "Strategi dan Bauran Pemasaran Produk Tabungan Wadiah pada BMT Al-Fath Cabang Pondok Aren (Analisis Bauran Pemasaran)". *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019.
- Junaida, Erni dan Nurlalila Hanum. "Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Pillar Tamiang Konstruksi Aceh Tamiang," *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 8, No. 3 (2019).
- Kosasih. *Manajemen Strategik*. Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021.
- Kunda, Asri, et.all., *Pengantar Bisnis: Manajemen, Pembiayaan, Pemasaran dan Operasional*. Sumatra Barat: PT Global Eksekutif Teknologi, 2023.
- M. Dliyaul Muflihin, "Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia: Sebuah Kajian Historis" 4, no. 1 (2019).
- Mamik. *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatma Publisher, 2015.
- Mardawani. *Praktis Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.

- Masruro, Anisyah Aulia dan Siti Dwi Amriani, "Sistem Jemput Bola dalam Upaya Meningkatkan Minat Menabung pada Siswa di Situbondo." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, No. 11 (2023).
- Mukhtazar. *Prosedur Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Absolute Media, 2020.
- Putra, Ardiansyah dan Dwi Saraswati. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Surabaya: CV Jakad Media Publishing, 2021.
- Rangkuti, Freddy. *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. PT Gramedia Pustaka Utama:2009.
- Rosa, Fenny. et. all., *Manajemen Strategik dalam Perusahaan Internasional*. Jawa Tengah: Penerbit NEM, 2022.
- Ruqayyah dan Nurul Jannah. "Peran Tabungan IB Simpel Dalam Perkembangan PT Bank Sumut KCP Syariah Simpang Kayu Besar". *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen* 2, No.16, (2022).
- Sakti, Nawa Syariah Fajar. *Islam dan Budaya dalam Pendidikan Anak*. Bogor: Guepedia, 2019.
- Siregar, Selamat. "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Cabang Krakatau Medan". *Jurnal Ilmiah Methonomi 1*, No.2,(2015).
- Sulistyaningsih, Nur dan Shul Thanul Azkar, 2722-2075 Potensi Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Nasional. *Jurnal Pemikiran dan Pembaharuan Hukum Islam* 24, No. 1, (2021).
- Sunata, Desy Arum. et. all., *Pengantar Metodologi Penelitian*. Makassar: CV. Tohar Media, 2023.
- Suyoto, Arief. *Model Sistem Bagi Hasil Pada Sektor Pertanian Dalam Perspektif Ekonomi islam*. Jawa Timur: UNIDA Gontor Press, 2021.
- Syah, Amirul. *Etos Kerja dan Kepemimpinan Islam*. Sumatra Barat: CV. Azka Pustaka, 2021.
- Timotius, Kris H. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: ANDI, 2017.
- Umrati dan Hengki Wijaya. *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffary, 2020
- Wibowo, Eko Arianto "Strategi Pemasaran Produk BSM Tabungan Berjangka pada Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Ciputat" *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015.

Widowati, Ayun Sekar. "Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, Dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah". *Jurnal Nominal*, Vol. VII , No.2,(2018).

Yusnina, "Kualitas Produk Terhadap Keputusan Membeli , Harga Terhadap Keputusan Membeli Dan Promosi Terhadap Keputusan Membeli Product Quality on Buying Decisions , Price on Buying Decisions and Promotion on Buying Decisions" 8, no. 2 (2021): 67.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id e-mail: iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-3322/In.28.3/D.1/TL.00/10/2022
Lampiran : -
Perihal : **PEMBIMBING SKRIPSI**

Metro, 03 Oktober 2022

Kepada Yth,
Mat Jalil (Dosen Pembimbing Skripsi)
Di-
Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka menyelesaikan studinya, maka kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing mahasiswa dibawah ini:

Nama : Bernindi Piana Putri
NPM : 1903020010
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : STRATEGI PROMOSI TABUNGAN SIMPEL DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA CABANG METRO.

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Dosen Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal sampai dengan penulisan skripsi, dengan tugas untuk mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi skripsi Bab I s.d Bab IV
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK Pembimbing Skripsi ditetapkan oleh Fakultas
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah/skripsi yang ditetapkan oleh IAIN Metro
4. Banyaknya halaman skripsi antara 60 s.d 120 halaman dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. Pendahuluan \pm 1/6 bagian
 - b. Isi \pm 2/3 bagian
 - c. Penutup \pm 1/6 bagian

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelengkapan FEBI



Siti Zulaikha

OUTLINE

STRATEGI PROMOSI TABUNGAN SIMPEL DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA CABANG METRO

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN

- A. LatarBelakangMasalah
- B. RumusanMasalah
- C. TujuandanManfaatPenelitian
- D. PenelitianRelevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Strategi
 - 1. Pengertian Strategi
 - 2. Aspek-Aspek Strategi
 - 3. Jenis-Jenis Strategi
- B. Promosi
 - 1. Pengertian Promosi
 - 2. Fungsi Promosi
 - 3. Bauran Promosi
- C. Produk Tabungan Simpel

