

STRATEGI PROMOSI BANK SUMSEL SYARIAH DALAM  
MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH



Oleh :  
Elly Irawati  
NIM : 12180056

Tugas Akhir

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang Untuk Memenuhi Salah Satu  
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Perbankan Syariah  
(A.Md)

PALEMBANG  
2017



KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH

Jl. Prof. K. H. Zainal Abidin Fikri Km. 3,5 PO Box. 54 Telp. 0711354663 PALEMBANG

Formulir C 2

**Hal : Persetujuan Tugas Akhir untuk Diuji**

Kepada Yth,  
Ketua Prodi D3 Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Raden Fatah Palembang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah disetujuinya judul dan permasalahan Tugas Akhir Mahasiswa:

Nama : Elly Irawati

NIM/ Program Studi : 12-180-056/D3 Perbankan Syariah

Judul Tugas Akhir : Strategi Promosi Perbankan Syariah Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah di Bank Sumsel Syariah Kcp UIN Raden Fatah Palembang

Telah selesai dibimbing seluruhnya dan dapat diajukan untuk mengikuti ujian munaqosyah.

Demikianlah pemberitahuan dari kami, bersama ini kami lampirkan Tugas Akhir mahasiswa yang bersangkutan.

Wassalamu'alaikum Wr, Wb.

**Pembimbing Utama**

**Mufti Fiandi, M.Ag.**  
NIP. 197605252007101005

**Pembimbing Kedua**

**Ice Sri Gustiana, SS, MM**



KEMENTERIAN AGAMA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Jl. Prof. K.H. ZainalAbidinFikry, KodePos 30126 KotakPos : 54 Telp (0711) 354668 KM. 3.5 Palembang

Formulir E. 4

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR  
PROGRAM DIII PERBANKAN SYARIAH

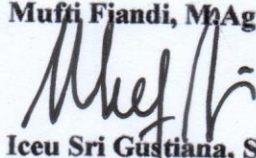
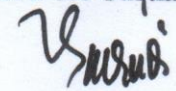
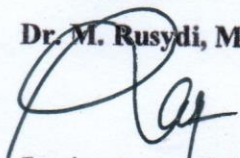


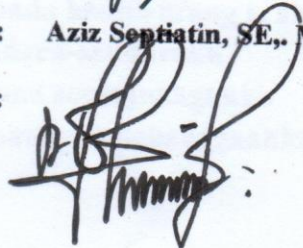
Nama Mahasiswa : Elly Irawati

Nim/ Program Studi : 12180056 / DIII Perbankan Syariah

Judul Tugas Akhir : "Strategi Promosi Bank Sumsel Syariah Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah"

Telah diterima dalam ujian Munaqosyah pada tanggal 30 Agustus 2017

PANITIA UJIAN MUNAQOSYAH

Tanggal	Pembimbing Utama	:	Mufti Fjandi, M.Ag
		t.t	
Tanggal	Pembimbing Kedua	:	Iceu Sri Gustiana, SS., MM
		t.t	
Tanggal	Penguji Utama	:	Dr. M. Rusydi, M.Ag
		t.t	
Tanggal	Penguji Kedua	:	Juwita Anggraini, M.H.I
		t.t	
Tanggal	Ketua	:	Titin Hartini, SE., M.Si
		t.t	
Tanggal	Sekretaris	:	Aziz Septiatin, SE., M.Si
		t.t	

## MOTTO

***“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.” (QS. Al-Insyirah,6-8)***

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

## PERSEMBAHAN :

- ❖ Kepada kedua orang tuaku
- ❖ Saudara-saudaraku
- ❖ Teman seperjuanganku
- ❖ Almamater kebanggaanku

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Elly Irawati  
NIM : 12180056  
Jenjang : D3 Perbankan Syariah  
Judul Tugas Akhir : **Strategi Promosi Bank Sumsel Syariah Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah**

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan karya saya sendiri (ASLI) dan isi dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain atau kelompok lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan dan sepanjang pengetahuan kami juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain atau kelompok lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Palembang, Juli 2017



Elly Irawati  
NIM. 12180056

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya, meskipun masih terdapat banyak kekurangan. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, yang telah memberi petunjuk dan membawa umatnya dari jalan yang penuh dengan kegelapan menuju jalan yang terang benderang serta selalu menjadi suri tauladan bagi seluruh umatnya hingga akhir jaman.

Tugas Akhir penulis dengan judul “Strategi Promosi Bank Sumsel Syariah Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah” diajukan untuk memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) Jurusan D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.

Penulisan Tugas Akhir ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya campur tangan orang-orang disekitar penulis serta bantuan dari berbagai pihak selama penulisan tugas akhir ini. Ucapan rasa hormat yang setinggi-tingginya dan rasa terima kasih yang setulus-tulusnya atas segala bantuan dan kepedulian mereka yang telah memberikan dukungan moril dan finansial, kritik, masukan, dorongan, pendapat, nasehat, semangat, maupun sumbangan pemikiran dalam penulisan tugas akhir ini.

Oleh karena itu pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Drs. H. Sirozi. MA, Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
2. Ibu Dr. Qodariah Barkah, M.H.I , selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang
3. Bapak Dinnul Alfian Akbar, SE, M.Si., selaku Ketua Program Studi D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang
4. Ibu R.A. Ritawati, SE, M.H.I selaku sekretaris Program Studi D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang
5. Bapak Mufti Fiandi, M, Ag dan Ibu Iceu Sri Gustiana, SS, MM, selaku pembimbing I dan Pembimbing II tugas akhir yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk membimbing, memberikan saran, arahan dan masukannya bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Para Bapak/Ibu dosen Program Studi D3 Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu dan pengajaran kepada penulis selama duduk dibangku kuliah.
7. Para staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

8. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Keluarga Besar Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis. Khususnya Bapak Herman Felani (Kepala Kantor Cabang Pembantu ) dan Bapak Febri (Staf Marketing) yang telah bersedia meluangkan waktu di tengah kesibukannya untuk penulis wawancara.
9. Orang tua yang sangat penulis cintai, Ibunda Yasmini dan saudara-saudariku yang telah memberikan segalanya untuk kelancaran penulisan tugas akhir ini, segalanya untuk kebahagiaan penulis. Terima kasih banyak. Tugas akhir ini penulis persembahkan kepada kalian walaupun ini tidak sebanding dengan apa yang telah kalian berikan kepada penulis.
10. Seluruh teman dan sahabat yang penulis sayangi, teman-teman sekelas dan seperjuangan di Program Studi D3 Perbankan Syariah angkatan 2012 yang selalu memberi masukan kepada penulis serta motivasi penulis agar segera menyusul kalian menyandang gelar Ahli Madya.
11. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu. Semoga Allah SWT. memberikan balasan kepada mereka yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Palembang, 2 Agustus 2017  
Penulis

**Elly Irawati**



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	ix
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Metodologi Penelitian .....	7
F. Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II : LANDASAN TEORI</b>	
A. Pengertian Strategi .....	13
B. Promosi .....	20
C. Bank Syariah .....	29
D. Loyalitas Nasabah .....	37
<b>BAB III : KONDISI UMUM BANK SUMSEL BABEL SYARIAH</b>	
A. Sejarah Berdirinya Perusahaan .....	41
B. Visi dan Misi Bank Sumsel Babel Syariah .....	43
C. Struktur organisasi Perusahaan .....	43
D. Pembagian Tugas dan Wewenang .....	45
E. Produk-Produk Bank Sumsel babel Syariah .....	50
<b>BAB IV : PEMBAHASAN</b>	
A. Strategi Promosi Bak Sumsel Babel Syariah .....	74
B. Faktor-Faktor Penghambat Promosi .....	80

BAB V	:	PENUTUP	
		A. Kesimpulan .....	86
		B. Saran .....	87

LAMPIRAN-LAMPIRAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan perkembangan ekonomi, kebutuhan masyarakat terhadap jasa-jasa lembaga keuangan juga meningkat baik dari segi kuantitas maupun dari segi kualitas. Lembaga keuangan disini meliputi lembaga keuangan bank dan non bank, meskipun dalam perekonomian lembaga keuangan perbankan yang lebih mendominasi. Bagi kaum muslim timbul kekhawatiran, terkait dengan produk- produk perbankan konvensional yang banyak ketidaksesuaian dengan prinsip- prinsip syariah islam<sup>1</sup>.

Adanya perbankan syariah dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan tersedianya jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan prinsip- prinsip syari'ah Islam, khususnya yang berkaitan dengan pelarangan praktek riba, kegiatan yang bersifat spekulatif yang serupa dengan perjudian (*maisyir*), ketidakpastian (*qharar*) dan pelanggaran prinsip keadilan dalam transaksi serta keharusan penyaluran dana investasi pada kegiatan usaha yang etis dan halal secara Syari'ah. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al- Baqorah ayat 275 yang berbunyi sebagai berikut:

---

<sup>1</sup> Diah Wahyuningsih, Crisanty Sutristyaningtyas, Titik, Henny Oktavianti, Analisis Prilaku Nasabah dalam Pembiayaan di Bank Syariah Mandiri, 114–Media Trend Vol. 9 No. 1 Maret 2014, hal 90

..... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا..... ٢٧٥

artinya :....*padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba..... (QS. 2:275)*

Ayat ini menjelaskan bahwa keuntungan dari perdagangan yang diperoleh, dari modal yang ditanamnya, atau keuntungan yang sesuai dengan jumlah modal yang ditanamkan dalam usaha persekutuan adalah halal dan diperkenankan, tetapi keuntungan yang diperoleh dari beban (bunga) yang diberikan kepada kreditor atas usahanya, sehingga menjadi lebih dari yang dipinjamnya, adalah haram, dan Allah SWT tidak menganggapnya seperti keuntungan yang diperoleh dari perdagangan diatas<sup>2</sup>.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1991. Pada mulanya perbankan syariah belum mendapat perhatian yang optimal dari Pemerintah, hal ini terlihat pada Undang-Undang no 27 tahun 1992 yang belum menjelaskan adanya landasan hukum operasional perbankan syariah. Namun, setelah adanya undang-undang baru yaitu, Undang-Undang no 10 tahun 1998 yang menjelaskan adanya dua sistem perbankan yaitu perbankan sistem bagi hasil dan sistem konvensional maka bank syariah semakin berkembang dan mulai dikenal oleh seluruh lapisan masyarakat dan di perbaharui dengan adanya Peraturan BI No.

---

<sup>2</sup> Abul 'Ala Al-Maududi, *Adven of Islam Fundamental Teaching of The Qur'an*, terj. M.M.Syarif Esensi Al-Qur'an Ekonomi, Politik, dan Filsafat, Bandung: Mizan, 1990

6/24/PBI/2004 yang berisikan tentang Bank Umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syari'ah.<sup>3</sup>

Bank sebagai lembaga keuangan yang menghasilkan jasa keuangan juga membutuhkan strategi pemasaran untuk memasarkan produknya. Dampak dari perubahan teknologi juga berdampak positif terhadap perkembangan dunia perbankan. Produk yang ditawarkan kepada nasabahnya mejadi lebih cepat dan efisien. Dalam melakukan pemasaran, bank memiliki beberapa sasaran yang hendak dicapai. Artinya, nilai penting pemasaran bank terletak dari tujuan yang ingin dicapai tersebut seperti dalam hal meningkatkan mutu pelayanan dan menyediakan ragam produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah.<sup>4</sup>

Bank Syariah sebagaimana perusahaan pada umumnya menggunakan promosi untuk memicu transaksi, sehingga pelanggan mau membeli suatu produk tertentu serta mendorong tenaga pemasaran untuk secara agresif memasarkan produk perbankan. Selain itu promosi mampu merangsang permintaan akan suatu produk. Dengan promosi tersebut diharapkan pelanggan mau mencoba produk tersebut. Promosi merupakan faktor penting dalam mewujudkan tujuan penjualan suatu perusahaan. Disinilah perlunya mengadakan promosi yang terarah, karena diharapkan dapat memberikan pengaruh positif terhadap meningkatnya penjualan.

