

SKRIPSI

**MENINGKATKAN LAYANAN DAN PROMOSI DALAM MENARIK
MINAT CALON NASABAH PRODUK TABUNGAN IMPIAN
DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG METRO**

Oleh:

**NOVI ALFIONITA
NPM.1702100067**



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

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1442 H / 2021 M**

**MENINGKATKAN LAYANAN DAN PROMOSI DALAM MENARIK
MINAT CALON NASABAH PRODUK TABUNGAN IMPIAN
DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG METRO**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Perbankan Syariah (S.E)

Oleh:

NOVI ALFIONITA
NPM.1702100067

Pembimbing I: Dr. Dri Santoso, MH.

Pembimbing II: Reonika Puspitasari, M.E.Sy

Jurusan S1 Perbankan Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO

1442H /2021 M

NOTA DINAS

Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan
Saudari Novi Alfionita

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di _____
Tempat

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan
seperlunya maka skripsi saudara:

Nama : **Novi Alfionita**
NPM : 1702100067
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : **MENINGKATKAN LAYANAN DAN PROMOSI
DALAM MENARIK MINAT CALON NASABAH
PRODUK TABUNGAN IMPIAN DI BRI SYARIAH
KANTOR CABANG METRO**

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima
kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I,



Dr. Dri Santoso, M.H
NIP. 196703161995031001

Metro, April 2021
Pembimbing II,



Reonika Puspita Sari, M.E.Sy
NIP. 19920221201812001

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **MENINGKATKAN LAYANAN DAN PROMOSI
DALAM MENARIK MINAT CALON NASABAH
PRODUK TABUNGAN IMPIAN DI BRI SYARIAH
KANTOR CABANG METRO**

Nama : **Novi Alfionita**

NPM : **1702100067**

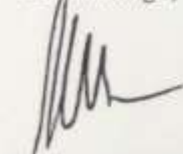
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

Jurusan : **Perbankan Syariah**

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Pembimbing I,



Dr. Dri Santoso, M.H
NIP. 196703161995031001

Metro, April 2021
Pembimbing II,



Reonika Puspita Sari, M.E.Sy
NIP. 19920221201812001



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

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507, Fax (0725) 47296, Website: www.metrouniv.ac.id, Email:
iaimetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : 1480 / Ln. 28.3 / D / PP. 00.0 / 05 / 2021

Skrripsi dengan judul MENINGKATKAN LAYANAN DAN PROMOSI DALAM MENARIK MINAT CALON NASABAH PRODUK TABUNGAN IMPIAN DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG METRO. Disusun oleh NOVI ALFIONITA, NPM.1702100067, Jurusan : S1 Perbankan Syariah. Telah diujikan dalam sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal : Senin/10 Mei 2021.

TIM PENGUJI

Ketua / Moderator : Dr. Dri Santoso, M.H

Penguji I : Hermanita, S.E., M.M

Penguji II : Reonika Puspita Sari, M.E.Sy

Sekretaris : David Ahmad Yani, M.M



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 196208121998031001

ABSTRAK

MENINGKATKAN LAYANAN DAN PROMOSI DALAM MENARIK MINAT CALON NASABAH PRODUK TABUNGAN IMPIAN DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG METRO

Oleh: Novi Alfionita

Meningkatkan Layanan dan Promosi Dalam Menarik Minat Calon Nasabah memiliki hubungan dalam menyimpan dananya di bank. Layanan dan promosi memberikan suatu dorongan kepada nasabah maupun calon untuk menjalin ikatan yang kuat dengan bank. Dalam jangka panjang, hal ini memungkinkan bank untuk memahami dengan seksama harapan nasabah serta kebutuhan mereka. Dalam menghadapi persaingan setiap lembaga keuangan tentunya memiliki strategi dalam mempromosikan produknya dengan cara yang berbeda-beda. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan strategi layanan dan promosi BRI Syariah Kantor Cabang Metro dalam upaya menarik calon nasabah produk tabungan impian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan data primer berupa wawancara kepada responden (masyarakat Kota Metro). Masalah pada penelitian ini yaitu Bagaimana Meningkatkan layanan dan promosi dalam menarik minat calon nasabah produk tabungan impian di Bank Bri Syariah Kantor Cabang Metro. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis Bagaimana Meningkatkan layanan dan promosi dalam menarik minat calon nasabah produk tabungan impian di Bank Bri Syariah Kantor Cabang Metro.

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (field research), Lokasi penelitian Bank BRI Syariah Kantor Cabang Metro. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sumber data primer diperoleh dari kepala pimpinan cabang, calon nasabah dan nasabah. Sumber data sekunder diperoleh dari beberapa penujang yang terkait Meningkatkan Layanan dan Promosi Dalam Menarik Minat Calon Nasabah dan produk perbankan dari Buku-buku, Jurnal, dokumentasi dan website. Metode analisis ini menggunakan metode analisis kualitatif secara induktif. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *snowball sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat kota metro yang ingin menggunakan produk tabungan impian yang berjumlah 10 responden.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan diketahui bahwa hasil wawancara dari 10 calon nasabah di BRI Syariah Kantor Cabang Metro didapatkan ada beberapa faktor yang menarik minat calon nasabah untuk memilih produk tabungan impian yaitu motivasi, persepsi dan gaya hidup, selain itu kelebihan dari produk tabungan impian berupa gratis biaya administrasi, dan premi yang praktis.

Kata Kunci : *Layanan dan Promosi, Minat Calon Nasabah*

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novi Alfionita
NPM : 1702100067
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, April 2021

Yang Menyatakan,



Novi Alfionita
NPM. 1702100067

MOTTO

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَنتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ
يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: “Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal.”¹ (QS. Ali Imran 159)

¹Departemen Agama RI, I *AL-Qur'an Dan Terjemahan* (Bandung: Diponegoro, 2010)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas untuk diucapkan selain bersyukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia serta kemudahan yang telah Engkau berikan kepada peneliti sehingga karya sederhana ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu terlimpahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW. Kupersembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasihku yang tulus kepada:

1. Kedua orangtuaku tercinta, Ibu Merita Sari dan Bapak Sudirman Sampurna yang tiada henti mendo'akan, memberikan semangat, melimpahkan kasih sayang, dan berjuang tanpa lelah demi menanti keberhasilanku dengan kesabaran.
2. Kakak ku Tenisa Eka Putri dan Adik- adik ku tersayang Aldi Rahman Hakim, Afif Zuhair Nazril, dan Myesha Kayla Azzahra yang selalu mesuport dan mendo'akan.
3. Keluarga Asrama Vera MD dan sahabat-sahabatku Viky Ainur Velly Katana, Layla Nur Azizah, Tiara Nichel Aprilia, Rimadona Ayu Mareta, dan Nadra Aprilia yang selalu menghiburku untuk selalu tersenyum.
4. Teman-teman seperjuangan khususnya PBS angkatan 2017 kelas E yang selalu membantu dan menyemangatiku
5. Almamater kebanggaanku IAIN Metro.

Semua pihak yang telah membantu dan memberikan semangat demi terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan di Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag, PIA, selaku Rektor IAIN Metro.
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak Dliyaul Haq, M.E.I, selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah
4. Bapak Dr. Dri Santoso, M.H, selaku pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
5. Ibu Reonika Puspita Sari, M.E.Sy, selaku pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
6. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
7. Pimpinan cabang, segenap karyawan, serta calon nasabah bank BRI Syariah Kantor Cabang Metro yang telah memberikan sarana dan prasarana serta informasi yang berharga kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan hati. Semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Perbankan Syariah.

Metro, April 2021
Peneliti,



Novi Alfionita
NPM.1702100011

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN NOTA DINAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Penelitian Relevan.....	7

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kualitas Layanan.....	11
1. Pengertian Kualitas Layanan.....	11
2. Tujuan dan Fungsi Pelayanan	14

3. Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Layanan	14
4. Keuntungan Bank Dengan Kualitas Pelayanan Baik.....	17
B. Promosi	19
1. Pengertian promosi.....	19
2. Indikator Pengukuran Promosi	20
3. Bentuk- bentuk Promosi.....	21
C. Minat Menabung	22
1. Pengertian Minat Menabung.....	22
2. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung.....	22

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian	24
B. Sumber Data	25
C. Teknik Pengumpulan Data.....	27
D. Teknik Analisa Data.....	28

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro	30
1. Sejarah dan Perkembangan PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro.....	30
2. Visi dan Misi PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro	31
3. Struktur organisasi PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro....	32
4. Tabungan Impian BRI Syariah	36

B. Upaya meningkatkan Kualitas Layanan dan Promosi dalam Menarik Minat Calon Nasabah Produk Tabungan Impian PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro	39
C. Analisis Terhadap Produk Tabungan Impian PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro	50

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	53
B. Saran	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Nasabah per tahun pada PT BRI Syariah Kantor Cabang Metro	3
-----------	--	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT BRI Syariah Kantor Cabang Metro 2021	32
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Pembimbing Skripsi
2. Alat Pengumpul Data (APD)
3. Surat Tugas
4. Surat Izin Research
5. Surat Bebas Pustaka
6. Dokumentasi
7. Blangko Konsultasi Bimbingan
8. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pengembangan perbankan syariah di Indonesia merupakan kewajiban yang harus dilaksanakan karena dituangkan dalam UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana diubah dengan UU No. 10 Tahun 1998 dan juga dalam UU No. 3 Tahun 2004 tentang perubahan atas UU No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia.² Menurut sensus penduduk tahun 2010, 87,18% dari 237.641.326 penduduk Indonesia adalah pemeluk Islam sehingga diterbitkannya UU No. 10 Tahun 1998 memiliki hikmah tersendiri bagi dunia perbankan nasional dimana pemerintah membuka lebar kegiatan usaha perbankan dengan berlandaskan prinsip syariah.³ Pada saat ini, perkembangan jumlah lembaga keuangan syariah semakin meningkat, hal ini menyebabkan persaingan untuk memperebutkan pasar semakin tajam.

Umat muslim di Indonesia sebagian besar tidak menabung dan kredit atau transaksi pembiayaan dan lain sebagainya bukan di bank syariah, melainkan banyak umat muslim yang sebagian besar menabung ataupun kegiatan perbankan lainnya di bank konvensional. Hal tersebut membuka peluang pasar yang sangat besar bagi perkembangan bank syariah, karena umat muslim Indonesia adalah nasabah utama bagi bank syariah atau merupakan pangsa pasarnya bank syariah.

²Ita Oktaviani, *Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan BSM PT. Bank Syariah Mandiri*, (Program strata satu atau Departemen Manajemen Institut Pertanian Bogor, 2010), h.3.

³ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), h.19.

Pilihan nasabah untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Pihak bank harus mampu mengenali dan mengerti akan keinginan nasabah pada saat ini dan masa yang akan datang. Keunggulan pesaing pada bisnis terutama berasal dari kemampuan suatu bank untuk memenuhi kebutuhan pelanggan atau nasabahnya. Sehingga produk yang ditawarkan oleh bank dapat diterima oleh nasabah, maka bank harus memberikan nilai yang lebih kepada nasabah dengan memberikan produk berkualitas sesuai dengan harapan konsumen.

Produk yang ditawarkan bank kepada masyarakat melalui promosi diharapkan mampu memberikan informasi dan menambah minat masyarakat untuk menabung. Bank harus mampu memanfaatkan iklan, media cetak atau elektronik sebagai media sarana promosi, atau melakukan promosi langsung dengan mengadakan *event* atau acara. Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir setelah produk, harga, dan tempat. Tanpa promosi nasabah tidak dapat mengenal dan mengetahui bank apalagi produk-produknya. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya⁴. Promosi juga merupakan suatu kegiatan untuk mengonsumsi, memberikan pengetahuan dan keyakinan orang tentang suatu produk agar ia mengetahui dan mengikuti kehebatan produk tersebut, membeli dan memakai produk tersebut, juga mengikat pikiran dan perasaannya dalam suatu wujud loyalitas terhadap produk. Promosi bertujuan agar masyarakat dapat memahami dengan baik atas produk jasa yang

⁴Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), h.175.

ditawarkan oleh bank sehingga masyarakat tersebut dapat mengambil keputusan untuk menabung di bank syariah.

Beberapa elemen utama yang merupakan pendukung dari promosi, yaitu: periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*) dan penjualan pribadi (*personal selling*).⁵ Keempat elemen tersebut akan menjadi penentu utama efektifitas kegiatan promosi. Selain melakukan promosi, perbankan juga harus memberikan layanan yang baik untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sehingga nasabah maupun calon nasabah merasa puas dan percaya untuk terus melakukan transaksi ataupun pembelian terhadap suatu produk dan jasa yang ditawarkan.