BAB III METODE PENELITIAN

- A. JenisdanSifatPenelitian
- B. Sumber Data
- C. TeknikPengumpulan Data
- D. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. GambaranUmumObjekPenelitian
 - 1. Sejarah Bank Syariah Indonesia Cabang Metro
 - 2. Visidanmisi Bank Syariah Indonesia Cabang Metro
 - 3. StrukturOrganisasi Bank Syariah Indonesia Cabang Metro
- B. Strategi Promosi Tabungan Simpel Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada BSI KC A Yani Kota Metro
- C. Kendala-Kendala Dalam Memasarkan Produk Tabungan Simpel
- D. Keunggulan-Keunggulan Produk Tabungan Simpel

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP.19620812199801001

Metro, 12 April 2023
Mahasiswa Ybs,



Bernindi Piana Putri
NPM.1903020010

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

STRATEGI PROMOSI TABUNGAN SIMPEL DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA CABANG METRO

A. Wawancara

1. Wawancara karyawan BSI KC A Yani Kota Metro

- a. Apa saja strategi promosi tabungan simpel dalam meningkatkan jumlah nasabah pada BSI KC A Yani Kota Metro?
- b. Bagaimana strategi promosi tabungan simpel dalam meningkatkan jumlah nasabah pada BSI KC A Yani Kota Metro?
- c. Apa hambatan dan solusi dalam memasarkan produk tabungan simpel pada BSI KC A Yani Kota Metro?
- d. Bagaimana pengaruh strategi promosi tabungan simpel dalam meningkatkan jumlah nasabah pada BSI KC A Yani Kota Metro?
- e. Menurut anda, apa yang menjadi daya tarik utama dari produk tabungan yang ditawarkan oleh BSI KC A Yani Kota Metro?
- f. Apa strategi promosi yang efektif untuk menarik minat calon nasabah baru untuk membuka rekening di BSI KC A Yani Kota Metro?
- g. Bagaimana BSI KC A Yani Kota Metro dapat mengukur efektifitas strategi promosi yang sudah dijalankan untuk meningkatkan jumlah nasabah tabungan simple?

2. Wawancara Nasabah BSI KC A Yani Kota Metro

- a. Apa yang anda ketahui tentang tabungan simpel?
- b. Apa alasan anda sehingga tertarik untuk menjadi salah satu nasabah tabungan simpel pada BSI KC A Yani Kota Metro?
- c. Apa saja persyaratan untuk membuka rekening tabungan simpel di BSI KC A Yani Kota Metro?
- d. Apakah anda merasa puas dengan adanya tabungan simpel di BSI KC A yani Kota Metro?

B. Dokumentasi

1. Profil Bank Syariah Indonesia KC A Yani Kota Metro

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP.19620812199801001

Metro, 12 April 2023
Mahasiswa Ybs,



Bernindi Piana Putri
NPM.1903020010



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2735/In.28/D.1/TL.00/09/2023
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
PIMPINAN BSI KC METRO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-2736/In.28/D.1/TL.01/09/2023,
tanggal 05 September 2023 atas nama saudara:

Nama : **BERNINDI PIANA PUTRI**
NPM : 1903020010
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada PIMPINAN BSI KC METRO bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BSI KC METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PROMOSI TABUNGAN SIMPEL DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA CABANG METRO".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 05 September 2023
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-2736/In.28/D.1/TL.01/09/2023

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **BERNINDI PIANA PUTRI**
NPM : 1903020010
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di BSI KC METRO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PROMOSI TABUNGAN SIMPEL DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA CABANG METRO".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 05 September 2023

Mengetahui,
Pejabat Setempat

BANK SYARIAH
INDONESIA
KC METRO AYANI

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; email: iainmetro@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN

NOMOR: 3322/In.28.3/D.1/PP.00.9/11/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini Wakil Dekan Bidang Akademik, dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa:

Nama : BERNINDI PIANA PUTRI
NPM : 1903020010
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah mengikuti Ujian Komprehensif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Semester Ganjil 2023/2024 yang dilaksanakan dari **9 s.d 13 Oktober 2023** dengan nilai ujian sebagai berikut:

No	Jenis Ujian	Nilai	Keterangan
1	Keagamaan	77,00	Lulus
2	Kefakultasan	85,00	Lulus
3	Keprodian	75,00	Lulus
Nilai Akhir		79,00	

Berdasarkan hasil Ujian tersebut, maka mahasiswa yang bersangkutan dinyatakan **“Lulus”** dan dapat mendaftar Ujian Munaqosyah pada program studi **Perbankan Syariah**

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 14 November 2023
Wakil Dekan Bidang Akademik,
dan Kelembagaan FEBI

Putri Swastika



Tanggal.	
Validasi Prodi	



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1459/In.28/S/U.1/OT.01/12/2023**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