---

<sup>3</sup> Muhamad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil di Bank Syari'ah*, Yogyakarta: UII Press, Cet. I, 2000, hlm. I

<sup>4</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, Cet. 9, 2010, hlm. 170-171

Dewasa ini perhatian terhadap loyalitas nasabah menjadi sangat besar. Persaingan yang sangat ketat dimana semakin banyak bank atau penyedia jasa keuangan dalam upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta menempatkannya sebagai tujuan utama. Dengan demikian, diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada para nasabah melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan tetap memperhatikan kebutuhan dan keinginan para nasabah.

Loyalitas nasabah merupakan hal yang sangat penting kaitannya dengan pengembangan usaha. Nasabah yang mempunyai loyalitas yang tinggi akan senantiasa menggunakan produk atau jasa yang disediakan perusahaan, tidak akan terpengaruh jasa yang ditawarkan pihak lain, dan ketika terdapat hal-hal yang tidak mereka sukai akan memberitahukan kepada penyedia jasa dan tidak memberitahukannya kepada orang lain.

Dan kendala yang saat ini menghambat perkembangan Bank Sumsel Babel Syariah antara lain masih kuatnya budaya sistim perbankan lama yang memberikan hasil lebih pasti (berupa bunga), dibanding perbankan syariah yang returnnya tergantung pada hasil yang diterima oleh Bank. Disamping itu sebagian masyarakat bahkan ulama masih ada yang menganggap bunga bank itu halal atau minimal *subhat*. Untuk mengatasi kendala tersebut antara lain dengan melakukan kegiatan

promosi atau seminar-seminar bersama dengan bank syariah lainnya untuk memberikan penjelasan mengenai bank syariah dan produk-produknya.

Sebagai bagian dari bauran pemasaran, promosi memiliki keterkaitan yang sangat signifikan terhadap loyalitas nasabah. Salah satu strategi yang dijalankan bank Sumsel Syariah adalah memberikan hadiah bagi nasabah lama yang beruntung serta mendukung berbagai kegiatan untuk mengenalkan produk kepada nasabah baru.

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka. Dua hal yang menjadi pertimbangan utama perusahaan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan adalah, pertama karena semakin mahal biaya perolehan pelanggan baru dalam iklim kompetisi yang sedemikian ketat, kedua adalah adanya kenyataan bahwa tingkat profitabiliti perusahaan berbanding lurus dengan pertumbuhan hubungan antara perusahaan dan pelanggan secara permanen.

Melihat latar belakang tersebut, penulis mencoba mengulasnya dalam bentuk tulisan berupa tugas akhir dengan judul “ STRATEGI PROMOSI BANK SUMSEL SYARIAH DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH” dengan alasan bahwa pengelolaan Bank Sumsel Syariah sesuai prinsip syariah.

**B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi promosi Bank Sumsel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang dalam meningkatkan loyalitas nasabah?
2. Apa faktor-faktor penghambat promosi perbankan syari'ah untuk meningkatkan loyalitas nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang?

**C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian yang penulis lakukan di Bank Sumsel Babel Syariah adalah:

1. Untuk mengetahui strategi promosi perbankan syari'ah di Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor penghambat promosi perbankan syari'ah untuk meningkatkan loyalitas nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang.

**D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis, Sebagai sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang diperoleh di bangku kuliah. Menambah pengalaman dan sarana latihan dalam memecahkan masalah-masalah yang ada di masyarakat sebelum terjun dalam dunia kerja yang sebenarnya.



2. Bagi pembaca, diharapkan bisa menjadi bahan informasi untuk menambah ilmu-ilmu tentang Perbankan syariah dalam hal promosi dan pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah
3. Bagi peneliti lain, diharapkan bisa menjadi bahan referensi bagi peneliti lain yang akan meneliti tentang perbankan syariah dengan variabel yang lain.
4. Bagi Perbankan, diharapkan bisa memberi masukan dalam mengembangkan strategi untuk menghadapi persaingan.

#### **E. Metodologi Penelitian**

Metodologi penelitian adalah strategi umum yang dianut dalam pengumpulan data dan analisis data yang diperlukan, guna menjawab persoalan yang sedang diselidiki atau diteliti.

##### **1. Jenis Penelitian**

Ditinjau dari segi metodologik, penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Adapun yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh).<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Lexy J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002, Cet. XVII, hlm. 3

Metode penelitian kualitatif juga sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*)<sup>6</sup>.

Adapun tujuan dari penelitian ini digunakan untuk mengetahui strategi promosi perbankan syariah untuk meningkatkan loyalitas nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang.

## 2. Sumber data

### a. Data Primer

Merupakan data yang berasal dari sumber yang asli. Data primer ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file. Data ini harus dicari melalui nara sumber atau dalam istilah teknisnya sering disebut responden, yaitu orang-orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi atau data<sup>7</sup>. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diambil langsung dari Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang.

### b. Data Sekunder

Merupakan data yang sudah tersedia sehingga kita hanya mencari dan mengumpulkan<sup>8</sup>. Untuk mendapatkan data sekunder, peneliti mempelajari, mencatat dan mengutip dari buku-buku yang

---

<sup>6</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, Bandung: CV. Alfabeta, 2008, Cet. IV, hlm. 14.

<sup>7</sup> Jonathan Sarwono, Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006, hlm.129.

<sup>8</sup> Ibid.,124

ada dipergustakaan yang berhubungan dengan penelitian, dengan membaca literatur, makalah maupun surat kabar dan mencari informasi dari pihak lain yang ada hubungannya dengan masalah yang dibahas. Sebagai data sekunder penulis mengambil dari buku-buku atau dokumentasi yang berhubungan dengan penelitian ini.

### 3. Teknik pengumpulan data

Penelitian ini juga termasuk penelitian lapangan (field research), yakni penelitian yang langsung dilakukan atau pada responden,<sup>9</sup> oleh karenanya untuk memperoleh data dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa metode penelitian, yaitu sebagai berikut:

#### a. Wawancara (interview)

Metode interview atau wawancara yaitu sebagai suatu proses tanya jawab lisan, dua orang atau lebih berhadap-hadapan secara fisik, yang satu dapat melihat muka yang lain dan mendengarkan suaranya dengan telinganya sendiri.<sup>10</sup>

Penulis menggunakan metode ini dengan cara melakukan wawancara langsung dengan Kepala Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang yaitu Bapak Herman Felani.

---

<sup>9</sup> M. Iqbal Hasan, Pokok-Pokok Materi Metode Penelitian dan Aplikasinya, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), hlm. 11.

<sup>10</sup> Sutrisno Hadi, *Metode Research*, (Yogyakarta: Andi, 2004), jilid 2, hlm. 217.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subjek penelitian, maupun melalui dokumentasi. Dalam melakukan dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, dokumen, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya.<sup>11</sup>

Dokumentasi ini digunakan untuk mengetahui data-data yang berupa catatan atau dokumentasi mengenai strategi promosi, profil Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang dan lain sebagainya yang diperlukan dalam penelitian ini.

4. Analisis data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data deskriptif dan teknik analisis SWOT, dimana peneliti menggambarkan tentang kekuatan, kelemahan, peluang juga ancaman yang ada di Bank Sumsel Babel Syariah. Sedangkan teknik analisis data deskriptif yaitu suatu analisis yang bersifat mendeskripsikan makna data atau fenomena yang dapat ditangkap oleh peneliti, dengan menunjukkan bukti-buktinya<sup>12</sup>. Teknik ini digunakan untuk mendeskripsikan data-data yang peneliti

---

<sup>11</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), Cet. 12, ed. revisi, hlm. 135.

<sup>12</sup> Muhammad Ali, *Strategi Penelitian Pendidikan*, Bandung: Angkasa, 1993, cet.10, hlm. 161.

kumpulkan baik data hasil wawancara, observasi maupun dokumentasi, selama mengadakan penelitian di Bank Sumsel Babel Syariah.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Pembahasan dalam Tugas Akhir ini terdiri dari empat bab, yang dapat dipetakan sebagai berikut:

**Bab I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian Tugas Akhir.

**Bab II : LANDASAN TEORI**

Pada bab ini diuraikan pengertian Bank Syariah, promosi, nasabah, loyalitas.

**Bab III : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

Dalam bab ini berisikan tentang sejarah berdirinya Bank Sumsel Babel Syariah, profil Bank Sumsel Babel Syariah, visi, misi, produk-produk, manajemen dan problematika yang dihadapi Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang.

**Bab IV : PEMBAHASAN**

Bab keempat merupakan hasil data penelitian lapangan yang terdiri dari Strategi Promosi Perbankan Syari'ah di Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah

Palembang dan Faktor-faktor Penghambat Promosi Perbankan Syari'ah untuk meningkatkan loyalitas nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang.

**Bab V : PENUTUP**

Bab kelima merupakan bab penutup yang memuat simpulan dari semua pembahasan dan sekaligus jawaban dari permasalahan yang dikaji.

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Pengertian Strategi.

Keberadaan strategi sangat penting dalam memasarkan produk sebaik apapun segmentasi, pasar sasaran, dan posisi pasar yang dilakukan tidak akan berjalan jika tidak diikuti dengan strategi yang tepat. Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Kadang langkah-langkah yang harus dihadapi terjal dan berliku-liku, namun adapula langkah yang relatif mudah.<sup>13</sup>

Strategi adalah penetapan tujuan jangka panjang yang dasar dari suatu organisasi, dan pemilihan alternatif tindakan dan alokasi sumberdaya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.<sup>14</sup>

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani yang berarti: kepemimpinan dalam ketentaraan. Konotasi ini berlaku selama perang yang kemudian berkembang menjadi manajemen ketentaraan dalam rangka mengelola para tentara bagaimana melakukan mobilisasi pasukan dalam jumlah yang besar, bagaimana mengkoordinasikan komando yang jelas, dan lain sebagainya.

Apabila kita definisikan ke dalam kompetisi bisnis di era 1990-an kita bisa mengatakan bahwa strategi adalah menetapkan arah kepada “manajemen” dalam arti orang tentang sumber daya di dalam bisnis dan

---

<sup>13</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo. 2006, hlm. 171.

<sup>14</sup> Mamduh M Hanafi, *Manajemen*, Yogyakarta: Unit Penerbit. 2003, hlm.136.

tentang bagaimana mengidentifikasi kondisi yang memberikan keuntungan terbaik untuk membantu memenangkan persaingan di dalam pasar. Dengan kata lain, definisi strategi mengandung dua komponen yaitu: *future intentions* atau tujuan jangka panjang dan *competitive advantage* atau keunggulan bersaing.<sup>15</sup>

Menurut kamus umum bahasa Indonesia, strategi adalah ilmu siasat perang atau akal (tipu muslihat) untuk mencapai suatu maksud. Namun dalam perkembangannya kata ini sering dipakai dalam pengertian yang lebih luas sebagai cara yang ditempuh seseorang atau organisasi untuk mencapai tujuan yang dicita-citakan.<sup>16</sup>

Dalam manajemen strategis yang baru, Mintzberg mengemukakan 5P yang sama artinya dengan strategi, yaitu perencanaan (*plan*), pola (*patern*), posisi (*position*), prespektif (*prespectife*), dan permainan atau taktik (*play*).

1). Strategi adalah Perencanaan (*Plan*)

Konsep strategi tidak lepas dari aspek perencanaan, arahan atau acuan gerak langkah perusahaan untuk mencapai suatu tujuan di masa depan. Akan tetapi, tidak selamanya strategi adalah perencanaan ke masa depan yang belum dilaksanakan. Strategi juga menyangkut segala sesuatu yang telah dilakukan di masa

---

<sup>15</sup> Crown Dirgantoro, *Manajemen Stratejik*, (Jakarta: PT Grasindo. 2001), hlm. 5.

<sup>16</sup> Makhalul Ilmi, *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: UII Press. 2002), hlm. 57.



lampau, misalnya pola-pola perilaku bisnis yang telah dilakukan di masa lampau.

2). Strategi adalah Pola (*Patern*)

Menurut Mintzberg strategi adalah pola, yang selanjutnya disebut sebagai “*intended strategy*”, karena belum terlaksana dan berorientasi ke masa depan. Atau disebut juga sebagai “*realized strategy*” karena telah dilakukan oleh perusahaan.