BRI Syariah Cabang Metro salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa keuangan yang berprinsip syariah. Terdapat 3 jenis tabungan yang ditawarkan oleh BRI Syariah kepada para nasabah yaitu Tabungan Faedah, Tabungan Haji dan Tabungan Impian. Berdasarkan hasil wawancara pra-survey, Tabungan Impian memiliki peminat paling sedikit dibandingkan produk tabungan lainnya. Berikut adalah data jumlah nasabah untuk ketiga produk tabungan BRI Syariah KC Metro pada tahun 2019 dan 2020.

Tabel 1.1 Jumlah nasabah pada tahun 2019-2020

Jenis Tabungan	Tahun		Total Nasabah
	2019	2020	
Tabungan Faedah	1169	1037	2206
Tabungan Haji	297	483	780
Tabungan Impian	6	8	14

(sumber : Data Laporan Jumlah Nasabah Tabungan BRI Syariah KC Metro tahun Januari 2019- September 2020)⁶

⁵M. Nurianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010),h.170.

⁶Wawancara dengan bapak Eka Sigit Prasetyo, selaku *Branch Operation Supervisor (BOS)* PT.BRI Syariah Kantor Cabang Metro, pada tanggal 13 september 2020, Pukul 09.00 WIB.

Produk tabungan impian BRI Syariah merupakan tabungan yang menggunakan *akad mudharabah mutlaqah*. Tabungan ini merupakan tabungan berjangka dari BRI Syariah dengan prinsip bagi hasil yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabahnya dengan terencana yang dapat diambil dengan jangka waktu tertentu, yakni 1-20 tahun. Tabungan ini dapat membantu nasabah dalam mewujudkan berbagai keinginan, seperti untuk pendidikan, pernikahan, liburan dan lainnya untuk mempersiapkan kebutuhan di masa depan⁷.

Akad Mudharabah Mutlaqah adalah kerja sama yang memberikan kebebasan kepada mudharib untuk mengelola modal dalam bentuk usaha apapun yang bisa mendatangkan keuntungan selama tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syari'ah⁸. Pada prinsipnya, pihak modal tidak berhak mengelola persekutuan secara mutlak. Namun pihak mudharib lah yang berhak mengelola⁹. Dalam *mudharabah mutlaqah*, *shohibul maal* tidak memberikan batasan-batasan atas dana yang diinfestasikannya. *Mudharib* diberikan wewenang penuh mengelola dana tersebut tanpa terikat waktu, tempat, dan jenis usaha.¹⁰

Pada praktiknya yang terjadi di lapangan, terdapat berbagai kendala dan permasalahan pada layanan serta promosi yang dilakukan oleh BRI

⁷Wawancara dengan ibu Tiara Wina, selaku *Account Office Micro (AO)* PT.BRI Syariah Kantor Cabang Metro, pada tanggal 13 september 2020, Pukul 09.00 WIB

⁸Wawancara dengan ibu Tiara Wina, selaku *Account Office Micro (AO)* PT.BRI Syariah Kantor Cabang Metro, pada tanggal 13 september 2020, Pukul 10.00 WIB

⁹Burhanuddin S, Hukum Kontrak Syariah, cet. ke-1, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2009), hlm. 116

¹⁰Muhammad Syafi'i Antonio, Bank Syariah dari Teori ke Praktek, (Jakarta : Gema insani, 2011 Insani, 2001), 150.

Syariah Kantor Cabang Metro. Salah satu kendala pelayanan yang sering dirasakan oleh nasabah adalah akses mesin ATM yang masih kurang. BRI Syariah Kantor Cabang Metro hanya menyediakan 1 Mesin ATM yang beralamatkan di Jl. AH. Nasution No.186, Yosorejo, Kec. Metro Timur, Kota Metro, Lampung. Hal ini mengakibatkan nasabah yang letak rumahnya cukup jauh dari bank akan merasa kesulitan saat harus melakukan transaksi. selain itu, mesin ATM yang tersedia hanya dapat melayani transaksi tarik tunai. Nasabah yang ingin melakukan transaksi setor tunai harus mengantri di bank karena setor tunai hanya bisa dilakukan melalui *teller*.

penyebaran informasi terkait jenis- jenis produk BRI Syariah dan kekurangan serta kelebihan masing-masing produk hanya dilakukan secara offline sehingga penyebaran informasi di BRI Syariah Kantor Cabang Metro terbatas. Nasabah pun tidak mendapatkan informasi terkait produk, layanan, promosi, dan acara yang diselenggarakan oleh BRI Syariah Kantor Cabang Metro.

Berdasarkan data yang didapat, salah satu jenis tabungan yang ada di BRI Syariah memiliki jumlah peminat yang sedikit. Jenis tabungan tersebut adalah tabungan impian. Hal ini disebabkan Produk dan manfaat dari tabungan impian kurang dikenal oleh masyarakat, terbukti dari 7 calon nasabah yang belum mengetahui kelebihan yang ditawarkan oleh produk ini. Maka dalam hal ini peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam terkait permasalahan yang terjadi.

Kondisi di atas membuat peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai “Meningkatkan Layanan dan Promosi dalam Menarik Minat Calon Nasabah Produk Tabungan Impian di BRI Syariah Kantor Cabang Metro”.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka pertanyaan penelitian pada penelitian ini adalah Bagaimana Meningkatkan layanan dan promosi dalam menarik minat calon nasabah produk tabungan impiandi Bank Bri Syariah Kantor Cabang Metro?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian merupakan suatu kehendak yang ingin dicapai yang dapat memberikan arahan kepada peneliti untuk terus melakukan penelitian dengan baik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Bagaimana Meningkatkan layanan dan promosi dalam menarik minat calon nasabah produk tabungan impian di Bank Bri Syariah Kantor Cabang Metro.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian diharapkan mampu menghasilkan sesuatu yang bermanfaat. Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini.

a. Secara Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan dapat menjadi bahan acuan khususnya di bank BRI Syariah Kantor Cabang Metro untuk meningkatkan layanan dan promosi mendatang dalam menarik minat calon nasabah produk tabungan impian di Bank Bri Syariah Kantor Cabang Metro.

b. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan menambah wawasan keilmuan bagi pembaca tentang meningkatkan layanan dan promosi dalam menarik minat calon nasabah produk tabungan impian di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Metro. Serta dapat menjadi referensi literatur penelitian selanjutnya.

D. Penelitian Relevan

Peran penelitian sebelumnya bertujuan menentukan keaslian penelitian tersebut. Dengan ini peneliti akan mencoba untuk membedakan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya¹¹.

1. STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN IMPIAN DAN UPAYA PENINGKATAN NASABAH DI PT BRI SYARIAH KCP METRO, penelitian ini dilakukan oleh Danes Mahendra Edo Fadli, Jurusan

¹¹Pedoman Penulisan Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Metro, 2018, 30.

S1- Perbankan Syariah,pada Tahun 2019.¹² Berdasarkan uraian di atas, diketahui bahwa penelitian yang dilakukan oleh peneliti memiliki kajian yang berbeda yaitu tujuan penelitian. Tujuan penelitian yang dilakukan oleh Danes Mahendra Edo Fadli adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan pada PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Metro dalam meningkatkan minat nasabah pada Tabungan Impian. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk Meningkatkan layanan dan promosi dalam menarik minat calon nasabah produk tabungan impian di Bank Bri Syariah Kantor Cabang Metro.

2. ANALISIS SWOT PADA PRODUK TABUNGAN IMPIAN DI BANK RAKYAT INDONESIA SYARIAH WELER,penelitian ini dilakukan oleh Fajar Amanah , Jurusan Ekonomi Islam,pada Tahun 2016.¹³ Berdasarkan uraian di atas, diketahui bahwa penelitian yang dilakukan oleh peneliti memiliki kajian yang berbeda yaitu tujuan penelitian. Tujuan penelitian yang dilakukan oleh Fajar Amanah adalah untuk mengetahui SWOT produk Tabungan Impian di BRI Syariah Weleri dan Untuk mengetahui strategi pemasaran Tabungan Impian di BRI Syariah weleri. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk Meningkatkan

¹²Danes Mahendra Edo Fadli, Skripsi, "*STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN IMPIAN DAN UPAYA PENINGKATAN NASABAH DI PT BRI SYARIAH KCP METRO*",(S1-Perbankan Syariah IAIN Metro pada Tahun 2019) dikutip: <https://repository.metrouniv.ac.id/eprint/2161/1/DANES%20MAHENDRA%20EDO%20FADLI%20NPM.1502100019%20-%20Perpustakaan%20IAIN%20Metro.pdf> diakses pada tanggal 27 september 2020.

¹³Fajar Amanah,skripsi,"*ANALISIS SWOT PADA PRODUK TABUNGAN IMPIAN DI BANK RAKYAT INDONESIA SYARIAH WELERI*, (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Wali Songo Islam, pada Tahun 2016)dikutip: <http://eprints.walisongo.ac.id/6371/1/132503134.pdf> diakses pada tanggal 27 september 2020.

layanan dan promosi dalam menarik minat calon nasabah produk tabungan impian di Bank Bri Syariah Kantor Cabang Metro.

3. ANALISIS STRATEGI PEMASARAN 4P TERHADAP PRODUK TABUNGAN IMPIAN DI PT. BRI SYARIAH CABANG BANDA ACEH, Penelitian ini dilakukan oleh Siska Mona Sari, pada Tahun 2019.¹⁴
- Berdasarkan uraian di atas, diketahui bahwa penelitian yang dilakukan oleh peneliti memiliki kajian yang berbeda yaitu tujuan penelitian. Tujuan penelitian yang dilakukan oleh Siska Mona Sari adalah untuk mengetahui Strategi Pemasaran 4P terhadap Produk Tabungan Impian di PT. BRI Syariah Cabang Banda Aceh. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk Meningkatkan layanan dan promosi dalam menarik minat calon nasabah produk tabungan impian di Bank Bri Syariah Kantor Cabang Metro.

Berdasarkan skripsi yang penulis ajukan dengan judul Meningkatkan layanan dan promosi dalam menarik minat calon nasabah produk tabungan impian di bank BRI Syariah Kantor Cabang Metro. Peneliti merupakan instrumen kunci penelitian dengan jenis penelitian kualitatif lapangan yang mencari sumber data yang banyak dikemukakan melalui wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hal ini peneliti melakukan tinjauan langsung dilapangan, diharap mampu mengetahui sebenarnya layanan dan promosi

¹⁴Siska Monika Sari, Skripsi, "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN 4P TERHADAP PRODUK TABUNGAN IMPIAN DI PT. BRI SYARIAH CABANG BANDA ACEH", (PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH, pdateahun2019)dikutip: https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/9749/1/SKRIPSI_SISKA%20MONA%20SARI.pdf diakses pada tanggal 27 September 2020.

dalam menarik minat calon nasabah produk tabungan impian di BRI Syariah Kantor Cabang Metro. Dengan demikian dapat ditegaskan bahwa proposal yang berjudul Meningkatkan layanan dan promosi dalam menarik minat calon nasabah produk tabungan impian di bank BRI Syariah Kantor Cabang Metro sepengetahuan peneliti belum pernah diteliti sebelumnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kualitas Layanan

1. Pengertian Kualitas Layanan

Menurut Syafrizal dalam jurnal Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan, kualitas pelayanan merupakan penyampaian secara *excellent* atau superior pelayanan yang ditujukan untuk memuaskan pelanggan sesuai dengan persepsi dan harapannya. Kepuasan pelanggan akan tercapai bila kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan sama dengan jasa yang diharapkan, dalam arti kesenjangan yang terjadi adalah kecil atau masih dalam batas toleransi. Menurut Kasmir, kualitas pelayanan merupakan tindakan seseorang pihak lain melalui penyajian produk atau jasa sesuai selera, harapan, dan kebutuhan konsumen. Menurut Simamora, kualitas layanan adalah pernyataan perasaan dengan membandingkan antara harapan terhadap produk dan kenyataan yang dialami oleh seorang pelanggan.¹ Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah penilaian pelanggan terhadap jasa atau produk yang ditawarkan oleh perusahaan dengan membandingkan antara harapan terhadap produk dan kenyataan yang ia terima. Kualitas layanan dianggap baik ketika layanan yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan harapannya.