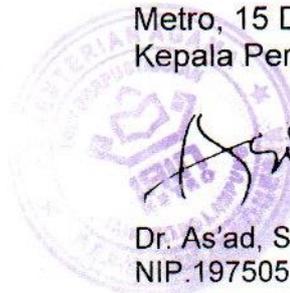
Nama : BERNINDI PIANA PUTRI
NPM : 1903020010
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2023/2024 dengan nomor anggota 1903020010

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 15 Desember 2023
Kepala Perpustakaan



As'ad
Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
NIP.19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Bernindi Piana Putri
NPM : 1903020010

Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
Semester / T A : IX / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		<i>fac</i>	

Dosen Pembimbing,

Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 19620812 199803 1 001

Mahasiswa Ybs,

Bernindi Piana Putri
NPM. 1903020010



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Bernindi Piana Putri
NPM : 1903020010

Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
Semester / T A : IX / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		Lanjutkan bab Selanjutnya	

Dosen Pembimbing,

Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 19620812 199803 1 001

Mahasiswa Ybs,

Bernindi Piana Putri
NPM. 1903020010



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Bernindi Piana Putri

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 1903020010

Semester / T A : IX / 2023

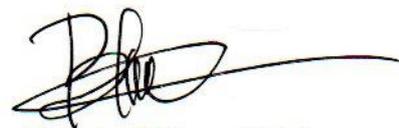
No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		Kebijakan mayoritas R.M. dan hak-hak Sempul	

Dosen Pembimbing



Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 196208121998031001

Mahasiswa Ybs,



Bernindi Piana Putri
NPM. 1903020010



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Bernindi Piana Putri
NPM : 1903020010

Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
Semester / T A : IX / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		Kesimpulan di pu banks lengkap,	

Dosen Pembimbing,

Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 19620812 199803 1 001

Mahasiswa Ybs,

Bernindi Piana Putri
NPM. 1903020010



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp.(0725) 41507; Fax.(0725) 47296; Website www.syariah.metrouniv.ac.id, e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Bernindi Piana Putri Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS
NPM : 1903020010 Semester/TA : VII/2022

NO	Hari/ Tanggal	Bimbingan yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
		<i>Acc utk di Lemark an</i>	

Dosen Pembimbing,



Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 19620812 199803 1 001

Mahasiswa Ybs,



Bernindi Piana Putri
NPM. 1903010010



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Bernindi Piana Putri
NPM : 1903020010

Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
Semester / T A : IX / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
-		Apd harus di Behud di Bab 16	
-		Kelu purlan harus meyawab & m.	
		Saran untuk puchti di	

Dosen Pembimbing,

Dr. Mat Jalil M. Hum
NIP. 19620812 199803 1 001

Mahasiswa Ybs,

Bernindi Piana Putri
NPM. 1903020010



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Bernindi Piana Putri

Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS

NPM : 1903020010

Semester/TA : VIII/2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
		lengkap ka	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 19620812 199803 1 001

Bernindi Piana Putri
NPM. 1903020010

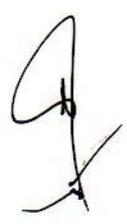


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp.(0725) 41507; Fax.(0725) 47296; Website www.syahiah.metrouniv.ac.id, e-mail:
syahiah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Bernindi Piana Putri Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS
NPM : 1903020010 Semester/TA : VII/2022

NO	Hari/ Tanggal	Bimbingan yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
		<p>↳ Jatin Belakawey behu menuka permasalahan</p> <p>↳ pertanyaan tidak menyebutkan jumlah cupi masalahnya apa</p>	 

Dosen Pembimbing,

Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 19620812 199803 1 001

Mahasiswa Ybs,

Bernindi Piana Putri
NPM. 1903010010



Brosur tabungan simpel BSI Kc.Metro



Wawancara dengan nasabah tabungan simpel BSI Kc Metro



Foto Wawancara Dengan Customer Service Bank BSI Kc Metro



Foto Wawancara Dengan Relationship Officer bank BSI Kc Metro

RIWAYAT HIDUP



Bernindi Piana Putri lahir pada tanggal 25 September 2001 bertempat di Batanghari, dan merupakan anak kedua dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Baheram syah dan Ibu Lilis Setianingsih.

Pendidikan yang telah ditempuh berawal dari TK Pertiwi 6 tahun 2005 dan lulus tahun 2007, lalu melanjutkan pendidikan di SD 1 adiwarno atahun 2007 dan luus tahun 2013, kemudian melanjutkan pendidikan di SMP N 2 Metro tahun 2013 dan lulus tahun 2016, selanjutnya melanjutkan pendidikan di MAN 1 Metro tahun 2016 dan lulus tahun 2019.. Kemudian pada tahun 2019 peneliti terdaftar sebagai mahasiswi di Jurusan S1- Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri Metro melalui seleksi penerimaan mahasiswa baru jalur SPAN-PTKIN.