3). Strategi adalah Posisi (*Position*)

Yaitu menempatkan produk tertentu ke pasar tertentu yang dituju. Strategi sebagai posisi menurut Mintzberg cenderung melihat ke bawah, yaitu ke satu titik bidik di mana produk tertentu bertemu dengan pelanggan, dan melihat ke luar yaitu meninjau berbagai aspek lingkungan eksternal.

4). Strategi adalah Prespektif (*Prespektif*)

Jika dalam P kedua dan ketiga cenderung melihat ke bawah dan ke luar, maka sebaliknya dalam prespektif cenderung melihat ke dalam yaitu kedalam organisasi.

5). Strategi adalah Permainan (*Play*)

Menurutnya strategi adalah suatu manuver tertentu untuk memperdaya lawan atau pesaing. Suatu merek misalnya meluncurkan merek kedua agar posisinya tetap kukuh dan tidak

tersentuh, karena merek-merek pesaing akan sibuk berperang melawan merek kedua tadi.<sup>17</sup>

Strategi bauran pemasaran adalah<sup>18</sup>:

a. Strategi Produk

Dalam strategi produk yang harus diingat adalah yang berkaitan dengan produk secara utuh, mulai dari nama produk, bentuk, isi, atau pembungkus. Strategi produk menggambarkan tindakan yang digunakan oleh komponen produk dan bauran pemasaran untuk mencapai tujuan sebuah perusahaan<sup>19</sup>. Strategi produk yang harus dan perlu dilakukan oleh suatu perusahaan dalam mengembangkan produknya adalah sebagai berikut:

- 1) Menentukan logo
- 2) Menciptakan merk
- 3) Menciptakan kemasan
- 4) Kepuasan label

b. Strategi Harga

Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut di pasar.

---

<sup>17</sup> Suryana, Kewirausahaan, Jakarta: PT Salemba Emban Patria. 2001, hlm. 129-130

<sup>18</sup> Kasmir, *op. cit.* hlm. 173-185

<sup>19</sup> Justin G Longenecker dkk, kewirausahaan manajemen usaha kecil, Jakarta: PT.Salemba Emban Patria, 2001 hlm.353.

Penentuan harga yang akan ditetapkan harus disesuaikan dengan tujuan perusahaan. Adapun tujuan penentuan harga oleh suatu perusahaan secara umum adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk bertahan hidup, yaitu penentuan harga dilakukan semurah mungkin. Tujuannya adalah agar produk dan jasa yang ditawarkan laku di pasaran dengan harga murah, tetapi masih dalam kondisi yang menguntungkan.
- 2) Untuk memaksimalkan laba, yaitu bertujuan agar penjualan meningkat sehingga laba menjadi maksimal.
- 3) Untuk memperbesar *market share*, yaitu untuk memperbesar jumlah pelanggan
- 4) Mutu produk, yaitu untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi atau lebih tinggi dari kualitas pesaing.
- 5) Karena pesaing, yaitu bertujuan agar harga yang ditawarkan lebih kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing.

#### c. Strategi Tempat dan Distribusi

Distribusi adalah cara perusahaan menyalurkan barangnya, mulai dari perusahaan sampai ke tangan konsumen akhir. Strategi distribusi sangat penting dalam upaya perusahaan melayani konsumen tepat waktu dan tepat sasaran. Keterlambatan dalam penyaluran mengakibatkan perusahaan kehilangan waktu dan kualitas barang serta diambilnya

kesempatan oleh pesaing. Perlu diketahui bahwa saluran distribusi memiliki fungsi tertentu.

Fungsi-fungsi tersebut betapa pentingnya strategi distribusi dalam perusahaan. Adapun fungsi saluran distribusi adalah sebagai berikut:

- 1) Fungsi transaksi, adalah fungsi yang meliputi bagaimana perusahaan menghubungi dan mengkomunikasikan produknya dengan calon pelanggan.
- 2) Fungsi logistik, merupakan fungsi yang meliputi pengangkutan dan penyortiran barang, termasuk sebagai tempat penyimpanan, memelihara, dan melindungi barang.
- 3) Fungsi fasilitas, meliputi penelitian dan pembiayaan. Penelitian yakni mengumpulkan informasi tentang jumlah anggota saluran dan pelanggan lainnya. Pembiayaan adalah memastikan bahwa anggota saluran tersebut mempunyai uang yang cukup guna memudahkan aliran barang melalui saluran distribusi sampai ke konsumen akhir.

#### d. Strategi Promosi

Dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha mempromosikan seluruh produk jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Paling tidak ada empat macam sarana promosi yang

dapat digunakan oleh setiap perusahaan dalam mempromosikan produknya, yaitu:

1) Periklanan (*advertising*)

Tujuan penggunaan iklan sebagai media promosi adalah untuk memberitahukan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan produk yang dimiliki oleh suatu perusahaan, untuk perhatian dan minat pelanggan baru dengan harapan akan memperoleh daya tarik dari para calon pelanggan, dan mempengaruhi pelanggan pesaing agar berpindah ke produk dari perusahaan yang mengiklankan.

2) Promosi Penjualan (*sales promotion*)

Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau meningkatkan jumlah pelanggan .

3) Publisitas (*publicity*)

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing pelanggan melalui kegiatan, seperti pameran, bakti sosial, serta kegiatan lainnya.

4) Penjualan pribadi (*personal selling*)

Dalam dunia bisnis penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh *salesman* atau *salesgirl* dengan cara *door to door*.

## B. Promosi.

### 1. Pengertian Promosi.

Promosi merupakan salah satu jenis komunikasi yang sering dipakai oleh pemasar. Sebagai salah satu elemen bauran promosi, promosi penjualan merupakan unsur penting dalam kegiatan promosi produk. Definisi promosi penjualan menurut *American Marketing Association* (AMA) yang dikutip dari bukunya Sustina adalah: “*Sales promotion is media and non media marketing pressure applied for a predetermined, limited period of time in order to stimulate trial, increase consumer demand, or improve product quality*”. Definisi di atas menunjukkan bahwa promosi merupakan upaya pemasaran yang bersifat media dan non media untuk merangsang coba-coba dari konsumen, meningkatkan permintaan dari konsumen atau untuk memperbaiki kualitas produk<sup>20</sup>.

Menurut Rambat Lupiyoadi promosi merupakan salah satu variable dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat

---

<sup>20</sup> Sustina, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003, hlm. 299.

untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya<sup>21</sup>.

Promosi penjualan menurut Fandy Tjiptono adalah bentuk persuasif langsung melalui penggunaan berbagai intensif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan<sup>22</sup>.

## 2. Sarana Promosi.

Menurut Kasmir, sarana promosi dapat dilakukan dengan beberapa hal, di antaranya adalah<sup>23</sup>:

### 1). Periklanan (*Advertising*)

Periklanan merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, *billboard*, koran, majalah, TV atau radio. Dengan membaca atau melihat Advertising itu diharapkan para konsumen atau calon konsumen akan terpengaruh lalu tertarik untuk membeli produk yang diiklankan tersebut, oleh karena itu iklan ini harus dibuat sedemikian rupa sehingga menarik perhatian para pembacanya.

---

<sup>21</sup> Rambat Lupiyoadi, A.Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2006 hlm.120.

<sup>22</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset, 1997, hlm. 229.

<sup>23</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Prenada Media, 2004, hlm. 176-177.

## 2). Promosi penjualan (*Sales Promotion*)

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

## 3). Publisitas (*Publicity*)

Publisitas merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank di depan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan sponsorship terhadap suatu kegiatan amal atau sosial atau olah raga.

## 4). Penjualan pribadi (*Personal Selling*)

Penjualan Pribadi merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan bank dalam melayani serta ikut mempengaruhi nasabah.

### a. Sifat-sifat sarana promosi

Menurut Indriyo Gitosudarmo terdapat beberapa sifat- sifat sarana promosi, antara lain<sup>24</sup>:

#### 1. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan mempunyai sifat-sifat sebagai berikut:

##### a. Memasyarakat (*Public presentation*)

Dengan iklan yang baik dan tepat akan dapat menjangkau masyarakat luas dengan cepat, dapat memberikan pengaruh terhadap barang yang

---

<sup>24</sup> Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BPFE, 1997, hlm. 242-245.



ditawarkan oleh penjual, karena pesan yang dirancang dalam iklan adalah sama untuk semua target audiens atau konsumen sehingga motivasi pembelian konsumen akan dikenal.

b. kemampuan membujuk

Periklanan mempunyai daya bujuk yang tinggi (sangat persuasif), hal ini disebabkan periklanan dapat dimuat berkali-kali. Dengan demikian para calon pembeli dapat membandingkan dengan iklan yang dibuat pesaing.

c. Ekspresif (*expressiveness*)

Periklanan mempunyai kemampuan untuk mendramatisir produk sekaligus juga perusahaannya. Hal ini disebabkan periklanan menggunakan seni cetak, warna, suara dan formatnya yang menarik.

d. Tidak terhadap orang tertentu saja (*Impersonal*)

Periklanan merupakan bentuk komunikasi yang hanya monolog, oleh karena itu konsekuensinya tidak dapat menanggapi respon atau tanggapan secara langsung dari pembaca iklan.

e. Efisien

Periklanan dikatakan efisien karena periklanan dapat menjangkau masyarakat luas, terutama secara geografis. Sehingga biaya persatuan untuk promosi menjadi rendah atau murah.

2. Promosi penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi Penjualan mempunyai beberapa sifat, yaitu:

a. Komunikasi

Promosi penjualan mampu menarik informasi dan sikap konsumen terhadap perusahaan.

b. Insentif

Promosi penjualan dapat dengan jalan memberikan insentif. Insentif yang diberikan dapat berupa potongan harga, premi dan sebagainya, sehingga dapat menimbulkan motivasi yang kuat serta kesan yang positif bagi konsumen.

c. Mengundang

Mampu mengundang konsumen dengan segera karena daya tariknya yang tinggi, tetapi efeknya tidak dapat dalam jangka panjang.

3. Publisitas (*Publicity*)

Publisitas mempunyai beberapa sifat, yaitu:

a. Kredibilitasnya tinggi

Suatu berita, pernyataan ataupun komentar di media, baik media cetak ataupun media elektronik yang dapat dipercaya dan familier sangat berpengaruh besar bagi pembaca terhadap kesan perusahaan dan barangnya. Kredibilitas tinggi ini tentunya karena publikasi dianggap bukan merupakan propaganda, karena publikasi tidak dibiayai oleh perusahaan pemilik produk atau jasa.

b. Dapat menembus batas perasaan (tak disangka-sangka)

Publisitas ini mampu menjangkau konsumen yang tidak menyukai iklan, karena kesan yang timbul dari publisitas ini adalah berita yang bersifat bebas dan tidak memihak (*non commercial promotion*), lain halnya dengan iklan yang bersifat komersial.

c. Dapat mendramatisir

Publisitas juga mampu mendramatisir atau menyangatkan suasana, sebagaimana dengan iklan, tetapi pendramatisiran publisitas lebih dipercaya daripada iklan karena melakukannya bukan Perusahaan yang bersangkutan.

#### 4. Penjualan pribadi (*Personal Selling*)

Penjualan pribadi mempunyai sifat-sifat sebagai berikut:

##### a. Perorangan (*Personal*)

Personal merupakan alat promosi yang terlibat langsung, menanggapi dan berinteraksi secara langsung pula pribadi atau beberapa pribadi yang dihadapinya.

##### b. Tanggapan langsung (*Direct Respons*)

Karena personal selling mampu memberikan tanggapan atau reaksi kepada konsumen secara langsung, sehingga dapat memberikan kesan baik perusahaan ataupun konsumennya.

##### c. Mempererat hubungan perusahaan dan konsumen

Jika personal selling yang dilakukan perusahaan dapat berjalan secara efektif maka dapat mempererat hubungan perusahaan dengan konsumen. Dikatakan efektif jika komunikator (*sales presentatives*) mampu meningkatkan minat dan membina hubungan baik secara panjang.

##### d. Biaya tinggi

Karena harus berkomunikasi secara langsung dengan tatap muka dengan konsumen,

maka perlu kesempatan yang lebih banyak. Sehingga biaya persatuan yang ditanggung pembeli menjadi lebih tinggi atau mahal.

b. Tujuan Promosi.