¹Eswika Nilasari & Istiatin Jurnal Paradigma Vol. 13, No. 01, Februari – Juli 2015, PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA DEALER PT. RAMAYANA MOTOR SUKOHARJO, ISSN: 1693-0827 h.4

Usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan dan keinginan pelanggan adalah dengan meningkatkan nilai produk dan pelayanan yang diberikan. Dalam bidang perbankan, perusahaan dapat menawarkan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah, meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan pelayanan dalam rangka memenuhi harapan nasabah tersebut. Bank perlu merencanakan dan memberikan pelayanan maksimal untuk mendapatkan penilaian baik dari para nasabah. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Rambat Lupiyoadi, untuk mengevaluasi kualitas pelayanan umumnya menggunakan 5 dimensi yaitu:

1. Hubungan *Tangible* dengan minat menabung dengan mendatangi ke bank. Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Hal ini meliputi fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan yang digunakan, yang meliputi (gedung, dan lain-lain), serta penampilan pegawainya.
2. Hubungan *Reliability* dengan kepercayaan (*Trust*) bank menurut Tjiptono dan Chandra, yaitu berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai waktu yang disepakati.
3. Hubungan *Responsiveness* dengan kemauan untuk memahami produk yang ditawarkan. Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan/nasabah dan merespons

permintaan nasabah, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. Menurut Kotler, kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan.

4. Hubungan *Emphaty* dengan pencarian informasi yang diberikan oleh bank. Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.
5. Hubungan *Assurance* dengan kepercayaan (*Trust*) dan reputasi bank. menurut Tjiptono dan Chandra, bahwa jaminan (*Assurance*) yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para nasabahnya.²

Selain itu kualitas pelayanan juga memiliki hubungan yang erat dengan keputusan nasabah menyimpan dananya di bank. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan bank dalam jangka panjang, hal ini memungkinkan bank untuk memahami dengan seksama harapan nasabah serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, bank dapat meningkatkan nilai simpanan Nasabah di bank dengan memaksimumkan pengalaman Nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan.

²Dedy Trisnadi, Ngadino Surip, *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali di Cimb Niaga*, Jurnal MIX, Volume 6 No. 3, Oktober 2013

2. Tujuan dan Fungsi Pelayanan

Tujuan pelayanan adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Tujuan pelayanan menurut Daryanto dan Ismanto Setyobudi antara lain:

- a. Untuk memberikan pelayanan yang bermutu tinggi kepada pelanggan.
- b. Untuk menimbulkan keputusan dari pihak pelanggan agar segera memiliki barang atau jasa yang ditawarkan pada saat itu juga.
- c. Untuk menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan.
- d. Untuk menghindari tuntutan-tuntutan yang tidak perlu dikemudian hari.
- e. Untuk menciptakan kepuasan dan kepercayaan kepada pelanggan.
- f. Untuk menjaga agar pelanggan merasa diperhatikan segala kebutuhannya.
- g. Untuk mempertahankan pelanggan.³

3. Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Layanan

Setiap perusahaan harus mampu memahami dan mengantisipasi beberapa faktor potensial yang bisa menyebabkan buruknya kualitas layanan, diantaranya⁴:

- a. Kelemahan yang terdapat pada karyawan layanan, seperti:
 - 1) Tidak terampil dalam melayani pelanggan.

³Daryanto dan Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Jogjakarta: Gava Media, 2014), 1

⁴ Fandy Tjiptono, Ph.D, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* Edisi 3, (Yogyakarta: Andi, 2017), hlm. 160-164

- 2) Cara berpakaian karyawan kurang sesuai dengan konteks.
- 3) Tutur kata karyawan kurang sopan atau bahkan menyebalkan.
- 4) Bau badan karyawan mengganggu kenyamanan pelanggan.
- 5) Karyawan selalu cemberut atau pasang tampang angker.

b. Intensitas tenaga kerja yang tinggi

Keterlibatan karyawan secara intensif dalam penyampaian layanan dapat pula menimbulkan masalah kualitas, yaitu berupa tingginya variabilitas layanan yang dihasilkan. Faktor-faktor yang bisa mempengaruhinya antara lain:

- 1) Upah rendah.
- 2) Pelatihan yang kurang memadai atau bahkan tidak sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
- 3) Tingkat perputaran karyawan terlalu tinggi.
- 4) Motivasi kerja karyawan rendah, dan lain-lain.

c. Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai

Karyawan *front-line* merupakan ujung tombak sistem penyampaian layanan. Mereka adalah wajah atau cerminan jasa organisasi/perusahaan yang dipersepsikan konsumen. Agar para karyawan *front-line* mampu melayani pelanggan secara efektif, mereka membutuhkan dukungan dari fungsi-fungsi utama manajemen (operasional, pemasaran, keuangan, dan SDM). Dukungan tersebut bisa berupa peralatan, pelatihan keterampilan, maupun informasi seperti prosedur operasional, dan lain sebagainya.

d. Gagap komunikasi

Komunikasi merupakan faktor esensial dalam menjalankan kontak dan relasi dengan pelanggan. Bila terjadi gap komunikasi, maka bisa timbul penilaian atau persepsi negatif terhadap kualitas layanan. Gap komunikasi bisa berupa:

- 1) Penyedia layanan memberikan janji berlebihan, sehingga tidak mampu memenuhinya.
- 2) Penyedia layanan tidak bisa selalu menyajikan informasi terbaru kepada para pelanggan, misalnya yang berkaitan dengan perubahan prosedur/aturan, perubahan harga, dan lain-lain.
- 3) Pesan komunikasi penyedia layanan tidak dipahami pelanggan.
- 4) Penyedia layanan tidak memperhatikan atau tidak segera menindaklanjuti keluhan dan atau saran pelanggan.

e. Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama

Pelanggan merupakan individu dengan berbagai preferensi, perasaan, dan emosi yang berbeda-beda. Dalam hal ini interaksi dengan penyedia layanan, tidak semua pelanggan bersedia menerima layanan yang seragam (*standardized services*). Sering terjadi ada pelanggan yang menginginkan atau bahkan menuntut layanan yang sifatnya personal dan berbeda dengan pelanggan lain.

f. Perluasan atau pengembangan layanan secara berlebihan

Di satu sisi, mengintroduksi layanan baru atau menyempurnakan layanan lama dapat meningkatkan peluang

pertumbuhan bisnis dan menghindari terjadinya layanan yang buruk. Di sisi lain, bila terlampau banyak layanan baru dan tambahan terhadap layanan yang sudah ada, hasil yang didapatkan belum tentu optimal, bahkan tidak menutup kemungkinan timbul masalah-masalah seputar standar kualitas layanan.

g. Visi bisnis jangka pendek

Visi bisnis jangka pendek (misalnya, orientasi pada pencapaian target penjualan dan laba tahunan, penghematan biaya sebesar-besarnya, peningkatan produktivitas tahunan, dan lain-lain) bisa merusak kualitas layanan yang sedang dibentuk untuk jangka panjang. Sebagai contoh, kebijakan sebuah bank untuk menekan biaya dengan cara menutup sebagian kantor cabangnya akan mengurangi tingkat akses bagi para nasabahnya, yang pada gilirannya bisa menimbulkan ketidakpuasan pelanggan dan persepsi negatif terhadap kualitas layanan bank yang bersangkutan.

4. Keuntungan Bank Dengan Kualitas Pelayanan Baik

Kualitas layanan yang baik mampu menciptakan kepuasan nasabah yang dapat dijadikan sarana untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Hal tersebut ditunjukkan dalam penelitian Zeithaml, dimana dalam penelitian tersebut peneliti menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai dampak yang sangat kuat terhadap perilaku konsumen seperti loyalitas terhadap produk perusahaan sebagai bagian dari rasa puas serta adanya kemauan untuk

membayar lebih dan keengganan untuk berpindah ke produk lain.⁵ Pelayanan yang baik tentu akan memberikan hal yang baik pula untuk perusahaan. Ketika kualitas pelayanan bank dikatakan baik atau positif, maka bank akan mendapatkan keuntungan, diantaranya:

- a. Nasabah akan setia kepada bank. Karena nasabah telah menilai bahwa pelayanan bank sangat baik, sehingga nasabah akan menjadi nasabah tetap bagi bank tersebut.
- b. Nasabah bisa menjadi media iklan gratis. Karena kepuasan nasabah terhadap pelayanan bank, nasabah tersebut bisa saja menyebarkan mengenai hal tersebut (pelayanan) kepada rekan-rekan atau tetangganya sehingga perusahaan bisa menjadi lebih dikenal.
- c. Kelangsungan bisnis jangka panjang terjamin. Dengan semakin banyaknya nasabah tetap, maka bank tidak perlu khawatir tidak akan mendapat nasabah, karena sudah adanya para nasabah tetap tersebut.
- d. Nasabah tidak akan mempermasalahkan mengenai harga. Karena rasa kepercayaan nasabah terhadap bank, maka nasabah tidak akan mempermasalahkan mengenai harga terhadap suatu produk yang ditawarkan oleh bank.
- e. Nasabah merasa puas karena kebutuhannya terpenuhi. Kebutuhan nasabah bukan hanya dari kualitas produk, melainkan juga dari segi kualitas

⁵R Agustinus Anggoro Pribadi, Syuhada Sufian, J. Sugiarto PH, " Strategi Membangun Kualitas Pelayanan Perbankan Untuk Menciptakan Kepuasan Nasabah Berorientasi Loyalitas Pada BRI Cabang Blora dan Unit Online-Nya", JURNAL STUDI MANAJEMEN & ORGANISASI, Volume 4, Nomor 2, Juli, Tahun 2007, 44.

pelayanan bank. Dengan pelayanan yang baik, maka nasabah akan merasa bahwa semua kebutuhannya telah dipenuhi oleh bank.

- f. Nama baik perusahaan meningkat. Hal ini dikarenakan semakin banyaknya nasabah yang merasa puas dan menjadi nasabah setia sehingga nama baik perusahaan pun meningkat di mata semua nasabah bank atau masyarakat.
- g. Unggul dalam persaingan bisnis. Maksudnya unggul disini yaitu bank bisa dikatakan satu langkah didepan bank yang lainnya dalam bersaing, karena nasabah telah mempercayai bank dari segi pelayanan maupun kualitas produk bank tersebut.

B. Promosi

1. Pengertian Promosi

Menurut Kismono promosi adalah usaha yang dilakukan pemasar untuk mempengaruhi pihak lain agar berpartisipasi dalam kegiatan pertukaran. Menurut Tjiptono mendefinisikan promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang bermaksud menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.⁶ Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa promosi adalah suatu kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan dengan menyebarkan

⁶G. M. Wariki., L. Mananeke., Tawas., Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado, Jurnal EMBA 1075 Vol.3 No.2 Juni 2015, ISSN 2303-1174, Hal. 1073-1085

informasi dan memengaruhi target pasar agar menerima, membeli serta loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan.

2. Indikator Pengukuran Promosi

Promosi didefinisikan sebagai persepsi nasabah terhadap kegiatan yang dilakukan bank untuk mempengaruhi nasabah dalam menciptakan permintaan atas suatu produk/jasa. Variable promosi dapat diukur dengan indikator⁷ :

a. Daya tarik promosi

Persepsi konsumen terhadap promosi produk yang menarik perhatian.

b. Keragaman media

Persepsi konsumen terhadap keragaman media yang digunakan untuk promosi meliputi iklan di media cetak dan elektronik, serta yang memberikan pelayanan masyarakat.

c. Efektifitas promosi

Persepsi konsumen terhadap efektifitas dari promosi produk.

d. Pesan iklan

Persepsi konsumen terhadap iklan media yang sesuai dengan produk.

Dalam usaha mendapatkan nasabah promosi sangat diperlukan.

Ada beberapa faktor yang mendukung kegiatan promosi. Bukan hanya itu saja, kelancaran kegiatan promosi juga dipengaruhi oleh adanya tujuan yang jelas dari kegiatan promosi yang akan dilakukan. Promosi berkaitan

⁷Vania Senggetang, Silvy L.M andey, Silcyjeova M oniharopon, *PENGARUH LOKASI, PROMOSI, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP PEMBELIAN KONSUMEN PADA PERUMAHAN KAWANUA EMERALD CITY MANADO* Jurnal EMBA Vol.7 No.1 Januari 2019, ISSN 2303-1174, Hal. 881-890

dengan aktivitas mempengaruhi tingkah laku pembeli. Kegiatan promosi bertujuan untuk meningkatkan nasabah, karena melalui promosi nasabah dapat mengetahui tentang sifat dan karakteristik produk yang ditawarkan oleh bank. Di samping promosi, bank juga harus menentukan lokasi yang strategis untuk mendirikan kantor cabangnya. Lokasi bank dapat mempengaruhi kelancaran dari usaha, Penentuan lokasi cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Menurut Kashmir Bank yang terletak di lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank.