Menurut Terence A. Shimp (2000:7)<sup>25</sup> Promosi memiliki lima fungsi yang sangat penting bagi suatu perusahaan/lembaga. Kelima fungsi tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1. *Informing* (Memberikan Informasi)

Promosi membuat konsumen sadar akan produk-produk baru, mendidik mereka tentang berbagai fitur dan manfaat merek, serta memfasilitasi penciptaan citra sebuah perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa. Promosi menampilkan peran informasi bernilai lainnya, baik untuk merek yang diiklankan maupun konsumennya, dengan mengajarkan manfaat-manfaat baru dari merek yang telah ada.

2. *Persuading* (Membujuk)

Media promosi atau iklan yang baik akan mampu mempersuasi pelanggan untuk mencoba produk dan jasa yang ditawarkan. Terkadang persuasi berbentuk mempengaruhi permintaan primer, yakni menciptakan permintaan bagi keseluruhan kategori produk. Lebih sering, promosi berupaya

---

<sup>25</sup> Shimp, Terence A. 2000. *Periklanan Promosi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

untuk membangun permintaan sekunder, permintaan bagi merek perusahaan yang spesifik.

### 3. *Reminding* (Mengingat)

Iklan menjaga agar merek perusahaan tetap segar dalam ingatan para konsumen. Saat kebutuhan muncul, yang berhubungan dengan produk dan jasa yang diiklankan, dampak promosi di masa lalu memungkinkan merek pengiklan hadir di benak konsumen. Periklanan lebih jauh didemonstrasikan untuk mempengaruhi pengalihan merek dengan mengingatkan para konsumen yang akhir-akhir ini belum membeli merek yang tersedia dan mengandung atribut-atribut yang menguntungkan.

### 4. *Adding Value* (Menambah nilai)

Terdapat tiga cara mendasar dimana perusahaan bisa memberi nilai tambah bagi penawaran-penawaran mereka, inovasi, penyempurnaan kualitas, atau mengubah persepsi konsumen. Ketiga komponen nilai tambah tersebut benar-benar independen. Promosi yang efektif menyebabkan merek dipandang lebih elegan, lebih bergaya, lebih bergengsi, dan bisa lebih unggul dari tawaran pesaing.

### 5. *Assisting* (Mendampingi upaya-upaya lain dari perusahaan)

Periklanan merupakan salah satu alat promosi. Promosi membantu perwakilan penjualan. Iklan mengawasi proses

penjualan produk-produk perusahaan dan memberikan pendahuluan yang bernilai bagi wiraniaga sebelum melakukan kontak personal dengan para pelanggan yang prospektif. Upaya, waktu, dan biaya periklanan dapat dihemat karena lebih sedikit waktu yang diperlukan untuk memberi informasi kepada prospek tentang keistimewaan dan keunggulan produk jasa. Terlebih lagi, iklan melegitimasi atau membuat apa yang dinyatakan klaim oleh perwakilan penjual lebih kredibel.

Jika fungsi di atas ditujukan lebih kepada konsumen, maka sebenarnya fungsi promosi juga memiliki tujuan untuk memenangkan persaingan dengan kompetitor. Salah satu strategi memenangkan persaingan dalam dunia pemasaran atau promosi adalah menggunakan *Public Relations* dengan baik.

### **C. Bank Syariah.**

#### **1. Pengertian Bank Syari'ah.**

Bank Syari'ah adalah lembaga keuangan perbankan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syari'ah Islam. Berdasarkan pengertian tersebut, bank Islam berarti bank yang tata cara bermu'amalat secara Islam yakni mengacu kepada ketentuan Al-qur'an dan Hadits. Atau dengan kata lain, Bank Islam adalah

lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syari'at<sup>26</sup>. Bank syari'ah memiliki keistimewaan yang membuatnya berbeda dengan bank-bank konvensional, yaitu<sup>27</sup>:

- 1) Adanya kesamaan ikatan emosional yang kuat antara pemegang saham, pengelola bank dan nasabahnya sehingga timbul rasa kebersamaan dalam menghadapi risiko usaha dan membagi keuntungan secara jujur dan adil.
- 2) Dengan adanya keterikatan secara religi, maka semua pihak yang terlibat dalam Bank Islam akan berusaha sebaik-baiknya sebagai pengamalan ajaran agamanya sehingga berapapun hasil yang diperoleh diyakini membawa berkah.
- 3) Adanya fasilitas pembiayaan (*Al-mudharabah* dan *Al-musyarakah*) yang tidak membebani nasabah sejak awal dengan kewajiban membayar biaya secara tetap. Hal ini akan memberikan kelonggaran psikologis yang diperlukan nasabah untuk dapat berusaha secara tenang dan sungguh-sungguh.

---

<sup>26</sup> Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah*, Yogyakarta: AMPYKPN, 2002, hlm. 13

<sup>27</sup> Karnaen Perwaatmadja dan M Syafi'i Antonio, *Apa Dan Bagaimana Bank Islam*, Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1992, hlm. 47-48



- 4) Dengan diterapkannya sistem bagi hasil sebagai pengganti bunga, maka tidak ada diskriminasi terhadap nasabah yang didasarkan atas kemampuannya ekonominya sehingga aksesibilitas bank Islam menjadi sangat luas.
- 5) Dengan adanya sistem bagi hasil maka untuk penyimpanan dana telah tersedia peringatan dini tentang keadaannya yang bisa diketahui sewaktu-waktu dari naik turunnya jumlah bagi hasil yang diterima.
- 6) Adanya fasilitas pembiayaan pengadaan barang modal dan peralatan produksi (*Al-murabahah* dan *Al-bai bitsaman aji*) yang lebih mengutamakan kelayakan usaha dari pada jaminan sehingga siapapun baik pengusaha ataupun bukan, mempunyai kesempatan yang luas untuk berusaha.
- 7) Dengan diterapkannya sistem bagi hasil maka *cash push inflation* yang ditimbulkan oleh perbankan sistem bunga dihapuskan sama sekali. Dengan demikian bank Islam akan dapat menjadi pendukung kebijaksanaan moneter yang andal.
- 8) Penerapan sistem bagi hasil dan ditinggalkannya sistem bunga menjadikan bank Islam lebih mandiri dari pengaruh gejolak moneter baik dari dalam maupun luar negeri
- 9) Dengan diterapkannya sistem bagi hasil maka persaingan antar bank Islam berlaku secara wajar yang ditentukan

oleh keberhasilan dalam membina nasabah dengan profesionalisme dan pelayanan yang terbaik.

10) Tersedianya fasilitas kredit kebijakan (*Al-qardul hasan*) yang tidak membebani nasabah dengan biaya apapun kecuali biaya yang dipergunakan sendiri seperti bea materai, biaya akta notaris, dan biaya studi kelayakan. Dana fasilitas ini diperoleh dari hasil pengumpulan zakat, infaq, shodaqoh para amil zakat yang masih mengendap di bank menunggu saatnya disalurkan kepada yang berhak.

## 2. Fungsi Dan Peran Bank Syari'ah.

Fungsi dan peran Bank Syari'ah yang di antaranya tercantum dalam pembukaan standar akuntansi yang di keluarkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution*), sebagai berikut<sup>28</sup>:

- 1) Manajer investasi, Bank Syari'ah dapat mengelola investasi dana nasabah.
- 2) Investor, Bank Syari'ah dapat menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang di percayakan padanya
- 3) Penyediaan jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran.
- 4) Pelaksanaan kegiatan sosial,

contoh:

---

<sup>28</sup> M. Sholahuddin, *Lembaga Ekonomi Dan Keuangan Islam*, Surakarta: UMS Press. 2006, hlm. 19.

Kewajiban mengeluarkan dan mengelola (menghimpun, mengadministrasikan, mendistribusikan) zakat serta dana sosial lainnya.

### 3. Prinsip Perbankan Syari'ah.

Prinsip perbankan syari'ah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan pembiayaan kegiatan usaha atau kegiatan lainnya yang sesuai dengan syari'ah. Beberapa prinsip hukum yang dianut oleh sistem perbankan syari'ah antara lain:

- 1) Pembayaran terhadap pinjaman dengan nilai yang berbeda dari nilai pinjaman dengan nilai ditentukan sebelumnya tidak diperbolehkan.
- 2) Pemberi dana harus turut berbagi keuntungan dan kerugian sebagai akibat hasil usaha institusi yang meminjam dana.
- 3) Islam tidak memperbolehkan "menghasilkan uang dari uang".
- 4) Uang hanya merupakan media pertukaran dan bukan komoditas karena tidak memiliki nilai intrinsik.
- 5) Unsur gharar (ketidakpastian, spekulasi) tidak diperkenankan.
- 6) Kedua belah pihak harus mengetahui dengan baik hasil yang akan mereka peroleh dari sebuah transaksi.

- 7) Investasi hanya boleh diberikan pada usaha-usaha yang tidak diharamkan dalam islam.
- 8) Usaha minuman keras misalnya tidak boleh didanai oleh perbankan syariah.

#### 4. Dasar Hukum Bank Syari'ah di Indonesia.

Bank Syari'ah di tanah air mendapatkan pijakan yang kokoh setelah adanya deregulasi sektor perbankan pada tahun 1983. hal ini karena sejak saat itu diberikan keleluasaan penentuan tingkat suku bunga, termasuk nol persen. Dengan demikian kesempatan ini belum termanfaatkan karena tidak diperkenankannya pembukaan kantor baru. Hal ini berlangsung sampai tahun 1988 dimana pemerintah mengeluarkan Pakto 1988 yang memperkenankan berdirinya bank-bank baru. Kemudian posisi perbankan syari'ah semakin pasti setelah disahkan UU perbankan No.7 tahun 1992 dimana bank diberikan kebebasan untuk menentukan jenis imbalan yang akan diambil dari nasabahnya baik bunga ataupun keuntungan-keuntungan bagi hasil<sup>29</sup>.

Dengan terbitnya PP No. 77 tahun 1999 tentang bank bagi hasil yang secara tegas memberikan batasan bahwa "bank bagi hasil tidak boleh melakukan kegiatan usaha yang tidak berasaskan prinsip bagi hasil (bunga) sebaliknya pula bank yang kegiatan

---

<sup>29</sup> Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syari'ah*, Yogyakarta: Ekonisia, 2004, hlm. 4.

usahanya tidak berdasarkan prinsip bagi hasil tidak diperkenankan melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip bagi hasil, maka jalan bagi operasional perbankan syari'ah semakin luas. Kini titik kumulasi telah tercapai dengan disahkannya UU No. 10 tahun 1998 tentang perbankan yang membuka kesempatan bagi siapa saja yang akan mendirikan bank syari'ah maupun yang ingin mengkonversi dari system konvensional menjadi sistem syari'ah.

UU No. 10 ini sekaligus menghapus pasal 6 pada PP No. 72/1992 yang melarang dual sistem. Dengan tegas pasal 6 UU No. 10/1998 membolehkan bank umum yang melakukan kegiatan secara konvensional dapat juga melakukan kegiatan usaha dengan berdasarkan prinsip syari'ah melalui<sup>30</sup>:

- a. Pendirian kantor cabang atau dibawah kantor cabang baru
- b. Pengubahan kantor cabang yang melakukan kegiatan usaha secara konvensional menjadi kantor yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syari'ah.

#### 5. Produk Bank Syari'ah.

- a. Produk Penyaluran Dana

Produk penyaluran dana di bank Syari'ah dapat dikembangkan dengan tiga model yaitu:

- 1). Transaksi pembiayaan yang ditunjukkan untuk memiliki barang dilakukan dengan prinsip jual beli.

---

<sup>30</sup> *Ibid*, hlm. 5

- 2). Transaksi pembiayaan untuk mendapatkan jasa yang dilakukan dengan prinsip sewa.
- 3). Transaksi pembiayaan yang ditunjukkan untuk usaha kerja sama yang ditunjukkan guna mendapatkan sekaligus barang dan jasa dengan prinsip bagi hasil<sup>31</sup>.

b. Produk Pelayanan Jasa

- 1). Alih utang-piutang (*Al-Hiwalah*), fasilitas hiwalah lazimnya digunakan untuk membantu supplier mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya
- 2). Gadai (*Rahn*), memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dan memberikan pembiayaan. Barang yang digadaikan wajib memenuhi kriteria; milik nasabah sendiri, jelas ukuran, sifat dan nilainya ditentukan berdasarkan nilai-nilai pasar, dapat dikuasai namun tidak boleh dimanfaatkan oleh bank.
- 3). Pinjaman Kebaikan (*Al-Qardh*), digunakan untuk membantu keuangan nasabah secara cepat dan berjangka pendek. Produk ini digunakan untuk membantu usaha kecil dan keperluan sosial, dana ini diperoleh dari zakat, infaq dan sodaqoh.