3. Bentuk-bentuk Promosi

Bentuk promosi yang paling efektif dilakukan saat ini adalah bauran promosi. Berikut beberapa bauran promosi yang digunakan dalam menarik nasabah maupun konsumen:

- a. Periklanan (*Advertising*), yaitu: tersedianya brosur, spanduk dan promosi melalui media sosial.
- b. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), yaitu: karyawan memberikan dorongan untuk menabung serta memberikan hadiah.
- c. Kehumasan (*Public Relations*), yaitu: bank mengikuti pameran dan mengikuti kegiatan amal.
- d. Penjualan pribadi (*Personal Selling*), yaitu: Karyawan bank ramah dan memberikan penjelasan secara rinci.⁸

⁸Fitroh Saibantonol) Rahayu Triastity2) Retno Susanti3) *Pengaruh Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Anggota untuk Menabung (Survei pada Anggota KSPPS Bina Insan Mandiri Cabang Jeruksawit Karanganyar)* Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 18 No. 1 Maret 2018: 55 – 6558

C. Minat Menabung

1. Pengertian Minat Menabung

Minat merupakan keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai tujuan tertentu. Minat adalah rasa suka (senang) dan tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh atau biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa atau produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan “suatu proses pengambilan keputusan atas pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan tersebut diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki.⁹ Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat antara lain:¹⁰

a. Dorongan dari dalam individu

Misal dorongan untuk makan, Dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan, minat produksi makanan dan lain-lain.

⁹Sofyan Assauri, Bank Syariah: Dari teori ke Praktik (Jakarta:Gema Insani, 2001), h.85.

¹⁰Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam), Jakarta: Kencana, 2004, h.264.

b. Motif Sosial

Motif Sosial dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.

c. Faktor Emosional

Minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah *field research* atau penelitian lapangan. Penelitian lapangan yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi untuk menyelidiki gejala objektif yang terjadi di lokasi tersebut.¹ Adapun lokasi penelitian yang akan dilakukan adalah di PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Menurut Husein Umar deskriptif adalah menggambarkan sifat sesuatu yang berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab dari gejala tertentu.² Sedangkan penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang dapat menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.³

Berdasarkan uraian di atas penelitian deskriptif kualitatif adalah sifat penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau menjabarkan tentang suatu kondisi atau situasi, yang penjabarannya tertuang dalam

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R Dan D*, cet. ke-23 (Bandung: Alfabeta, 2010), 240.

²Husein Umr, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo persada, 2009), 342

³Lexy J. Moleong, *Metode penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014), 157

bentuk kalimat bukan angka. Artinya, dalam penelitian ini peneliti berusaha memaparkan atau menguraikan hasil dari pengumpulan data yang berupa gambaran dan keterangan-keterangan mengenai kualitas pelayanan dan promosi pada bank BRI Syariah Kantor Cabang Metro.

B. Sumber Data

Menurut Suharsimi Arikunto disebutkan bahwa yang disebut sumber data adalah subyek darimana data tersebut diperoleh.⁴ Dari pengertian tersebut, maka yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variable minat untuk tujuan spesifik studi.⁵ Dalam penelitian ini, sumber data primer diperoleh secara langsung dari lokasi penelitian, yaitu pimpinan cabang, *manager operasional*, *teller*, *customer service*, dan 10 calon nasabah BRI Syariah mengenai hal-hal yang berkaitan langsung dengan kualitas layanan dan promosi di BRI Syariah Kantor Cabang Metro.

⁴Suharsimi Ari Kunto, *Prosedur Penelitian suatu pendekatan praktik*, (Jakarta: Rineka Citra Cipta, 2010), 172.

⁵Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 129.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data penunjang atau pendukung berupa tulisan yang berkaitan dengan pembahasan penelitian.⁶ data sekunder dalam penelitian ini adalah sumber data dari buku-buku, diantaranya: Syafi'i Antonio, Bank Syariah dari Teori ke Praktik, Cet. 1 (Jakarta: GemaInsani, 2001), Sukanto Reksohadiprodjo, *Manajemen Strategik*, (Yogyakarta: BEFE, 1987), Edisi Pertama, Amin Widjaja Tunggal, *Manajemen Suatu Pengantar*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002), Taufiquokhman, S.sos., M.Si, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama, 2016), Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2017), Daryanto dan Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Jogyakarta: Gava Media, 2014), Fandy Tjiptono, Ph.D, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima Edisi 3*, (Yogyakarta: Andi, 2017), Danang Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CAPS, 2014), Dan dokumen-dokumen BRI Syariah Kantor Cabang Metro yang berkaitan dan ada relevansinya dengan skripsi ini.

⁶*Ibid*, 130

C. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan secara langsung di BRI Syariah Kantor Cabang Metro dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan dokumentasi.

1. Wawancara

Wawancara adalah alat pengumpul informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula. Wawancara yang dimaksud disini adalah teknik untuk mengumpulkan data yang akurat untuk keperluan proses pemecahan masalah tertentu, yang sesuai dengan data.⁷

Penelitian ini menggunakan wawancara campuran yaitu gabungan dari wawancara berstruktur dan wawancara tidak berstruktur. Pada wawancara ini peneliti membawa sederet pertanyaan, namun pada saat wawancara peneliti dapat mengembangkan pertanyaan lagi. Dalam hal ini wawancara secara langsung kepada bapak M Shofa selaku pimpinan cabang, bapak Eka Sigit Prasetyo selaku *Branch Operational Supervisor*, Arbi selaku *Customer Service* dan wawancara dengan AP, NA, KY, VK, LN, DP, RP, AF, TA, WS selaku calon nasabah BRI Syariah mengenai hal-hal yang berkaitan langsung dengan kualitas layanan dan promosi tabungan impian di BRI Syariah Kantor Cabang Metro.

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan, peneliti melakukan wawancara dengan menggunakan teknik *snowball sampling*.

⁷Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009), 51

Snowball samping adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar.⁸

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah pengumpulan data yang bersumber dari tulisan. Dokumentasi adalah mencari data-data mengenai hal-hal atau variable yang berupa transkrip, catatan, buku, hasil penelitian dan lain-lain. Dokumentasi digunakan untuk mengungkap kembali jika diperlukan untuk keperluan analisa atau pembandingan lainnya.⁹

Metode dokumentasi ini peneliti lakukan untuk mengetahui tentang sejarah berdirinya BRI Syariah baik dari Internet maupun lembaga BRI Syariah sendiri, Struktur Organisasi BRI Syariah, Visi dan Misi, peraturan serta kebijakan BRI Syariah Kantor Cabang Metro.

D. Teknik Analisa Data

Setelah mengumpulkan data yang dibutuhkan langkah selanjutnya yang dilakukan adalah mengolah data-data yang ada. Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, menemukan pola, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.¹⁰

⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research), dan Penelitian Evaluasi*, (Bandung: Alfabeta CV, 2013), H.157

⁹*Ibid.*, 120

¹⁰Abdurrahman Fathoni, *Metode Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2011).h.113

Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan metode kualitatif yakni dengan mulai menelaah seluruh data yang terkumpul dari berbagai sumber, wawancara, observasi dan dokumentasi yang telah ditulis dalam catatan lapangan, dokumen pribadi dan resmi, dan sebagainya.¹¹ Dianalisa secara kualitatif yaitu hasil jawaban responden dideskripsikan dalam suatu penjelasan dalam bentuk kalimat. Analisis deskriptif kualitatif biasanya bersifat penilaian, analisis verbal non angka, dan menjelaskan lebih jauh dari yang memperoleh panca indra.¹² Data yang telah terkumpul dianalisis secara induktif dan berlangsung selama pengumpulan data di lapangan secara terus menerus. Analisis data yang dilakukan meliputi: mereduksi data, menyajikan data, display data, menarik kesimpulan, dan melaksanakan verifikasi.¹³ Untuk mendukung analisa tersebut, peneliti menggunakan metode berfikir induktif, yaitu berangkat dari data khusus dan fakta empiris di lapangan kemudian menarik sebuah kesimpulan umum mengenai meningkatkan layanan dan promosi dalam menarik calon nasabah produk tabungan impian di Bank BRI Syariah kantor Cabang Metro.

¹¹Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian*, 248

¹²Suharsini Ari, *Prosedur Penelitian*, 282

¹³Uhar Suharaputra, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Tindakan*, (Bandung: Rafika Aditama, 2012), 216.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Profil PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro

1. Sejarah dan Perkembangan PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro

Berawal dari akusisi Bank Rakyat Indonesia terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya o.10/67/KEP.GBI/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT BRI Syariah secara resmi beroperasi. Aktivitas PT. Bank BRI Syariah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., untuk melebur ke dalam PT. Bank BRI Syariah (proses *spin off*) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT. Bank BRI Syariah¹.

Kemudian PT. BRI Syariah merubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dua tahun lebih PT. BRI Syariah hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai dengan kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melayani

¹Dokumentasi berupa website dari www.brisyariah.co.id, diakses pada hari Minggu, 25 Januari 2021, pukul 20.15 WIB.

nasabah dengan pelayanan prima (*service excellence*) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan syariah.

PT. BRI Syariah menjadi bank syariah ketiga terbesar. berdasarkan aset. PT. BRI Syariah tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, PT. BRI Syariah menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan.

Sesuai dengan visinya, saat ini PT. BRI Syariah merintis sinergi dengan PT. Bank Rakyat Indonesia, dengan memanfaatkan jaringan kerja sebagai kantor layanan syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumen berdasarkan prinsip syariah. Dalam mengembangkan bisnis, PT. BRI Syariah membuka kantor cabang di Metro Provinsi Lampung yang berdiri sejak 15 November 2010, operasional PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro beralamatkan di Jl. AH. Nasution No.186, Yosorejo, Kec. Metro Timur, Kota Metro, Lampung².

2. Visi dan Misi PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro

Visi BRI Syariah :

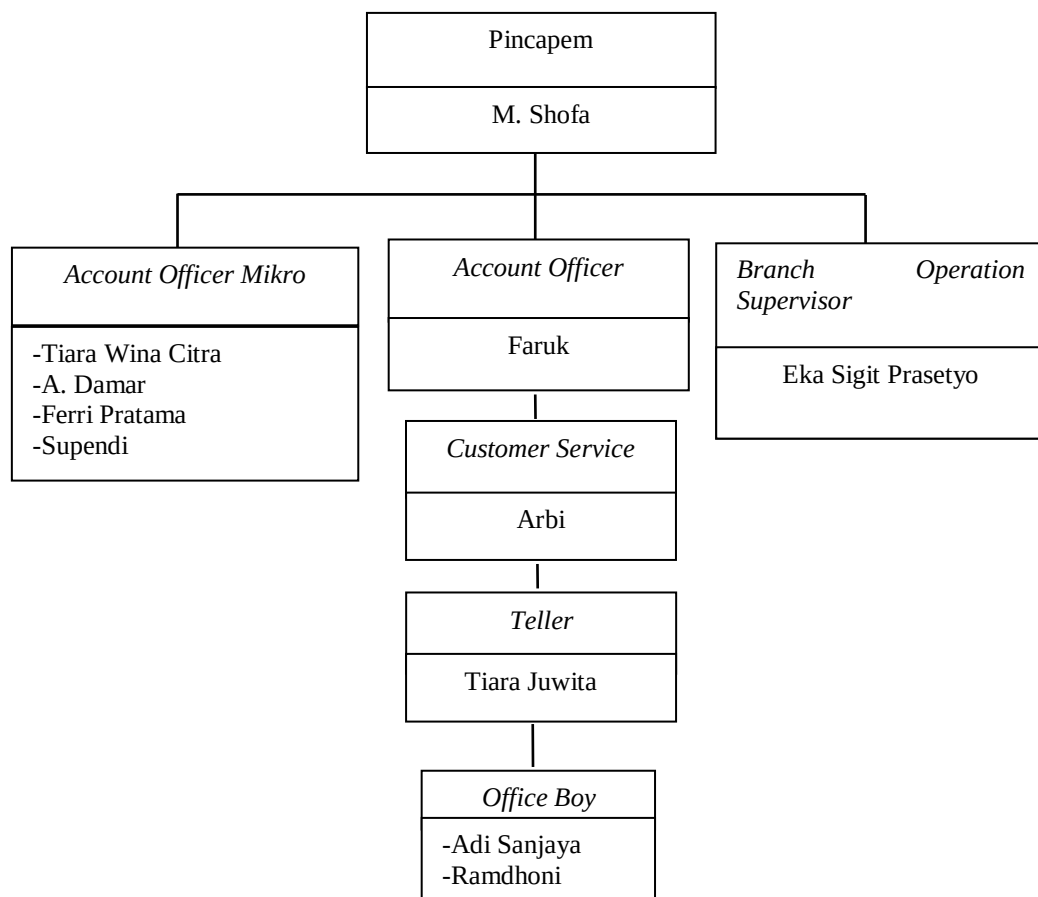
Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai dengan kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

²Hasil wawancara dengan *Branch Operating Supervisor (BOS)* PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro pada tanggal 20 Januari 2021 pukul 09.00 WIB.