---

<sup>31</sup> M. Sholahuddin, *op.cit*, hlm. 34.

- 4). *Wakalah*, nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti transfer dan sebagainya.
- 5). *Kafalah*, bank garansi digunakan untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban pembayaran. Bank dapat mempersyaratkan nasabah untuk menempatkan sejumlah dana untuk fasilitas ini sebagai *rahn* bisa juga dengan prinsip *wadi'ah*.

#### **D. Loyalitas Nasabah.**

##### 1. Pengertian Loyalitas Nasabah.

Perilaku setelah pembelian suatu produk ditentukan oleh kepuasan atau ketidakpuasan akan suatu produk sebagai akhir dari proses penjualan. Bagaimana perilaku nasabah dalam melakukan pembelian kembali, bagaimana pelanggan dalam mengekspresikan produk yang dipakainya dan perilaku lain yang menggambarkan reaksi pelanggan atas produk yang telah digunakan atau dirasakan<sup>32</sup>.

Menurut Sheth dalam Tuti Supriyatmini, loyalitas merupakan komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten<sup>33</sup>. Sedangkan menurut

<sup>32</sup> Jill Griffin, "Customer Loyalty" Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan, Jakarta: Erlangga, 2005, hal. 31.

<sup>33</sup> Sheth dalam Tuti Supriyatmini, Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Baitul Maal Wattamwil (BMT) "ANDA" Semarang,

Dharmesta dalam Diah Dharmayanti loyalitas nasabah adalah respon perilaku/pembelian yang bersifat biasa dan terungkap secara terus-menerus oleh pengambil keputusan dengan memperhatikan satu atau lebih merek alternatif dari sejumlah merek sejenis dan merupakan fungsi proses psikologis. Namun perlu ditekankan bahwa hal tersebut berbeda dengan perilaku pembelian ulang, loyalitas pelanggan menyertakan aspek perasaan di dalamnya<sup>34</sup>.

Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa loyalitas merupakan komitmen pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang tercermin dalam pembelian ulang secara konsisten, yang selanjutnya konsumen merekomendasikan produk atau jasa perusahaan tersebut kepada orang lain.

## 2. Karakteristik Loyalitas Nasabah.

Menurut Griffin, loyalitas nasabah dalam kaitannya dengan perilaku pembelian ditandai dengan adanya<sup>35</sup>:

- 1) Melakukan pembelian ulang secara teratur (*repeat buyer*). Pelanggan membeli kembali produk yang sama yang ditawarkan oleh perusahaan.
- 2) Melakukan pembelian antar lini produk dan jasa (*purchases across product and service lines*). Pelanggan

---

Skripsi Dipublikasikan pada Digital Library Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang, 2005, hal. 38-39

<sup>34</sup> Dharmesta dalam Diah Dharmayanti, *Jurnal: Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Tabungan Bank Mandiri Cabang Surabaya)*, Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol.1, No. 1, April 2006:35-43, Staf Pengajar Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra, Surabaya, 2006, hal. 37-38.

<sup>35</sup> Jill Griffin, *op.cit.*, hal. 31



melakukan pembelian antar lini produk/ jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

3) Mereferensikan kepada orang lain (*refers other*).

Pelanggan melakukan komunikasi dari mulut ke mulut berkenaan dengan produk tersebut kepada orang lain.

4) Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing (*demonstrates immunity to the full of competitions*).

Pelanggan tidak akan tertarik terhadap tawaran produk sejenis yang dihasilkan oleh pesaing.

3. Jenis Loyalitas Nasabah.

Menurut Jill Griffin, terdapat 4 jenis loyalitas, yaitu:<sup>36</sup>

a. *No loyalty*

Untuk berbagai alasan, beberapa pelanggan tidak mengembangkan loyalitas terhadap produk atau jasa tertentu. Secara umum perusahaan harus menghindari membidik para pembeli jenis ini karena mereka tidak akan pernah menjadi pelanggan yang loyal.

b. *Spurious loyalty*

*Spurious loyalty* terjadi bila sikap yang relatif lemah disertai pola pembelian ulang yang kuat. Situasi ini ditandai dengan faktor non sikap terhadap perilaku, misalnya norma subyektif dan faktor situasional. Dimana konsumen sulit

---

<sup>36</sup> *Ibid.*, hal. 22-23

membedakan berbagai merek dalam kategori produk dengan tingkat keterlibatan rendah, sehingga pembelian ulang dilakukan atas dasar pertimbangan situasional, seperti dikarenakan penempatan produk yang strategis pada rak pajangan, lokasi outlet dipusat pembelian atau persimpangan jalan yang ramai atau faktor diskon.

*c. Latent loyalty*

Situasi latent loyalty tercermin apabila sikap yang kuat disertai pola pembelian ulang yang lemah. Situasi yang menjadi perhatian besar para pemasar ini disebabkan pengaruh faktor-faktor non sikap yang sama kuat atau bahkan cenderung lebih kuat dari pada faktor sikap dalam menentukan pembelian ulang. Bila pelanggan memiliki loyalitas yang tersembunyi, pengaruh situasi dan bukan pengaruh sikaplah yang menentukan pembelian berulang.

*d. Loyalty*

Situasi ini merupakan situasi ideal yang paling diharapkan para pemasar, di mana konsumen bersikap positif terhadap produk atau produsen (penyedia jasa) dan disertai pola pembelian ulang yang konsisten.

### **BAB III**

#### **KONDISI UMUM BANK SUMSEL BABEL SYARIAH**

##### **A. Sejarah Berdirinya Perusahaan**

PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Selatan dan Bangka Belitung Unit Usaha Syariah didirikan dan mulai operasional pada tanggal 2 Januari 2006 berdasarkan Surat Bank Indonesia No.7/110/DPIP/PRz/Pg tanggal 8 Agustus 2005 tentang Persetujuan Prinsip Pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank Saudara, yang menyatakan hal-hal sebagai berikut :

1. Persetujuan prinsip pembukaan Kantor Cabang Syariah Palembang
2. Pengangkatan :
  - Anggota Dewan Pengawas Syariah atas nama Sdr. Drs. H. Abd Muhaimin, LC, Sdr. Dr. H. Cholidi Zainuddin MA dan Sdr. Drs. H. Romli SA, M.Ag
  - Pemimpin Unit Usaha Syariah atas nama Sdr. Oktiandi;
  - Pemimpin Cabang Syariah Palembang atas nama Sdr. H. Saekan Noer, SH, MM.

Berdasarkan Pernyataan Keputusan Pemegang Saham di Luar Rapat PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Selatan Nomor 2 tanggal 3 November 2009 dan Pengesahan Menteri Hukum dan Hak Azasi Manusia Republik Indonesia Nomor AHU-56914.AH.01.02. Tahun 2009 tanggal 20 November 2009, maka Bank Sumsel berubah menjadi Bank

Sumsel Babel dan penyebutan Bank Sumsel Syariah menjadi Bank Sumsel Babel Syariah.

Pada tanggal 10 Desember 2014 sesuai dengan updating Buku Pedoman Organisasi Kantor Pusat dengan Nomor Instruksi : 452/DIR/INS/2014 tanggal 10 Desember 2014 indeks 3.017 Bab Pendahuluan Hal. vii menyatakan bahwa terdapat pengembangan struktur organisasi Bank Sumsel Babel, semula Satuan yang disebut Unit Usaha Syariah berubah menjadi Divisi Usaha Syariah yang merupakan kesungguhan komitmen Direksi untuk mengembangkan operasional bisnis berbasis syariah agar dapat tumbuh dan berkembang secara terencana, fokus dan sesuai roadmap pengembangan bisnis syariah yang disarankan oleh pemegang saham dan regulator yang diharapkan dalam memberikan kontribusi optimal bagi pertumbuhan dan perkembangan pembangunan perekonomian daerah dan nasional dengan pencapaian (achievement) optimalisasi yang akan memberikan kontribusi positif bagi kemajuan dan perkembangan Bank Sumsel Babel Syariah.

Sejalan dengan pengembangan organisasi tersebut dan berdasarkan surat penegasan OJK No.S-233/KO.5311/2014 tanggal 31 Desember 2014 tentang Rencana Pemindahan Alamat Kantor Induk UUS, dilakukan pemindahan alamat Kantor Induk UUS yang semula beralamatkan Jl. Letkol Iskandar No.537 Palembang 30129 menjadi Jl. Gubernur H. Ahmad Bastari No.7 Jakabaring Palembang

## B. Visi dan Misi Bank Sumsel Babel Syariah

Bank Sumsel Babel Syariah mempunyai visi “Menjadi Bank Terkemuka dan Terpercaya dengan Kinerja Unggul”

Adapun Misi yang diemban Bank Sumsel Babel Syari’ah adalah sebagai berikut:

1. Membantu mengembangkan potensi daerah dan meningkatkan pertumbuhan perekonomian daerah.
2. Menumbuhkembangkan *Retail Banking*, *Corporate Banking*, dan *International Banking*.
3. Mengembangkan *Human Capital* yang profesional dan tata kelola perusahaan yang baik. C. Struktur Organisasi Perusahaan dan Pembagian Tugas<sup>37</sup>

## C. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi dalam setiap perusahaan mempunyai karakteristik berbeda sesuai dengan jenis usaha, volume operasi dan luas perusahaan tetapi hal ini yang perlu diperhatikan dalam menyusun struktur organisasi adalah harus lebih fleksibel dan dapat menunjukkan garis-garis wewenang dan tanggung jawab yang jelas antara bagian-bagian didalam perusahaan.

Untuk mencapai tujuan tersebut perlu disusun struktur organisasi yang mengatur tentang pembagian tugas, hubungan kerjasama dari masing-masing komponen dan penggarisan saluran tanggung jawab dari

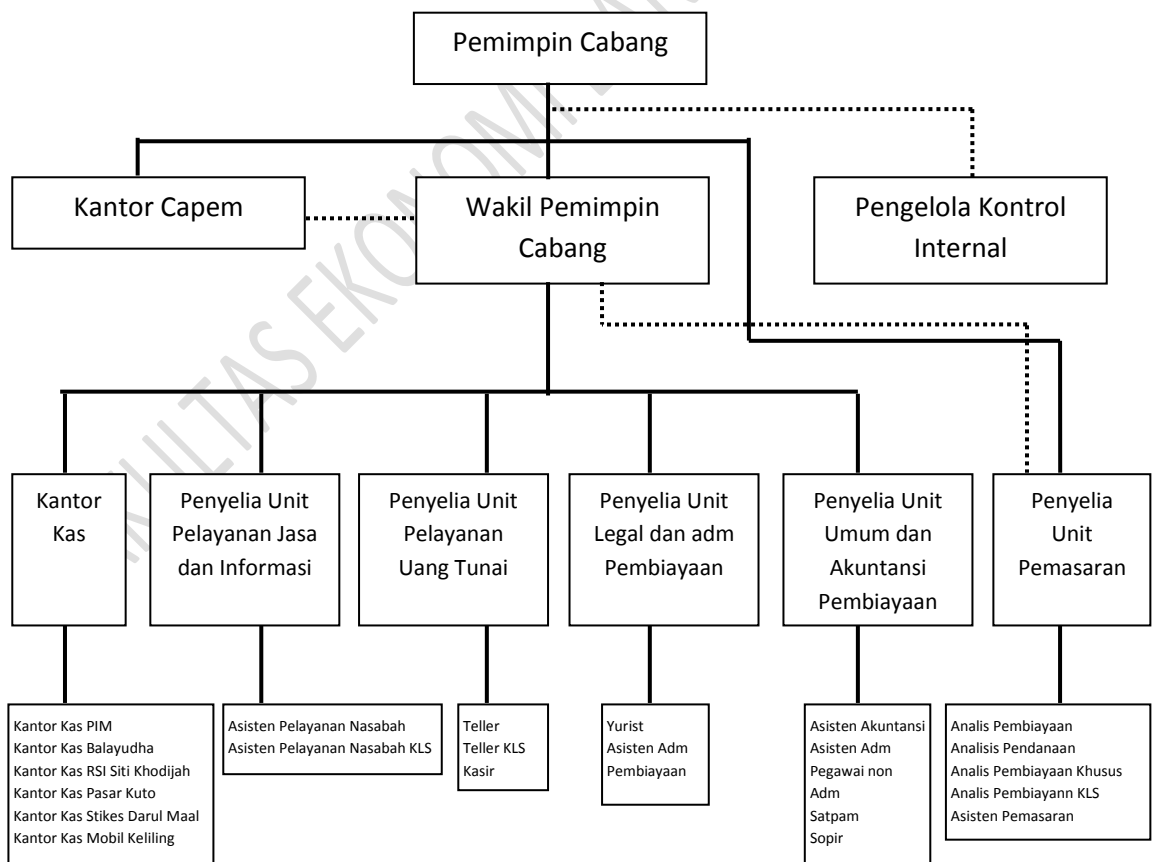
---

<sup>37</sup> Diakses dari <http://www.banksumselbabel.com/Syariah/TentangKami?ID=1>, pada tanggal 15 April 2017 Pukul 09.00 WIB

masing-masing pejabat dan suatu organisasi dengan maksud untuk dapat melaksanakan tugas pokoknya.

Sesuai dengan SK Menteri Dalam Negeri No. 584-450 tanggal 7 Mei 1987 tentang Pedoman Susunan Organisasi Bank Pembangunan Daerah yang kemudian dituangkan kedalam SK Gubernur No. 637/SK/BPDSS/1987 tanggal 7 Juli 1987 yang dilandasi SK Direksi No. 123/Dir/Kep/1992 tanggal 19 November 1972 yang nantinya akan mengatur kepala SK Mendagri No. 141 tanggal 1 November 1995.

Berikut ini struktur organisasi PT. Bank SumselBabel Syariah Cabang Palembang.



Gambar 3.1. Struktur Organisasi Bank Sumsel babel Cabang Syariah Palembang.

#### **D. Pembagian Tugas dan Wewenang**

Dari gambar 3.1 struktur organisasi di atas maka pembagian tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian adalah:

##### **1. Pimpinan Cabang**

- a. Menetapkan rencana kerja dan anggaran kantor cabang, sasaran usaha dan tujuan yang akan di capai.
- b. Mengarahkan, mengendalikan dan mengawasi secara langsung maupun tidak langsung kinerja unit-unit di bawahnya menurut bidang tugas masing-masing sesuai dengan sistem dan prosedur yang telah ditetapkan.
- c. Ikut berpartisipasi dalam memasarkan produk dan jasa PT. Bank SumselBabel Syariah Palembang kepada nasabah atau calon nasabah yang potensial, dalam rangka meningkatkan volume bisnis dan penguasaan pasar di wilayah kerja.

##### **2. Wakil Pimpinan Cabang**

- a. Memberikan dukungan kepada pemimpin cabang Syariah dalam mengendalikan dan mengkoordinasikan aktivitas.
- b. Memberikan informasi dan melayani transaksi produk pembiayaan, pendanaan dan jasa dengan prinsip syariah dan mengelola pajak.
- c. Melayani transaksi tunai dan memindahkan serta kegiatan eksternal/payment point.

### 3. Kantor Kas

Membantu kantor cabang induk dalam memasarkan produk dan jasa Bank Sumsel Syariah dan bertanggung jawab untuk mengarahkan, mengendalikan, dan mengawasi kinerja pegawai kantor kas dalam hal :

- a. Memberikan informasi mengenai produk dan jasa PT Bank SumselBabel Syariah Palembang.
- b. Melayani transaksi produk dan jasa dalam negeri.
- c. Melakukan administrasi dan pembukuan dari dan ke rekening kantor cabang induk.

### 4. Penyelia Unit Pelayanan Jasa dan Informasi

- a. Memberikan informasi mengenai produk-produk dan jasa yang tersedia.
- b. Memberikan informasi mengenai syarat pembukaan dan penutupan rekening dan membantu nasabah dalam kelengkapan aplikasi.
- c. Melayani permohonan kartu ATM.

### 5. Penyelia Unit Pelayanan Uang Tunai

- a. Melayani semua jenis transaksi kas/tunai dan pemindahan ataupun kliring.
- b. Melayani kegiatan eksternal/payment point.

### 6. Penyelia Unit Legal dan Adm. Pembiayaan

- a. Mengelola Administrasi pembiayaan.
- b. Mengelola pembuatan perjanjian pembiayaan dan pengikatan barang jaminan.



#### 7. Penyelia Unit Umum dan Akuntansi

- a. Memeriksa kebenaran transaksi keuangan.
- b. Memantau dan mengendalikan transaksi pembukuan rekening nasabah dan rekening keuangan kantor cabang syariah.
- c. Mengelola data informasi kondisi keuangan kantor cabang syariah dan rekening nasabah.

#### 8. Penyelia Unit Pemasaran

- a. Memberikan informasi mengenai produk pendanaan, pembiayaan dan jasa PT. Bank SumselBabel Syariah Syariah.
- b. Memasarkan produk pembiayaan pendanaan dan jasa perbankan Syariah kepada nasabah/calon nasabah.
- c. Mengelolah permohonan pembiayaan dan memantau kolektibilitas nasabah.

#### 9. Kontrol Intern

- a. Melaksanakan perbaikan atau penyempurnaan atas temuan audit intern dan ekstern oleh masing-masing unit.
- b. Mengawasi dan mengendalikan proses kegiatan harian dan manajemen.
- c. Mendistribusikan surat masuk yang berkaitan dengan ketentuan pelaksanaan transaksi/kegiatan perbankan.

#### 10. Asisten Pelayanan Nasabah ataupun Asisten Pelayanan Nasabah KLS

- a. Memberikan informasi mengenai produk dan jasa Bank Sumsel Syariah

- b. Melayani permohonan pembukaan/perubahan/penutupan rekening tabungan giro dan deposito
- c. Melayani transaksi produk dan jasa PT. Bank SumselBabel Syariah Palembang.

#### 11. Teller ataupun Teller Kas

- a. Melayani transaksi tunai/kas.
- b. Melayani pemindahan kliring.
- c. Melayani bagian eksternal/payment point

#### 12. Kasir

Kasir mempunyai tugas yaitu adalah mengelola kas besar dan kas ATM serta mengelola pelaksanaan cash supply/remise ke Bank Indonesia.

#### 13. Yurist

Yurist mempunyai tugas yaitu adalah membantu mengelola aspek legal seluruh aktivitas proses dokumen atau administrasi pembiayaan dan pemberian konsultasi mengenai pelaksanaan kebijakan melindungi dan membela kepentingan hukum perusahaan sesuai dengan kegiatan usaha PT Bank SumselBabel Syariah Palembang serta melakukan penanganan atas penyelesaian perkara hukum, layanan dan bimbingan hukum kepada seluruh unit organisasi cabang syariah.

#### 14. Asisten Administrasi Pembiayaan

- a. Membantu mengelola administrasi atau partepel pembiayaan.
- b. Memantau dan mengelola penerbitan jaminan bank.

#### 15. Asisten Umum dan Akuntansi

- a. Memeriksa kebenaran transaksi keuangan
- b. Memantau dan mengendalikan transaksi pembukuan rekening nasabah dan rekening keuangan kantor cabang.
- c. Mengelola data informasi kondisi keuangan kantor cabang dan rekeningnasabah.

#### 16. Analisis Pembiayaan

- a. Memasarkan produk dan jasa perbankan kepada nasabah/calonsnasabah serta kolektibilitas pembiayaan.
- b. Mengelola permohonan pembiayaan dan pemantauan nasabah serta kolektibilitas pembiayaan.
- c. Memantau unit usaha syariah dan kantor cabang lainnya di bidang pemasaran.

#### 17. Analisis Pendanaan

- a. Memasarkan produk pendanaan (funding) dan jasa perbankan kepada nasabah / calon nasabah.
- b. Melayani dan mengembangkan hubungan dengan nasabah.
- c. Melakukan penelitian potensi ekonomi daerah untuk menyusun peta bisnis.

#### 18. Asisten Pemasaran

- a. Memasarkan dan mengelola pembiayaan standar.
- b. Memasarkan produk perbankan syariah kepada nasabah/calonsnasabah.
- c. Membina hubungan dengan nasabah

## E. Produk-Produk Bank Sumsel Babel Syariah

### 1. Produk Penghimpunan dana

#### a. Giro *Rofiqoh*

Giro *Rofiqoh* merupakan simpanan nasabah berbentuk giro dengan prinsip titipan sesuai syariah dan penuh keberkahan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan media cek atau bilyet giro.

Dengan prinsip ini, giro Anda diperlakukan sebagai titipan yang kami jaga keamanan dan ketersediaannya setiap saat guna membantu kelancaran transaksi anda.

Giro ini bisa dimiliki oleh nasabah dengan syarat-syarat:

- 1) Perorangan dengan setoran awal Rp500.000,-
- 2) Perusahaan (Badan Usaha/ Badan Hukum) dengan setoran awal Rp1.000.000,-

Keunggulan Giro *Rofiqoh* Bank Sumsel Babel Syariah antara lain :

- 1) Dapat memperoleh bonus yang menarik
- 2) Dapat disetor dan ditarik diseluruh kantor Bank Sumsel Babel (Konvensional dan Syariah) pada jam kas
- 3) Pengoperasian dana ke sektor riil yang menguntungkan untuk kemajuan ekonomi umat dengan tidak bertentangan dengan syariah.

b. Deposito *Kaffah*

Deposito *Kaffah* merupakan simpanan nasabah berbentuk Deposito atas nama perorangan/pribadi, perusahaan, dan yayasan berdasarkan prinsip mudharabah mutlaqah, diperuntukkan bagi Anda yang menginginkan dananya diinvestasikan secara syariah. Dana Anda akan dimanfaatkan dan diinvestasikan secara produktif dalam bentuk pembiayaan berbagai jenis usaha secara profesional tanpa melupakan prinsip Syariah.

Syarat pembukaan Deposito :

- 1) Setoran pertama per bilyet minimal Rp.1 jt
- 2) Biaya materai Rp.6 rb dimana ada baiknya anda memiliki Rekening tabungan untuk penampungan bagi hasil Deposito.

Keunggulan dari Deposito yang kami tawarkan antara lain :

- 1) Pencairan Deposito dapat dilakukan diseluruh kantor Bank Sumsel Babel (baik Konvensional maupun Syariah),
- 2) Lebih fleksibel, karena jika diperlukan pencairan dapat dilakukan sebelum tanggal jatuh tempo
- 3) Bagi hasil yang anda terima dapat dipotong zakat sehingga pendapatan bagi hasil tersebut benar-benar bersih dan berkah

c. Deposito *Rofiqoh*

Deposito *Rofiqoh* merupakan produk simpanan nasabah berbentuk Deposito atas nama perorangan/pribadi berdasarkan prinsip bagi hasil sesuai syariah dengan penuh keberkahan.

Diperuntukkan bagi Anda yang menginginkan dananya diinvestasikan secara syariah. Dana Anda akan dimanfaatkan dan diinvestasikan secara produktif dalam bentuk pembiayaan berbagai jenis usaha secara professional tanpa melupakan prinsip syariah.

Syarat pembukaan Deposito *Rofiqoh* :

- 1) Setoran pertama per bilyet minimal Rp.5 jt dan maksimal Rp. 250 jt
- 2) Biaya materai Rp. 6 rb dimana ada baiknya Anda memiliki Rekening Tabungan untuk penampungan bagi hasil Deposito

Keunggulan dari Deposito yang kami tawarkan antara lain :

- 1) Memperoleh bagi hasil dengan besaran (nisbah) yang transparan
- 2) Pembukaan rekening dapat dilakukan diseluruh jaringan kantor Bank Sumsel Babel (Syariah dan Konvensional)

- 3) Lebih fleksibel, karena jika diperlukan pencairan dapat dilakukan sebelum tanggal jatuh tempo dan bagi hasil yang Anda terima
- 4) dapat dipotong zakat sehingga pendapatan bagi hasil tersebut benar-benar bersih dan berkah

d. Tabungan Tasbih

Niat ibadah haji anda akan lebih terencana dengan sarana pendayaan terpercaya dari Bank Sumsel Babel Syariah. Tabungan Tasbih merupakan simpanan berupa tabungan yang diperuntukan bagi jemaah calon haji secara perorangan yang akan dikelola berdasarkan prinsip *mudharabah mutlaqah* dan *al-wadiah*.