Misi BRI Syariah :

- a. Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragama kebutuhan finansial nasabah.
- b. Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syaria`h.
- c. Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapanpun dan dimanapun.
- d. Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketentraman pikiran.

3. Struktur organisasi PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro



PT BRI Syariah Kantor Cabang Metro memiliki *job description* yang sama dengan bank syariah pada umumnya. Adapun *job description* tiap-tiap karyawan diantaranya³ :

a. Kepala Cabang Pembantu

Merencanakan, mengkoordinir seluruh kegiatan kantor cabang yang meliputi kegiatan pemasaran dan operasional untuk menjamin tercapainya target yang ditetapkan secara efektif dan efisien untuk bank.

b. *Branch Operational Supervisor*

Mengkoordinir pelaksanaan operasional bank untuk mendukung pertumbuhan bisnis dengan cara memberikan *service* dan layanan terbaik sehingga transaksi dari nasabah di kantor cabang dapat terlaksanakan dengan baik.

c. *Unit Head*

- 1) Memonitoring dalam proses pencairan maupun penagihan semua *account officer micro* dibawahnya.
- 2) Melakukan evaluasi terhadap *account officer micro* dalam proses pencairan maupun penagihan.
- 3) Membuat laporan *hot prospect* untuk dilaporkan kepada kantor cabang.
- 4) Berhak menegur *account officer micro* dibawahnya apabila target kurang dari 80%.

³ Hasil wawancara dengan *Branch Operating Supervisor (BOS)* PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro pada tanggal 20 Januari 2021 pukul 09.00 WIB

- 5) Berhak memberikan surat peringatan terhadap *account officer micro* dibawahnya apabila dalam tiga bulan berturut-turut tidak ada pencairan sama sekali.

d. *Account Officer Micro* dan *Account Officer Macro*

- 1) Melakukan kegiatan pemasaran pembiayaan dan pemrosesan paket pembiayaan sesuai segmen pembiayaan yang dikelolanya serta tugas dan tanggung jawabnya untuk mendapatkan portofolio pembiayaan yang sehat dan menguntungkan serta bertanggung jawab terhadap pencapaian kinerja yang diberikan perusahaan.
- 2) Menyusun rencana pemasaran tahunan pembiayaan atas sektor yang dikelolanya serta menegosiasikan dengan marketing manajer dan pimpinan cabang.
- 3) Menyusun rencana kerja bulanan berdasarkan rencana pemasaran tahunan yang telah ditetapkan oleh atasannya sebagai pedoman kerja.
- 4) Membuat rencana kunjungan mingguan yang menuju pada tercapainya target pemasaran mingguan, bulanan, dan tahunan guna memonitoring hasil kerja.
- 5) Mengelola tingkat kesehatan pembiayaan nasabah binaan yang menjadi tanggung jawabnya.
- 6) Memproses pembiayaan baru dan perpanjangan sesuai kewenangan yang dimiliki.

- 7) Melakukan kunjungan dalam rangka pembinaan pembiayaan kepada nasabah BRI Syariah.
- 8) Menangani keluhan dan permasalahan debitur sesuai kode etik BRI Syariah.
- 9) Melaksanakan tindak lanjut audit sesuai dengan bidang tugasnya.

e. *Customer Service*

- 1) Memberikan informasi baik produk maupun layanannya yang dibutuhkan oleh nasabah atau calon nasabah.
- 2) Melayani nasabah dalam pembukaan dan penutupan rekening serta transaksi lainnya sesuai aturan dan SLA (*Service Level Agreement*) yang ditetapkan untuk mencapai *service excellent*.

f. *Teller*

- 1) menerima setoran dari nasabah baik tunai ataupun non, kemudian memposting disistem komputer bank secara akurat dan tepat waktu.
- 2) Sebagai narasumber dalam layanan operasi tunai dan non tunai merupakan kewenangan dan tanggung jawabnya.

g. *Security*

- 1) Bertanggung jawab dalam mengawasi dan menjaga keamanan dari kegiatan operasional kantor.
- 2) Mengawal penyetoran dan pengambilan uang dari kantor cabang ke kantor cabang pembantu.

- 3) Selalu waspada terhadap kemungkinan terjadinya kejahatan yang dapat mengganggu kegiatan operasional.
- 4) Membantu mengontrol semua peralatan yang ada di kantor dan membantu melindungi asset kantor.

h. *Office Boy*

- 1) Bertanggung jawab dalam menjaga kebersihan kantor secara keseluruhan.
- 2) Membantu penyimpanan segala arsip dan dokumen penting nasabah.
- 3) Sewaktu-waktu bila dibutuhkan sebagai pengganti atau menggantikan *security* dibagian operasional apabila *security* sedang tidak berada di tempat.⁴

4. Tabungan Impian BRI Syariah

Adalah produk tabungan berjangka dari BRI Syariah dengan prinsip bagi hasil menggunakan akad *mudharabah mutlaqah* yang dirancang untuk nasabah perorangan yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabahnya (kurban, pendidikan, liburan, dan belanja) dengan terencana memakai mekanisme *auto debet* setoran rutin bulanan serta pengelolaan dana sesuai syariah yang dilindungi asuransi jiwa.⁵

⁴Hasil wawancara dengan *Branch Operating Supervisor (BOS)* PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro pada tanggal 20 Januari 2021 pukul 09.00 WIB

⁵Hasil wawancara dengan *Customer Service (CS)* PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro pada tanggal 20 Januari 2021 pukul 09.00 WIB

Fasilitas dan Keunggulan	1. Mendapatkan buku tabungan dan sertifikat asuransi. 2. Gratis asuransi hingga Rp 750.000.000,-
Syarat dan Ketentuan	1. Melampirkan fotokopi KTP. 2. NIK terdaftar di dukcapil 3. Memiliki produk tabungan faedah BRI Syariah Ib sebagai rekening induk. 4. Usia min 17 dan maksimal 60 5. Usia saat jatuh tempo maksimal 65
Fitur dan Biaya	1. Setoran awal minimum Rp 50.000,- 2. Setoran rutin bulanan minimum Rp 50.000,- dan kelipatannya. 3. Biaya administrasi sebelum jatuh tempo Rp 50.000,- 4. Jangka waktu 12 sampai 240 bulan atau hingga usia penabung saat jatuh tempo maksimal 65 tahun. 5. Tidak memerlukan tes kesehatan 6. Setoran auto debet dari rekening BRI syariah. 7. Mendapat buku tabungan untuk melihat perkembangan dana. 8. Mendapat sertifikat asuransi sebagai kepemilikan produk.

	9. Bebas memilih jangka waktu pengebetan. 10. Dapat melakukan setoran non rutin 11. Bagi hasil menarik 12. Gratis biaya premi asuransi otomatis dilindungi asuransi jiwa. 13. Gratis biaya administrasi dan biaya setoran bulanan.
--	---

a. Manfaat Asuransi

Jumlah manfaat asuransi yang diberikan secara sekaligus sebesar akumulasi sisa setoran rutin bulanan yang belum dibayarkan hingga jatuh tempo, maksimum Rp 750.000.000,-per Nasabah jika:

- 1) Tahun pertama kepesertaan, jumlah manfaat asuransi diberikan jika Nasabah meninggal karena kecelakaan.
- 2) Pada tahun kedua atau selanjutnya kepesertaan, jumlah manfaat asuransi diberikan jika Nasabah meninggal karena kecelakaan maupun bukan karena kecelakaan.

Santunan Uang Duka jika Nasabah meninggal dunia karena kecelakaan, maka jumlah manfaat asuransi yang diberikan ⁶:

- a) Jika jangka waktu tabungan 1 tahun sampai 5 tahun, sebesar 5X setoran rutin bulanan, maksimum Rp 25.000.000,-

⁶ Hasil wawancara dengan *Account Officer (AO)* PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro pada tanggal 20 Januari 2021 pukul 09.00 WIB

- b) Jika jangka waktu tabungan 6 tahun sampai 10 tahun, sebesar 10X setoran rutin bulanan, maksimum Rp 50.000.000,-
- c) Jika jangka waktu tabungan 11 tahun sampai 20 tahun, sebesar 20X setoran rutin bulanan, maksimum Rp 100.000.000,-

B. Upaya meningkatkan Kualitas Layanan dan Promosi dalam Menarik Minat Calon Nasabah Produk Tabungan Impian PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro

PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Lampung Metro telah melakukan berbagai macam kegiatan untuk meningkatkan layanan dan promosi dalam menarik minat calon nasabah terhadap Tabungan Impian yaitu dengan melakukan Promosi secara luas, Berbagai upaya yang dilakukan oleh PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro agar Produk Tabungan Impian BRI Syariah dapat dikenal oleh masyarakat luas adalah sebagai berikut:

1. Periklanan (*Advertising*)

PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro melakukan kegiatan periklanan untuk memberikan informasi mengenai produk PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro, membujuk nasabah untuk menggunakan produk-produk PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro dan mengingatkan nasabah terhadap produk-produk PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro. Hal ini dinilai tepat karena PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro menetapkan tujuan iklan sesuai dengan kebutuhannya, yaitu:

- a. Iklan sebagai pemberi petunjuk informasi (*informative advertising*), digunakan pada saat bank meluncurkan produk baru, dengan maksud

menginformasikan keberadaan produk kepada konsumen. Misalnya spanduk dan *banner* yang dipasang di depan kantor PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro

- b. Iklan sebagai pembujuk (*persuasive advertising*), digunakan bank untuk membujuk konsumen agar tertarik atau membujuk untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Pada saat bank dalam tahap persaingan sehingga perusahaan melakukan suatu kesungguhan terhadap produknya. Misalnya iklan yang ditampilkan pada situs website PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro.
- c. Iklan sebagai pengingat (*reminder advertising*), digunakan untuk mengingatkan kembali keberadaan PT. BRI Syariah serta produk-produknya kepada konsumen sehingga mendorong pemakaian produk lebih tinggi. Misalnya iklan yang ditampilkan pada situs website PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro dan iklan di media sosial seperti instagram, facebook, dan twitter, maupun cetak lainnya, seperti melalui surat kabar, dan majalah-majalah bisnis.

2. Penjualan Pribadi (*Personal selling*)

PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro juga melakukan promosi secara *personal selling*, yang meliputi presentasi, penawaran produk dan teknik negosiasi yang dilakukan setiap marketing secara perorangan. Kegiatan *personal selling* dilakukan oleh karyawan PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro, khususnya *Customer Service* dan *Account Officer Micro*. *Customer service* PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro melayani

masyarakat yang datang ke bank. *Customer service* akan menjelaskan kepada calon nasabah mengenai keunggulan dan manfaat produk Tabungan Impian BRI Syariah. Masyarakat yang dengan sendirinya datang ke PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro untuk mendapatkan informasi, secara tidak langsung telah mempercayai PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro sebagai bank pilihannya dibandingkan bank lain. Setelah mendapatkan penjelasan melalui *Customer Service*, diharapkan masyarakat semakin yakin dan percaya kepada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro. *Personal selling* yang dilakukan oleh *Account Officer Micro* biasanya dilakukan pada saat Grebek Pasar dan *Open Table*.

a. Grebek Pasar

Pasar sebagai tempat lokasi untuk mempromosikan produk tabungan impian BRI Syariah, yang mana salah satu sasarannya adalah para pedagang pasar yang banyak kemungkinan mempunyai pendapatan di bawah rata-rata. *Sales operational* membuka grebek pasar guna membantu operasional terutama dalam hal meningkatkan pelayanan kepada nasabah produk tabungan impian BRI Syariah tanpa harus pergi ke kantor cabang pembantu di Jalan AH. Nasution No. 186, Yosorejo, Kec. Metro Timur, Kota Metro, Lampung. Grebek pasar merupakan kegiatan mencari nasabah dengan mengunjungi pasar-pasar yang ada di seputaran Kota Metro. Dalam prosesnya, para karyawan PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro menawarkan produk Tabungan Impian kepada masyarakat khususnya kepada para pedagang, dengan memberikan

informasi seputar produk dan memberikan selebaran kertas yang berisi informasi tentang produk Tabungan Impian. Beberapa pasar yang menjadi tujuan dalam kegiatan grebek pasar ini yaitu pasar Kota Metro, pasar punggur, pasar pekalongan dan pasar kopindo. PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro melakukan kegiatan grebek pasar guna meningkatkan jumlah nasabahnya. Selain itu, diharapkan dengan kedatangan secara langsung pihak bank ke pasar, akan membuat masyarakat semakin terbantu, karena masyarakat yang sehari-hari sibuk dengan kegiatan di pasar, sangat sulit untuk menyempatkan diri ke bank.

b. *Open Table*

Pelaksanaan kegiatan promosi seperti *open table*, dimana PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro membuka stand pada tempat yang dinilai dapat menarik minat masyarakat untuk membuka produk Tabungan Impian BRI Syariah iB seperti di taman Merdeka Metro. *Open table* diisi juga dengan beberapa edukasi seperti, penyuluhan mengenai Bank Syariah dan larangan riba. Pada kegiatan *open table*, seluruh karyawan yang bersangkutan dalam hal ini karyawan PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro diharuskan dapat berkomunikasi secara langsung kepada masyarakat untuk membuka Tabungan Impian BRI Syariah. Penyampaian pesan yang santun dan tidak terkesan memaksa, serta memberikan sedikit penjelasan mengenai bank berbasis syariah dianggap akan lebih mengena dihati masyarakat.