Persyaratan :

- 1) Saldo pertama minimal Rp. 500 rb

Keunggulan dari tabungan tasbih antara lain;

- 1) Dapat dilakukan diseluruh kantor Bank Sumsel Babel (Syariah dan Konvensional)
- 2) Online dengan SISKOHAT, ditanggung Asuransi,
- 3) Khusus Tabungan Tasbih Wadiah bebas biaya administrasi, dan bisa mendapatkan dana talangan

e. Tabungan *Rofiqoh*

Merupakan Simpanan Nasabah berbentuk Tabungan dengan prinsip *al-wadi'ah yad ad dhamanah* yang

penarikannya dapat dilakukan setiap saat. Tabungan ini dapat membantu pengelolaan keuangan Anda lebih baik.

Al-Wadiah adalah titipan murni yang dilakukan nasabah sebagai Penitip (*Muwaddi'*) kepada Bank sebagai pihak yang menerima titipan dana (*Mustawda'*), dimana Bank harus menjaga keutuhan dana tersebut tanpa berkewajiban memberikan imbalan/bagi hasil kepada Nasabah.

*Wadiah Yad ad Dhamanah* adalah titipan dana nasabah pada bank yang dapat digunakan oleh Bank dan bank menjamin akan mengembalikan titipan tersebut sebesar pokok yang dititipkan.

Keuntungan/ kerugian atas pemanfaatan dana tersebut sepenuhnya menjadi hak dan tanggung jawab dari bank, sedangkan pemilik dana (*shahibul maal*) tidak memperoleh imbalan dan tidak bertanggung jawab jika terjadi kerugian. Namun kepada pemilik dana dapat diberikan bonus yang tidak diperjanjikan di depan melainkan tergantung dari kebijakan bank yang dikaitkan dengan pendapatan Bank.

Persyaratan dan ketentuan Mudah :

Perorangan :

- 1) Menyerahkan foto copy KTP/SIM/Paspor atau identitas lainnya yang masih berlaku dengan memperlihatkan aslinya.



- 2) Mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening.
- 3) Menandatangani formulir penunjukan ahli waris.
- 4) Setoran pertama minimal Rp 50.000,-

Perusahaan (Badan Usaha / Badan Hukum)

- 1) Menyerahkan foto copy Akta pendirian/ Anggaran Dasar dan pengesahan sebagai Badan Hukum atau Perusahaan dan Akta Perubahan (jika ada) dengan memperlihatkan aslinya.
- 2) Menyerahkan foto copy NPWP dan izin-izin usaha yang masih berlaku dengan memperlihatkan aslinya.
- 3) Menyerahkan foto copy KTP/SIM/Paspor atau identitas lainnya yang masih berlaku dari pengurus yang mewakili Badan/Perusahaan dengan memperlihatkan aslinya.
- 4) Mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening.
- 5) Menandatangani formulir penunjukan ahli waris.
- 6) Setoran pertama minimal Rp 50.000,-

Keunggulan:

- 1) Uang Anda aman Duniawi dan *Ukhrowi* karena dikelola secara syariah, Insya Allah barokah.
- 2) Dapat memperoleh bonus yang menarik.

- 3) Dapat disetor dan ditarik diseluruh kantor Bank Sumsel Babel (Syariah maupun Konvensional) pada jam kas dengan menunjukan buku tabungan *Rofiqoh*.
- 4) Dapat memperoleh Kartu ATM Bank Sumsel Babel Syariah yang bisa digunakan pada seluruh jaringan ATM Bank Sumsel Babel.
- 5) Anda bisa melakukan transaksi penarikan tunai dan info saldo pada jaringan ATM BCA/Prima diseluruh Indonesia.
- 6) Pengoperasian dana ke sektor riil yang menguntungkan untuk kemajuan ekonomi umat dan tidak bertentangan dengan syariah.

f. Tabungan *Kaffah*

Tabungan *Kaffah* merupakan simpanan dengan prinsip *Mudharabah Mutloqoh* dan diperuntukan bagi perorangan, dengan menghadirkan berbagai keunggulan dan kemudahan dalam bertransaksi, seperti:

- 1) Syarat pembukaan mudah:
  - a. Cukup melampirkan fotocopy identitas diri
  - b. Setoran awal Rp. 300.000,-
- 2) Bagi hasil kompetitif dan dapat dipotong zakat secara otomatis
- 3) Biaya adm bulanan Rp.6000,-

4) Dapat ditarik dan disetor diseluruh jaringan kantor Bank Sumsel Babel (Syariah dan Konvensional).

a. Kartu ATM dapat digunakan diribuan mesin ATM dan EDC diseluruh Indonesia:

- i. Jaringan ATM Bank Sumsel Babel
- ii. Jaringan ATM Bersama dan ATM berlogo Prima
- iii. Jaringan EDC Bank Sumsel Babel

b. Dilengkapi fasilitas SMS Banking

2. Produk penyaluran dana

a. Multijasa iB

Pembiayaan Multijasa iB merupakan fasilitas pembiayaan untuk membiayai keperluan jasa anda seperti pengobatan, pembayaran uang sekolah, pernikahan, dll.

b. Griya Sejahtera iB

Peruntukan :

Masyarakat berpenghasilan tetap (tidak termasuk pensiun) baik gajinya dibayarkan melalui Bank Sumsel Babel maupun tidak masyarakat berpenghasilan tidak tetap

Syarat Developer :

a. PGS siap huni

- 1) Nasabah Giro atau Nasabah Pinjaman
- 2) Anggota REI

- 3) Memiliki izin-izin usaha yang masih berlaku
- 4) Lokasi perumahan memiliki : izin pemakaian lokasi tanah dan gambar/site plan dari instansi yang berwenang, bukti penguasaan tanah minimal sertifikat tanah induk, IMB rumah

b. PGS siap bangun

- 1) Tidak tercantum dalam daftar hitam BI dan nasabah macet
- 2) memiliki pengalaman minimal 1 (satu) lokasi perumahan menengah keatas atau ruko atau rukan
- 3) Proposal rumah atau ruko/rukan yang akan dibiayai dengan fasilitas PGS siap bangun
- 4) Daftar bidang/kavling tanah + nomor sertifikat per bidang per kavling (apabila sudah terpecah)
- 5) Fotokopi persyaratan yang harus dipenuhi (Cfr. Syarat Developer untuk PGS siap bangun)
- 6) Sebelum pelaksanaan penandatanganan PKS dengan Developer, pemberi pembiayaan terlebih dahulu melaksanakan verifikasi terhadap kebenaran data dan persyaratan yang disampaikan Developer

Persyaratan :

a. PGS Siap Huni

- 1) Fotokopi KTP suami/isteri yang masih berlaku

- 2) Fotokopi Kartu Keluarga dan Surat Nikah
- 3) Fotokopi NPWP dan SPT Pajak tahun terakhir (untuk permohonan pembiayaan diatas Rp. 50 jt
- 4) Khusus untuk PNS : melampirkan fotokopi SK Capeg, SK PNS, SK Terakhir, Surat Berkala Terakhir, Kartu Pegawai dan Kartu Taspen
- 5) Khusus Non PNS : melampirkan fotokopi SK Pengangkatan pertama dan SK terakhir
- 6) Khusus untuk masyarakat berpenghasilan tidak tetap : melampirkan fotokopi izin-izin usaha

b. PGS Siap Bangun

- 1) Perjanjian jual beli (indent) yang telah ditandatangani antara pemohon dengan Developer
- 2) Fotokopi KTP Suami/isteri yang masih berlaku
- 3) Fotokopi NPWP dan SPT Pajak tahun terakhir (untuk pemohon pembiayaan diatas Rp. 50 jt
- 4) Khusus PNS : melampirkan fotokopi SK Capeg, SK PNS, SK Terakhir, Surat Berkala Terakhir, Kartu Pegawai dan Kartu Taspen
- 5) Khusus Non PNS : melampirkan Fotokopi SK Pengangkatan Pertama dan SK Terakhir
- 6) Khusus untuk masyarakat berpenghasilan tidak tetap : melampirkan fotokopi izin-izin usaha

c. Pemilikan Kendaraan iB

Peruntukan :

- 1) Masyarakat berpenghasilan tetap (PNS dan Non PNS)
- 2) Masyarakat berpenghasilan tidak tetap

Keunggulan Produk :

- 1) Bebas dari transaksi ribawi
- 2) proses relatif mudah dan cepat
- 3) Margin ringan dan bersaing
- 4) Jangka waktu fleksibel

Akad yang digunakan adalah Akad Murabahah

Persyaratan Umum :

- Penduduk setempat

Melampirkan :

- 1) Fotokopi identitas diri (suami/istri)
- 2) Fotokopi Kartu Keluarga
- 3) Fotokopi Surat Nikah (bagi yang sudah menikah)
- 4) Surat penawaran dari penjual
- 5) Rincian penghasilan
- 6) Fotokopi NPWP dan SPT Pajak (sesuai dengan ketentuan yang berlaku)

Persyaratan khusus :

- 1) Masyarakat berpenghasilan tetap

- 2) PNS melampirkan : SK Capeg, SK PNS, SK Terakhir, Surat Berkala Terakhir, Kartu Pegawai dan Kartu Taspen
- 3) Pensiunan (batas usia masih dicover oleh Asuransi Jiwa, melampirkan SK Pensiun & Kartu Pensiun)
- 4) Non PNS melampirkan SK Pengangkatan Pertama dan SK Terakhir
- 5) Masyarakat berpenghasilan tidak tetap
  - Usia antara 21 - 60 tahun
  - Usaha sudah berjalan 3 (tiga) tahun
  - Melampirkan fotokopi izin-izin usaha sesuai dengan bidang usaha

d. Pembelian Barang iB

Peruntukan :

- 1) Masyarakat berpenghasilan tetap (PNS non PNS)
- 2) Masyarakat berpenghasilan tidak tetap

Keunggulan Produk :

- 1) Bebas dari transaksi ribawi
- 2) proses relatif mudah dan cepat
- 3) margin ringan dan bersaing
- 4) jangka waktu fleksibel

Akad yang digunakan yaitu akad Murabahah

Persyaratan umum :

- Penduduk setempat

Melampirkan :

- 1) Fotokopi Identitas diri (Suami/istri)
- 2) Fotokopi Kartu Keluarga
- 3) Fotokopi Surat Nikah (bagi yang sudah menikah)
- 4) Surat penawaran dari penjual
- 5) Rincian penghasilan
- 6) Fotokopi NPWP dan SPT Pajak (sesuai dengan ketentuan yang berlaku)

Persyaratan Khusus :

- 1) Masyarakat berpenghasilan tetap
- 2) PNS melampirkan : SK Capeg, SK PNS, SK Terakhir, Surat Berkala Terakhir, Kartu Pegawai dan Kartu Taspen
- 3) Pensiunan batas usia masih di cover oleh Asuransi Jiwa melampirkan SK Pensiun dan Kartu Pensiun
- 4) Non PNS melampirkan SK Pengangkatan Pertama dan SK Terakhir
- 5) Masyarakat berpenghasilan tidak tetap :
  - usia antara 21-60 tahun
  - usaha sudah berjalan 3 (tiga) tahun
  - melampirkan copy izin-izin usaha sesuai dengan bidang usaha



e. Investasi iB

Peruntukan :

- 1) Perorangan
- 2) Perusahaan/Badan usaha

Keunggulan Produk :

- 1) Bebas dari transaksi ribawi
- 2) Proses relatif mudah dan cepat
- 3) Margin/sewa ringan dan bersaing

Persyaratan :

- 1) Melampirkan fotokopi izin-izin usaha sesuai dengan bidang usaha
- 2) Surat penawaran barang dari penjual (dealer/agen)
- 3) Laporan keuangan usaha minimal 2 (dua) tahun terakhir
- 4) Fotokopi NPWP dan SPT Pajak (sesuai ketentuan yang berlaku)

f. Modal Kerja iB

Peruntukan :

- 1) Nasabah Perorangan
- 2) Perusahaan/Badan Hukum

Keunggulan :

- 1) Menimbulkan rasa tentram, terhindar dari transaksi yang ribawi
- 2) Terbebas dari biaya yang ditetapkan diawal

- 3) Menimbulkan rasa aman dengan memberikan pembiayaan yang lebih adil

Persyaratan :

a. Nasabah perorangan

- 1) Fotokopi Identitas Diri (KTP Suami/isteri)
- 2) Fotokopi Kartu keluarga
- 3) Fotokopi Surat Nikah (bagi yang sudah menikah)
- 4) Fotokopi izin-izin usaha seperti SITU, SIUP, TDP atau keterangan usaha dari kelurahan/kecamatan
- 5) Fotokopi bukti kepemilikan jaminan
- 6) Fotokopi NPWP dan SPT Pajak (sesuai ketentuan yang berlaku)

b. Perusahaan/Badan Hukum

- 1) Fotokopi izin-izin usaha seperti Akta Pendirian, SITU, SIUP, TDP, dll
- 2) Fotokopi bukti kepemilikan jaminan
- 3) Fotokopi NPWP dan SPT Pajak (sesuai ketentuan yang berlaku)
- 4) Laporan keuangan 2 (dua) tahun terakhir

g. *Qard* Haji iB

Pembiayaan *Qard* Haji Bank Sumsel Babel Syariah merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada calon

Haji untuk menutupi kekurangan setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) melalui Tabungan Tasbih untuk memenuhi ketentuan booking seat atau untuk pelunasan BPIH.