Selain itu yang digunakan oleh PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro yaitu dengan metode bebas (*free*). *Free* yang dimaksud disini yaitu mengenai kelebihan Tabungan Impian BRI Syariah yang murah jika dibandingkan dengan Bank Umum Syariah yang lain, diantaranya:

1) Gratis biaya administrasi bulanan

Tabungan Biasanya setiap tabungan di bank-bank lain pasti akan dikenakan biaya administrasi bulanan, jadi uang yang kita tabung akan dipotong berapa persen untuk biaya administrasi. Berbeda dengan Tabungan Impian BRI Syariah, tabungan ini tidak memungut biaya untuk kebutuhan administrasi, sehingga uang yang kita tabung tidak berkurang.

2) Gratis biaya autodebet setoran rutin setiap bulan dan premi asuransi

Tabungan Impian BRI Syariah juga membebaskan adanya biaya autodebet setoran rutin setiap bulan dan gratis biaya premi asuransi. Hal ini diharapkan dapat memberikan rasa nyaman terhadap nasabahnya, terlebih lagi dengan adanya asuransi, diharapkan nasabah dapat dengan tenang dan merasa aman terhadap uang yang ditabungkan pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro.

Berbagai cara diatas, diharapkan masyarakat dapat terbantu dan semakin mengetahui tentang produk Tabungan Impian dan juga PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro berharap masyarakat akan tertarik untuk menggunakan produk Tabungan Impian BRI Syariah PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro harus berusaha keras untuk merebut kepercayaan

calon nasabahnya agar calon nasabah merasa tertarik dengan bank produk yang dimiliki bank dengan cara memberikan layanan terbaik. Calon nasabah tidak akan datang sendiri tanpa ada sesuatu yang menarik perhatian, sehingga berniat untuk membeli produk bank tersebut. Yang paling utama untuk menarik minat nasabah adalah bank tersebut harus memiliki keunggulan produk yang dimiliki. Keunggulan inilah yang akan membedakan produk suatu bank dengan bank lain. Minat masyarakat juga terkadang membutuhkan dorongan untuk menumbuhkan ketertarikan pada produk PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah, yaitu:

1) Motivasi

Motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan memenuhi kebutuhan tersebut.⁷

2) Belajar

Belajar adalah suatu proses dimana pengalaman akan membawa kepada perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku.

3) Sikap

Sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak dan sikap juga bisa menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut.

⁷Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h.70-71.

4) Persepsi

Persepsi merupakan pemberian makna yang dialami pada setiap seseorang dalam memahami setiap informasi melalui panca indera nya PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro melakukan berbagai cara untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap produk Tabungan Impian, yakni dengan cara menawarkan produk Tabungan Impian BRI Syariah kepada masyarakat melalui promosi baik secara offline maupun online.⁸

Berikut ini hasil wawancara kepada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro:

- A. Berdasarkan hasil wawancara kepada Bapak Eka Sigit, selaku *Branch Operation Supervisor (BOS)* PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro, minat nasabah terhadap Tabungan Impian BRI Syariah di PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro dari tahun ke tahun mengalami peningkatan meskipun tidak signifikan dibandingkan produk tabungan lainnya. Jumlah nasabah yang masih minim, menunjukkan bahwa respon nasabah terhadap produk Tabungan Impian PT. BRI Syariah masih rendah. Rendahnya jumlah nasabah produk Tabungan Impian dikarenakan kurang efektifnya promosi yang digunakan PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro dalam memasarkan produk Tabungan Impian. Selain itu terdapat beberapa kendala yang dialami PT. BRI

⁸92 Jalaludin Rakhmat, Psikologi Komunikasi (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2011), h.50.

Syariah Kantor Cabang Metro saat mengenalkan produk Tabungan Impian BRI Syariah kepada masyarakat, yaitu:

- a. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang produk Tabungan Impian BRI Syariah yang dapat membantu nasabah mewujudkan impiannya.
- b. Untuk membuka Tabungan Impian, harus terlebih dahulu memiliki rekening Tabungan Faedah.
- c. Persaingan antar produk semakin ketat, disebabkan nasabah sudah cukup kritis dan pandai membanding-bandingkan produk perbankan yang satu dengan yang lainnya.
- d. Banyak masyarakat yang sudah memiliki jenis tabungan serupa di bank lain.
- e. Tabungan impian merupakan tabungan berjangka yang tidak dapat di ambil sewaktu-waktu, karena pola pikir masyarakat saat menabung dapat di ambil sewaktu-waktu.

B. Berdasarkan hasil wawancara kepada Bapak ardi, selaku CS (*Customer Service*) PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro, Menurut hasil wawancara dengan *customer service*, pihak Bank telah melakukan promosi untuk tabungan Impian sesuai dengan SOP yang berlaku. Calon Nasabah yang tertarik dan ingin mendaftar tabungan impian, diwajibkan memiliki tabungan faedah terlebih dahulu dan selanjutnya mengikuti alur pendaftaran sesuai dengan syarat dan ketentuan berlaku. Beliau memaparkan akad yang digunakan pada produk impian adalah akad

mudharabah mutlaqah. Masalah pelayanan yang sering terjadi disebabkan oleh gangguan teknis dari kantor pusat yang memengaruhi pelayanan kantor cabang. Sebagai *customer service*, beliau banyak melayani nasabah yang memiliki keluhan terkait atm terblokir atau tertelan serta lupa pin ATM.

- C. Berdasarkan hasil wawancara kepada Ibu Tiara Wina Citra, selaku AO (*Account Officer*) PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro. Beliau menyampaikan bahwa tabungan impian dilindungi dengan asuransi jiwa. Jika nasabah mengalami kecelakaan atau meninggal dunia, maka nasabah akan mendapatkan manfaat asuransi sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.

Berikut ini hasil wawancara kepada calon nasabah PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro:

4. Wawancara kepada calon nasabah di seputaran Kota Metro Calon Nasabah Tabungan Impian BRI Syariah :
 - a. Wawancara dengan Ibu “AP” selaku calon nasabah Tabungan Impian PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro yang berprofesi sebagai pedagang di Kota Metro, beliau menjelaskan bahwa ia tertarik untuk menjadi calon nasabah dikarenakan faktor kebutuhan motivasi, beliau memaparkan bahwa ia ingin membuka rekening tabungan impian dengan alasan untuk melanjutkan impian anaknya yaitu melanjutkan pendidikan hingga Perguruan Tinggi Negeri .

- b. Wawancara dengan “NA” selaku calon nasabah Tabungan Impian PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro yang berprofesi sebagai karyawan swasta di Kota Metro. beliau menjelaskan bahwa ia tertarik untuk menjadi calon nasabah dikarenakan faktor kebutuhan gaya hidup, beliau memaparkan bahwa ia ingin membuka rekening tabungan impian dengan alasan untuk liburan di masa mendatang.
- c. Wawancara dengan “KY” selaku calon nasabah Tabungan Impian PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro yang berprofesi sebagai guru SMA di Kota Metro. beliau menjelaskan bahwa ia tertarik untuk menjadi calon nasabah dikarenakan beberapa kerabat terdekatnya sudah terlebih dahulu menjadi nasabah dan merekomendasikan untuk membuka rekening tabungan impian di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Metro.
- d. Wawancara dengan “VK” selaku calon nasabah Tabungan Impian PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro yang berprofesi sebagai karyawan swasta di Kota Metro. beliau menjelaskan bahwa ia tertarik untuk menjadi calon nasabah dikarenakan faktor motivasi, beliau memaparkan bahwa ia ingin membuka rekening tabungan dengan alasan untuk liburan di masa mendatang untuk pendidikan anaknya yang masih dini.
- e. Wawancara dengan “LN” selaku calon nasabah Tabungan Impian PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro yang berprofesi sebagai mahasiswa di Kota Metro. beliau menjelaskan bahwa ia tertarik

membuka rekening tabungandikarenakan tabungan impian ringan setoran awal yang ringan.

- f. Wawancara dengan “DP” selaku calon nasabah Tabungan Impian PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro yang berprofesi sebagai pendagang di Kota Metro. beliau menjelaskan bahwa ia tertarik untuk membuka rekening tabungan impian dengan alasan gratis biaya admin dan premi asuransi yang praktis dan tidak perlu dating ke cabang untuk melakukan setoran rutin bulanan dengan adanya autodebet.
- g. Wawancara dengan “RP” selaku calon nasabah Tabungan Impian PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro yang berprofesi sebagai guru di Kota Metro. beliau menjelaskan bahwa ia tertarik untuk menjadi calon nasabah dikarenakan pengaruh dari temannya yang sebelumnya sudah menggunakan tabungan impian.
- h. Wawancara dengan “AF” selaku calon nasabah Tabungan Impian PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro yang berprofesi sebagai karyawan swasta di Kota Metro. beliau menjelaskan bahwa ia tertarik untuk menjadi calon nasabah dikarenakan faktor gaya hidup, beliau memaparkan bahwa ia ingin membuka rekening tabungan dengan alasan keinginannya untuk liburan di masa mendatang.
- i. Wawancara dengan “TA” selaku calon nasabah Tabungan Impian PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro yang berprofesi sebagai

karyawan swasta di Kota Metro. beliau menjelaskan bahwa ia tertarik untuk menjadi calon nasabah dikarenakan adanya perlindungan asuransi otomatis dan adanya bagi hasil yang menarik.

- j. Wawancara dengan “WS” selaku calon nasabah Tabungan Impian PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro yang berprofesi sebagai pedagang di Kota Metro. beliau menjelaskan bahwa ia tertarik untuk menjadi calon nasabah dikarenakan faktor kebutuhan, beliau memaparkan bahwa ia ingin membuka rekening tabungan dengan alasan untuk liburan di masa mendatang untuk melanjutkan impian anaknya untuk melanjutkan ke Perguruan Tinggi Negeri.

C. Analisis Terhadap Produk Tabungan Impian PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro

Dilihat dari analisis SWOT menjadi alasan mengapa sedikitnya minat pada tabungan impian dibandingkan dengan tabungan faedah dan tabungan haji. Hal ini disebabkan kurangnya pemasaran kepada masyarakat luas. Karena promosi hanya dilakukan melalui *customer service* dan brosur yang disediakan oleh bank, dalam hal ini promosi produk harus ditingkatkan, yang semula hanya *customer service* dan brosur, maka sekarang ditambah dengan marketing dengan metode lainnya. Metode yang digunakan bri syariah metro dalam menarik calon nasabahnya adalah grebek pasar, *personal selling*, *open table* dan menggunakan media elektronik untuk mempromosikan tabungan impian. Metode yang digunakan dinilai efektif untuk menyebarkan informasi

terkait tabungan impian namun belum dapat meningkatkan jumlah nasabah secara signifikan, Hal ini disebabkan kurangnya minat calon nasabah terhadap Tabungan Impian. Calon nasabah lebih memilih produk tabungan lain yang sesuai dengan kebutuhan mereka dibandingkan tabungan impian. Pada Tabungan Impian terdapat pinalti yang dikenakan sebesar Rp. 50.000,- dimana tarif ini sesuai dengan biaya penutupan rekening jika nasabah tidak melakukan setoran selama 3 bulan berturut-turut hal ini berbeda dengan tabungan Faedah yang dilihat dari segi penyetoran yang lebih panjang waktunya. Kemudian dilihat dari segi penarikan juga Tabungan Faedah lebih mudah karena bisa di tarik sewaktu-waktu sedangkan Tabungan Impian hanya bisa diambil ketika jatuh tempo. Tabungan Impian ini termasuk dalam tabungan yang menggunakan mekanisme autodebet rutin perbulan yang diambil dari Tabungan Faedah dan dimana nasabah harus membuka Tabungan Faedah juga, hal ini yang akan menurunkan minat nasabah karena nasabah akan merasa bingung jika harus memiliki 2 Tabungan sekaligus. Bank selain meningkatkan dalam pemasaran produk juga harus menghasilkan produk yang berkualitas yaitu melalui manajemen kualitas serta penerapan Pengelolaan yang baik akan membantu bank menghasilkan produk berkualitas yang diakui konsumen. Dengan diakuinya kualitas yang tinggi, pelanggan akan memiliki kepercayaan penuh dalam menggunakan atau membuka Tabungan Impian. Selain itu juga tabungan impian memberikan bagi hasil yang cukup kompetitif karena hampir setiap bulan bagi hasil yang didapat oleh nasabah selalu meningkat. Produk dari bank lain juga menjadi

salah satu kendala dan ancaman sedikitnya peminat nasabah untuk membuka produk tabungan impian yang ada di BRI Syariah adanya kelebihan dari bank lain yang memiliki produk yang sama juga bisa menjadi penghambat, karena masyarakat sekarang sangat kritis untuk membanding-bandingkan produk satu dengan yang lainnya. Disini Bank BRI Syariah Kantor Cabang Metro bisa saja memberikan souvenir setoran rutin tanpa adanya keterlambatan, hadiah ini bisa menjadi satu daya tarik tersendiri agar nasabah menjadi lebih tertarik serta pelayanan yang baik dan nyaman juga bisa menjadi daya tarik untuk nasabah agar tidak beralih ke bank lain.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara dari 10 calon nasabah di BRI Syariah Kantor Cabang Metro didapatkan bahwa ada beberapa faktor yang menarik minat calon nasabah untuk memilih produk tabungan impian yaitu motivasi, persepsi dan gaya hidup, selain itu kelebihan dari produk tabungan impian berupa gratis biaya administrasi, dan premi yang praktis.

Penyampaian informasi terkait produk tabungan impian kepada nasabah juga dilakukan oleh BRI Syariah Kantor Cabang Metro diantaranya dengan menggunakan cara *advertising*, grebek pasar, dan *open table*, namun hal tersebut dirasa masih kurang sehingga perlu adanya upaya peningkatan layanan dan promosi dalam menarik minat calon nasabah yaitu dengan meningkatkan layanan berupa penambahan ATM dan promosi secara online melalui media sosial yang ada pada PT BRI Syariah Kantor Cabang Metro.

B. Saran

PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro sebagai salah satu lembaga keuangan syariah, mempunyai tujuan dalam rangka mewujudkan kehidupan ekonomi masyarakat yang berdasarkan syariat Islam. Oleh karena ini, pihak bank PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro harus lebih meningkatkan sosialisasi terhadap masyarakat tentang produk-produknya, yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam dan menyesuaikan kebutuhan masyarakat.

Setelah melakukan penelitian terhadap layanan dan promosi pada produk Tabungan Impian dan upaya peningkatan calon nasabah bank PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro, maka peneliti memberikan saran kepada bank PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro dan peneliti lain yang akan menjadikan penelitian ini sebagai rujukan. Agar selalu memberikan dan melakukan pelayanan terbaik kepada masyarakat, nasabah, serta calon nasabah serta terus berinovasi terhadap produk-produk bank PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro, sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk terus setia menggunakan dalam menggunakan produk PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro.

DAFTAR PUSTAKA

- Ita Oktaviani, *Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan BSM PT. Bank Syariah Mandiri*, (Program strata satu atau Departemen Manajemen Institut Pertanian Bogor, 2010)
- Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014),
- M. Nurianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010)
- Burhanuddin S, *Hukum Kontrak Syariah*, cet. ke-1, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2009)
- Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta : Gema insani, 2011)
- Danes Mahendra Edo Fadli, Skripsi, "*STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN IMPIAN DAN UPAYA PENINGKATAN NASABAH DI PT BRI SYARIAH KCP METRO*", (S1- Perbankan Syariah IAIN Metro pada Tahun 2019)
- dikutip: <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/2161/1/DANES%20MAHENDRA%20EDO%20FADLI%20NPM.1502100019%20-%20Perpustakaan%20IAIN%20Metro.pdf> diakses pada tanggal 27 september 2020.
- Fajar Amanah, skripsi, "*ANALISIS SWOT PADA PRODUK TABUNGAN IMPIAN DI BANK RAKYAT INDONESIA SYARIAH WELERI*", (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Wali Songo Islam, pada Tahun 2016) dikutip: <http://eprints.walisongo.ac.id/6371/1/132503134.pdf> diakses pada tanggal 27 september 2020.
- Siska Monika Sari, Skripsi, "*ANALISIS STRATEGI PEMASARAN 4P TERHADAP PRODUK TABUNGAN IMPIAN DI PT. BRI SYARIAH CABANG BANDA ACEH*", (PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH, pdatahun2019) dikutip: https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/9749/1/SKRIPSI_SISKA%20MONA%20SARI.pdf diakses pada tanggal 27 September 2020.
- Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Cet. 1 (Jakarta: GemaInsani, 2001)

Departemen Pendidikan Nasional, *KBBI Edisi ketiga*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002)

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

Amin Widjaja Tunggal, *Manajemen Suatu Pengantar*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002)

Eswika Nilasari & Istiatin Jurnal Paradigma Vol. 13, No. 01, Februari – Juli 2015, PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA DEALER PT. RAMAYANA MOTOR SUKOHARJO, ISSN: 1693-0827

Dedy Trisnadi, Ngadino Surip, *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali di Cimb Niaga*, Jurnal MIX, Volume 6 No. 3, Oktober 2013

Daryanto dan Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Jogjakarta: Gava Media, 2014),

Fandy Tjiptono, Ph.D, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* Edisi 3, (Yogyakarta: Andi, 2017), hlm. 160-164

R. Agustinus Anggoro Pribadi, Syuhada Sufian, J. Sugiarto PH, "Strategi Membangun Kualitas Pelayanan Perbankan Untuk Menciptakan Kepuasan Nasabah Berorientasi Loyalitas Pada BRI Cabang Blora dan Unit Online-Nya", JURNAL STUDI MANAJEMEN & ORGANISASI, Volume 4, Nomor 2, Juli, Tahun 2007, 44.

G. M. Wariki., L. Mananeke., Tawas., *Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado*, Jurnal EMBA 1075 Vol.3 No.2 Juni 2015, ISSN 2303-1174, Hal. 1073-1085

Fitroh Saibantono¹⁾ Rahayu Triastity²⁾ Retno Susanti³⁾ *Pengaruh Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Anggota untuk Menabung (Survei pada Anggota KSPPS Bina Insan Mandiri Cabang Jeruksawit Karanganyar)* Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 18 No. 1 Maret 2018: 55 – 6558

Sofyan Assauri, *Bank Syariah: Dari teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), h.85.

Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*, Jakarta: Kencana, 2004, h.264.

- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R Dan D*, cet. ke-23 (Bandung: Alfabeta, 2010), 240.
- Husein Umr, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo persada, 2009), 342
- Lexy J. Moleong, *Metode penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014), 157
- Suharsimi Ari Kunto, *Prosedur Penelitian suatu pendekatan praktik*, (Jakarta: Rineka Citra Cipta, 2010), 172.
- Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 129.
- Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja grafindo Persada, 2009), 51
- Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research), dan Penelitian Evaluasi*, (Bandung: Alfabeta CV, 2013), H.157
- Abdurrahman Fathoni, *Metode Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2011).h.113
- Uhar Suharaputra, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Tindakan*, (Bandung: Rafika Aditama, 2012), 216.

LAMPIRAN



**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;

Nomor : 1312/In.28.3/D.1/PP.00.9/06/2020
Lampiran : -
Perihal : Pembimbing Skripsi

09 Juni 2020

Kepada Yth:

1. Drs. Dri Santoso., M.H
 2. Reonika Puspita Sari, M.E.Sy
- di – Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Novi Alfionita
NPM : 1702100067
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah (S1-PBS)
Judul : Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan Dan Promosi Dalam Minat Menabung Calon Nasabah Di BRI Syariah Kantor Cabang Metro

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi :
 - a. Pembimbing I, mengoreksi outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi Proposal, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang di keluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b. Isi ± 3/6 bagian.
 - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Dekan Bidang Akademik dan
Ketenagagaan

MUHAMMAD SALEH

OUTLINE
MENINGKATKAN LAYANAN DAN PROMOSI DALAM MENARIK
MINAT CALON NASABAH PRODUK TABUNGAN IMPIAN DI BRI
SYARIAH KANTOR CABANG METRO

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN NOTA DINAS

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Kualitas Layanan
 - a. Pengertian Kualitas Layanan
 - b. Tujuan dan Fungsi Pelayanan
 - c. Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Layanan
 - d. Keuntungan Bank Dengan Kualitas Pelayanan Baik
- B. Promosi

- a. Pengertian Promosi
- b. Indikator Pengukuran Promosi
- c. Bentuk- bentuk Promosi
- C. Minat Menabung
 - 1. Pengertian Minat Menabung
 - 2. Faktor Yang Memengaruhi Minat Menabung

BAB III METODELOGI PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
 - a. Jenis Penelitian
 - b. Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
 - a. Sumber Data Primer
 - b. Sumber Data Sekunder
- C. Teknik Pengumpulan Data
 - a. Wawancara
 - b. Dokumen
- D. Teknik Analisa Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Profil PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro
 - 1. Sejarah dan Perkembangan PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro
 - 2. Visi dan Misi PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro
 - 3. Struktur Organisasi PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro
 - 4. Tabungan Impian BRI Syariah IB
- B. Upaya meningkatkan Layanan dan Promosi dalam Menarik Minat Calon Nasabah Produk Tabungan Impian PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro
- C. Analisis Terhadap Produk Tabungan Impian PT. BRI Syariah Kantor Cabang Metro

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, Januari 2021

Mahasiswa Ybs,



Novi Alfionita

NPM. 1702100067

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I



Dr. Dri Santoso, M.H

NIP 196703161995031001

Dosen Pembimbing II,



Reonika Puspita Sari, M.E.Sv

NIP 199010032015032010

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)
MENINGKATKAN LAYANAN DAN PROMOSI DALAM MENARIK
MINAT CALON NASABAH PRODUK TABUNGAN IMPIAN DI BRI
SYARIAH KANTOR CABANG METRO

A. Wawancara dengan calon nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Metro

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi anda sebagai calon nasabah untuk menabung di BRI Syariah Kantor Cabang Metro?
2. Kualitas layanan seperti apa yang anda inginkan selaku calon nasabah yang akan menabung di BRI Syariah Kantor Cabang Metro?
3. Sebagai calon nasabah yang akan menabung di BRI Syariah Kantor Cabang Metro?
4. Apakah anda sudah mengetahui sebagian besar tentang produk tabungan impian yang ada di BRI Syariah Kantor Cabang Metro?
5. Layanan apa saja yang ada di BR Syariah Kantor Cabang Metro? yang sudah anda ketahui?
6. Menurut anda teknologi dan peralatan seperti apa yang anda harapkan selaku calon nasabah kepada bank?
7. Ekspektasi dan harapan seperti apa yang anda inginkan selaku calon nasabah di BRI Syariah Kantor Cabang Metro?

B. Wawancara Dengan Branch Operation Supervisor (BOS) Bank BRI Syariah Kantor Cabang Metro

1. Upaya dan Solusi apa yang dilakukan oleh bank dalam mengatasi kendala yang berhubungan dengan kualitas layanan dan promosi pada tabungan impian di BRI Syariah Kantor Cabang Metro?

Jawab: dengan memperbaiki layanan baik secara offline seperti (menambahkan fasilitas kantor) ataupun layanan online (seperti BRIS Online

3. Prosedur seperti apa yang biasanya bank terapkan dalam melayani penarikan atau pencairan pada produk tabungan impian di BRI Syariah Kantor Cabang Metro?

Jawab: sebelumnya nasabah yang akan mendaftar diwajibkan memiliki buku tabungan atau sudah terdaftar pada tabungan faedah terlebih dahulu, lalu selanjutnya untuk syarat dan ketentuan untuk menjadi sesuai peraturan yang berlaku akan dijelaskan kembali dan dibantu oleh customer service.

4. Keluhan apa yang paling sering nasabah laporkan kepada CS?

Jawab: atm terblokir ataupun tertelan, nasabah lupa pin.

5. Bagaimana cara bank untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah pada produk tabungan impian di BRI Syariah Kantor Cabang Metro?

Jawab: tumbuhnya loyalitas nasabah terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh BRI Syariah Kantor Cabang Metro

6. Untuk kondisi sekarang protokol kesehatan seperti apa yang bank berikan kepada nasabah? Apakah hal tersebut mempengaruhi pelayanan offline atau nasabah lebih banyak mencoba menggunakan layanan online dalam bertransaksi?

Jawab: dengan memberikan fasilitas tambahan seperti menambahkan kursi, alat pengukur suhu, dan handsanitizer. Ya, tentunya berpengaruh bagi nasabah yang melakukan transaksi.

7. Untuk produk tabungan yang kurang diminati, apakah bank memiliki cara tertentu untuk menarik nasabah dalam promosi?

Jawab : belum ada, karena menyesuaikan SOP yang telah ditentukan.

2. Apakah anda setuju bahwa kualitas layanan dan promosi berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah pada produk tabungan impian yang ada di BRI Syariah Kantor Cabang Metro?

Jawab: ya setuju, apabila bank memberikan layanan dengan baik tentunya akan berpengaruh dengan meningkatnya jumlah nasabah dan minat terhadap produk tabungan tersebut.

3. seberapa besar efektifitas yang bank dapatkan setelah meningkatkan kualitas layanan dan promosi terhadap produk tabungan impian di BRI Syariah Kantor Cabang Metro yang bank tawarkan kepada nasabah?

Jawab: hal ini dapat terlihat dengan bertambahnya jumlah nasabah produk tabungan impian, walaupun peningkatan jumlah nasabah tidak terlalu signifikan dibandingkan dengan produk tabungan lainnya.

4. untuk promosi sendiri apakah masih tetap sama atau ada promosi/fitur/layanan yang lebih ditingkatkan dimasa pandemic ini untuk produk tabungan impian di BRI Syariah Kantor Cabang Metro?

Jawab: ya tetap sama, namun untuk peningkatan secara offline ditambahkan dengan menyesuaikan protocol kesehatan mengingat masa pandemic covid19.

C. Wawancara Dengan teller atau Customer Service Bank BRI Syariah Kantor Cabang Metro

1. bagaimana cara bank untuk tetap mempromosikan produk tabungan impian di era pandemic? Ataukah ada cara lain yang lebih efektif?

Jawab: untuk promosi masih tetap sama menyesuaikan SOP yang berlaku.

2. Akad apa yang digunakan pada produk tabungan impian yang ada di BRI Syariah Kantor Cabang Metro?

Jawab: akad *mudharabah mutlaqah*.

8. masalah apa saja yang sering atau pernah bank hadapi yang berkaitan dengan kualitas layanan dan promosi pada produk tabungan impian di bris kc metro?

Jawab: masalah yang paling sering terjadi biasanya gangguan internal yang berada dipusat.

D. Wawancara Dengan *Account Officer* (AO) Bank BRI Syariah Kantor Cabang Metro

1. Apakah tabungan impian di bank bri syariah dilindungi asuransi jiwa apabila mengalami kecelakaan atau meninggal dunia?

Jawab: iya, Jumlah manfaat asuransi yang diberikan secara sekaligus sebesar akumulasi sisa setoran rutin bulanan yang belum dibayarkan hingga jatuh tempo.

2. Berapakah biaya asuransi yang diterima nasabah apabila meninggal dunia atau kecelakaan?

Jawab: jika jangka waktu 1-5 th max Rp 25.000.000, jangka waktu 6-10 th max Rp. 50.000.000, jangka waktu 11-20 th max Rp.100.000.000,

3. Amgsuran keberapa asuransi yang diberikan kepada nasabah jika meninggal dunia?

Jawab: jika jangka waktu 1-5 th max Rp 25.000.000, jangka waktu 6-10 th max Rp. 50.000.000, jangka waktu 11-20 th max Rp.100.000.000,

E. Dokumentasi

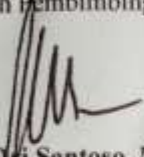
1. Profil Sejarah PT Bank BRI Syariah Kantor Cabang Metro
2. Struktur Organisasi PT Bank BRI Syariah Kantor Cabang Metro
3. Foto-Foto Selama Penelitian

Metro, Januari 2021
Mahasiswa Xbs,


Novi Alfhomita
NPM. 1702100067

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I


Dr. Dri Santoso, M.H
NIP 196703161995031001

Dosen Pembimbing II,


Reonika Puspita Sari, M.E.Sv
NIP 199010032015032010



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN

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

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-143/In.28/S/U.1/OT.01/02/2021

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

Nama : Novi Alfionita
NPM : 1702100067
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ S1. Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2020 / 2021 dengan nomor anggota 1702100067

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 8 Februari 2021
Kepala Perpustakaan





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) 47298;
Website: www.metroainiv.ac.id; email: lainmetro@metroainiv.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Novi Alfionita
NPM : 1702100067
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : MENINGKATKAN LAYANAN DAN PROMOSI DALAM MENARIK
MINAT CALON NASABAH PRODUK TABUNGAN IMPIAN DI BRI
SYARIAH KANTOR CABANG METRO
Status : Lulus

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dari "Skripsi" dengan menggunakan aplikasi *Turnitin Score* 21%.

Demikian keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 26 April 2021
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah

Reonika Puspita Sari, M.E., Sy.
NIP. 199202212018012001

FOTO DOKUMENTASI



Wawancara kepada bapak Arbi
selaku *Customer Service* BRI Syariah Kantor Cabang Metro



Wawancara kepada bapak Eka Sigit Prasetyo
selaku *Branch Operasional Supervisor* BRI Syariah Kantor Cabang Metro



Wawancara kepada ibu Tiara Wina Citra selaku *Account Officer* BRI Syariah Kantor Cabang Metro



Wawancara kepada ibu “KY” selaku calon nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Metro



Wawancara kepada ibu “AP” selaku calon nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Metro



Wawancara kepada ibu “DP” selaku calon nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Metro



Wawancara kepada ibu “WS” selaku calon nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Metro



Wawancara kepada ibu “TA” selaku calon nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Metro



Wawancara kepada ibu “LN” selaku calon nasabah BRI Syariah
Kantor Cabang Metro



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO

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 Mahasiswa : Novi Alfionita Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/S1-Perbankan Syariah
NPM : 1702100067 Semester/TA : VII/2020

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1		Bimbingan dari halaman sampul. Latar belakang masalah dari umum ke khusus. Jangan sudah khusus ke umum lagi. Promosi dan layanan sanggup tidak diteliti semua? Jika tidak sanggup dan dirasa sulit lebih baik krucutin ke salah satunya saja	
2		1. Penulisan kata dengan bahasa baku. Kata sambung seperti agar, dan, dengan dll tidak boleh diawal kalimat 2. Latar belakang masalah jangan melebar. Missal kita hanya perlu menuliskan dalam prasurvey bahwa di bank tersebut promosinya kurang, dalam tabungan. Tidak perlu	

		menjelaskan tabungan haji adalah..... Misalnya. Ditulis saja pokok masalahnya saja. 3. Penulisan catatan kaki diperhatikan 4. Penulisan BAB diperhatikan.	
3		Hasil prasurvey dengan nasabah harus ada catatan kakinya, kapan wawancara tersebut dilakukan. Kemudian setelah itu yang ditulis cukup permasalahan yang ditemukan dalam penelitian saja. Jangan melebar Yang diberi tanda kuning diperbaiki. Itu sama saja sudah khusus ke umum lagi. Jika kurang paham temui ibu saja. Kata sambung tidak boleh diawal kalimat Pertanyaan penelitian cukup satu saja, sinkronkan dengan judul Perbedaan pada penelitian relevan fokuskan pada tujuan penelitian masing-masing penelitian Acc lanjut bab II	

Pembimbing II



Reonika Puspita Sari, M.E.Sy
NIP. 19920221201812001

Mahasiswa Ybs



Novi Alfionita
NPM.1702100067

(IAIN) JURAI SIWO METRO

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 Mahasiswa : Novi Alfionita Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/S1-Perbankan Syariah
NPM : 1702100067 Semester/TA : VII/2020

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1		Acc lanjut bab II	
2		Perbaiki susunan sub bab dalam teori. Rata kanan kiri diperbaiki sesuai buku pedoman. Setiap teori dianalisis Acc bab II lanjut bab III	
3		ACC BAB III	

Pembimbing II



Reonika Puspita Sari, M.E.Sy
NIP. 19920221201812001

Mahasiswa Ybs



Novi Alfionita
1702100067

(IAIN) JURAI SIWO METRO

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 Mahasiswa : Novi Alfionita Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/S1-Perbankan Syariah
NPM : 1702100067 Semester/TA : VII/2020

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1		Acc lanjut bab II	
2		Perbaiki susunan sub bab dalam teori. Rata kanan kiri diperbaiki sesuai buku pedoman. Setiap teori dianalisis Acc bab II lanjut bab III	
3		ACC BAB III	

Pembimbing II



Reonika Puspita Sari, M.E.Sy
NIP. 19920221201812001

Mahasiswa Ybs



Novi Alfionita
1702100067



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Novi Alfionita Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/S1-Perbankan Syariah
NPM : 1702100067 Semester/TA : VII/2020

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1		Acc apd dan outline, lanjutkan BAB IV dan BAB V	
2			
3			

Pembimbing II


Reonika Puspita Sari, M.E.Sy
NIP. 19920221201812001

Mahasiswa Ybs


Novi Alfionita
NPM.1702100067



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjuni@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Novi Alfionita Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/S1-Perbankan Syariah

NPM : 1702100067 Semester/TA : VIII/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1		Bab IV berbicara hasil. Jadi promosi pd produk tersebut bagaimana dibank tersebut. Fokuskan	
2		Acc bab IV , lengkapi struktur Kesimpulan cukup mrnjawab rumusan masalah jangan melebar	
3		Besok ngadep ibu. ACC BAB V	

Pembimbing II


Reonika Puspita Sari, M.E. Ss
NIP. 19920221201812001

Mahasiswa Ybs


Novi Alfionita
NPM.1702100067



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

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 Mahasiswa : Novi Alfionita Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/S1-Perbankan Syariah
NPM : 1702100067 Semester/TA : VIII/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1		Tambahkan Bentuk Bentuk Promosi Pada Outline	
2		ACC APP OUTLINE	

Pembimbing I

Dr. Dri Santoso, M.H
NIP. 196703161995031001

Mahasiswa Ybs

Novi Alfionita
NPM.1702100067



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO**

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 Mahasiswa : Novi Alfionita Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/SI-Perbankan Syariah

NPM : 1702100067 Semester/TA : VIII/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1		C. Analisis apakah layanan dan promosi sudah efektif menaikkan jumlah tabungan impian	
2	22 April 2021	ACC Sidang Munaqosyah	
3			

Pembimbing I

Dr. Dri Santoso, M.H

NIP. 196703161995031001

Mahasiswa Ybs

Novi Alfionita

NPM.1702100067

RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap Novi Alfionita, Lahir di Metro pada tanggal 20 November 1999. Peneliti merupakan anak pertamaa dari empat bersaudara, putri pertama dari Bapak Sudirman dan Ibu Merita Sari.

Peneliti menyelesaikan masa belajar di TK PGRI Metro pada tahun 2005. Kemudian menempuh pendidikan formal di SD Negeri 9 Metro lulus tahun 2011. Peneliti melanjutkan pendidikannya di SMP Negeri 6 Metro lulus pada tahun 2014. Setelah lulus dari sekolah menengah pertama selanjutnya peneliti melanjutkan pendidikannya lagi di SMA Negeri 5 Metro dengan fokus jurusan IPA dan selesai pada tahun 2017. Kemudian peneliti melanjutkan sekolah ke perguruan tinggi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, dengan mengambil jurusan S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Peneliti mempersembahkan sebuah skripsi yang berjudul “Meningkatkan Layanan dan Promosi dalam Menarik Minat Calon Nasabah Produk Tabungan Impian Di Bri Syariah Kantor Cabang Metro”, sebagai tugas akhir pada perkuliahan di S1 Perbankan Syariah.