Adapun manfaat dari dari *Qard* Haji ini adalah memenuhi kebutuhan dana untuk menutupi kekurangan dana sebagai persyaratan dalam memperoleh booking seat atau pelunasan BPIH yang diperuntukkan untuk masyarakat berpenghasilan tetap dan tidak tetap.

Keunggulan:

- 1) Bebas ribawi
- 2) Proses relatif mudah dan cepat.

h. Gadai Emas iB

Gadai Emas iB adalah fasilitas pinjaman kepada nasabah dengan jaminan berupa emas dengan menggunakan prinsip gadai. Emas tersebut ditempatkan dalam pengadaan dan pemeliharaan Bank. Bank akan mengenakan biaya sewa dengan prinsip ijarah.

Keunggulan :

- 1) Biaya lebih rendah
- 2) Proses cepat

Persyaratan :

- 1) Nasabah hanya perlu membawa barang gadai berupa emas
- 2) Melampirkan fotokopi KTP dan mengisi formulir gadai
- 3) Biaya Administrasi dan biaya sewa emas langsung dibayar dimuka sehingga nasabah tidak harus membayar biaya tambahan pada saat pelunasan (hanya pinjaman saja).
- 4) Jangka waktu maksimum 6 bulan, dan apabila nasabah tidak mampu membayar pada saat batas akhir, nasabah bisa memperpanjang pinjamannya dengan membayar atau mendapatkan selisih taksiran saat itu.

2. Produk Layanan

a. SMS Banking Telepati

Adalah fasilitas SMS Banking dari Bank Sumsel Babel begitu fleksibel namun tetap aman dan bisa dilakukan dimana saja, setiap saat dari ponsel/handphone anda.

Kemudahan yang diberikan Telepati :

- 1) Registrasi dan aktifasi online di seluruh kantor dan ATM Bank Sumsel Babel
- 2) Dapat diakses oleh semua provider GSM/CDMA (0811713311 semua provider, 3311 Telkomsel)
- 3) Tidak perlu ganti Sim Card

- 4) Menggunakan perintah pesan sederhana
- 5) Transaksi online dan Real Time
- 6) Biaya per transaksi sangat kompetitif

Syarat SMS Banking :

- 1) Memiliki identitas diri yang masih berlaku  
(KTP/SIM/Paspor/Kartu Pelajar dll)
- 2) Memiliki Rekening Tabungan dan atau Giro di Bank  
Sumsel Babel yang masih aktif
- 3) Memiliki ATM Bank Sumsel Babel
- 4) Mengisi formulir permohonan fasilitas layanan SMS  
Banking
- 5) Memiliki telepon selular

Fasilitas-fasilitas SMS Banking Bank Sumsel Babel :

- 1) Transaksi SMS
  - Cek Saldo
  - Cek Rekening Terdaftar
  - Cek Rekening Tujuan Transfer
  - Pindah Bukuan

- 2) Notifikasi/Penyampaian pesan

Penyampaian pesan kepada nasabah sesuai dengan permohonan nasabah. Notifikasi tersebut antara lain :

- Penyampaian berita jika ada transaksi penyetoran/penarikan melewati batas tertentu

- Penyampaian berita jika transaksi kliring dan lainnya

3) Transfer

- Transfer antar Rekening Bank Sumsel Babel
- Transfer ke Bank Lain

4) Payment

- Pembayaran tagihan Kartu Halo, Matrix, Star One
- Pembelian voucher Simpati, Mentari, AS, IM3, Star One

5) Pembayaran Tagihan

- PLN/NTL
- Telkom
- Tv berbayar (Indovision, AoraTv, telkomvision)
- Tiket Pesawat (Garuda)
  - a. Batas Transaksi / hari : transfer payment dan order booking Rp. 15.000.000,-
  - b. Batas Transaksi 10 X / hari
  - c. Biaya Transfer ke Rekening Bank Sumsel Babel Rp. 1.000,- / transaksi
  - d. Biaya Transfer Antar Bank Rp. 5.000,- / transaksi
  - e. Biaya Administrasi Rp. 2.000,- / transaksi
  - f. Biaya Notifikasi Rp. 500,- / SMS

b. Phone Banking

Phone Banking adalah layanan Perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui FIX Telepon atau Telepon Selular dimana nasabah dalam menggunakan fasilitasnya dituntun dengan menggunakan media suara/audio oleh mesin penjawab.

Syarat Phone Banking :

- 1) Memiliki identitas diri yang masih berlaku (KTP/SIM/Paspor/Kartu Pelajar dll)
- 2) Memiliki Rekening Tabungan dan atau Giro di Bank Sumsel Babel yang masih aktif
- 3) Mengisi formulir permohonan fasilitas layanan Phone Banking

Yang dapat menikmati fasilitas informasi pada layanan Phone Banking adalah :

- 1) Instansi Pemerintah Daerah/Provinsi/Kabupaten/Kota
- 2) Nasabah Giro Perusahaan
- 3) Nasabah Perorangan (Giro dan Tabungan)

Nasabah Instansi Pemerintah Daerah/Provinsi/Kabupaten Kota dapat menikmati layanan Phone Banking berupa Informasi Saldo, Informasi 10 transaksi terakhir, Cetak Rekening Koran, Informasi Suku Bunga, Bunga Deposito, Informasi Valas, Penggantian PIN.

Nasabah Giro Perusahaan/Badan dapat menikmati layanan Phone Banking berupa Informasi Saldo, Informasi 10 transaksi terakhir, Cetak Rekening Koran, Informasi Suku Bunga Deposito, Informasi Valas, Penggantian PIN.

Nasabah Perorangan dapat menikmati layanan Phone Banking berupa Informasi Saldo, Informasi 10 transaksi terakhir, Cetak Rekening Koran, Informasi Suku Bunga Deposito, Informasi Valas, Penggantian PIN dan Transfer (Pemindahbukuan)

c. ATM

Kartu ATM/Debit Visa Bank Sumsel Babel adalah kartu khusus yang diberikan oleh Bank kepada pemilik Rekening yang dapat digunakan untuk bertransaksi secara elektronik atas Rekening tersebut. Pada saat kartu digunakan bertransaksi akan langsung mengurangi dana yang tersedia pada Rekening atau menambah dana ke rekening yang dituju.

Syarat-syarat menjadi Pemegang Kartu ATM/Debit Bank Sumsel Babel :

- 1) Memiliki Rekening Tabungan atau Giro Perorangan
- 2) Mengajukan permohonan kepemilikan Kartu ATM/Debit
- 3) Melampirkan fotokopi bukti identitas diri dan menunjukkan bukti asli identitas



**Fitur-fitur kartu :**

- 1) Penarikan cepat
- 2) Penarikan jumlah tertentu
- 3) Penggantian PIN
- 4) Informasi Saldo
- 5) Transfer ke sesama Bank Sumsel Babel & ke Bank lain
- 6) Pembayaran Uang pendidikan, PLN/voucher PLN, PDAM (Tirta musi, Tirta randik), PBB-P2, Pajak kendaraan bermotor, Tv berbayar (Indovision, AoraTv, Telkomvision), Tiket (Garuda, Sriwijaya Air), Telkom, Telkomsel (Halo, AS, Simpati), Indosat (Mentari, Star One, IM3, Matrix), XL

**Batas Penarikan Kartu :**

- 1) Kartu Biru Rp. 5.000.000,- / hari
- 2) Kartu Gold Rp. 7.500.000,- / hari
- 3) Kartu Platinum Rp. 10.000.000,- / hari

**Batas Belanja :**

- 1) Kartu Biru Rp. 10.000.000,- / hari
- 2) Kartu Gold Rp. 15.000.000,- / hari
- 3) Kartu Platinum Rp. 50.000.000,- / hari

**Batas Pembayaran :**

- 1) Kartu Biru Rp. 5.000.000,- / hari

2) Kartu Gold Rp. 10.000.000,- / hari

3) Kartu Platinum Rp. 15.000.000,- / hari

Batas Transfer antar Rekening Bank Sumsel Babel :

1) Kartu Biru Rp. 10.000.000,- / hari

2) Kartu Gold Rp. 25.000.000,- / hari

3) Kartu Platinum Rp. 50.000.000,- / hari

Batas Transfer antar Bank/IBF :

1) Kartu Biru Rp. 5.000.000,- / hari

2) Kartu Gold Rp. 15.000.000,- / hari

3) Kartu Platinum Rp. 25.000.000,- / hari

Batas Administrasi :

1) Kartu Biru Rp. 2.500,- / bulan

2) Kartu Gold Rp. 5.000,- / bulan

3) Kartu Platinum Rp. 10.000,- / bulan

Batas Pembuatan Kartu ATM :

1) Kartu Biru Biasa Rp. 3.000,-

2) Kartu Biru Visa Rp. 7.500,-

3) Kartu Gold Biasa Rp. 10.000,-

4) Kartu Gold Visa Rp. 10.000,-

5) Kartu Platinum Rp. 20.000,-

6) Kartu Platinum Rp. 20.000,-

- Biaya Transaksi Tunai, Informasi Saldo : Tanpa Biaya

- Biaya Transaksi Tunai, Informasi Saldo Bank Lain : Rp. 5000,- / transaksi
- Biaya Transaksi Transfer Via ATM Bank Lain : Rp. 5.000,- / transaksi
- Biaya Transaksi Debit Prima/Visa Rp. 5.000,- / transaksi <sup>38</sup>

---

<sup>38</sup> Diakses dari <http://www.banksumselbabel.com/Syariah/Produk?ID=1>, pada tanggal 2 Mei 2017 pukul 10.00 WIB

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Strategi Promosi Bank Sumsel Syariah**

Pada bab sebelumnya telah dijelaskan bahwa promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang memiliki peranan penting. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan lainnya yaitu produk, harga dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru.<sup>39</sup>

Tujuan kegiatan promosi adalah memberitahukan dan mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keberadaan produk, tentang kemanfaatan, tentang keunggulan, tentang atribut-atribut yang dimiliki, tentang harga, dimana dan cara memperolehnya. Kegiatan promosi menjadi penting apalagi di era keterbukaan informasi ini. Masyarakat telah dibuat kenyang dengan informasi yang membanjir.

---

<sup>39</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010, Cet. 9, hlm. 222

Oleh karena itu bank harus memilih cara yang efektif untuk bisa menyampaikan berita kepada masyarakat dengan efektif.<sup>40</sup>

#### 1. Syarat-syarat promosi menurut syariah

- a. Suka sama suka. Artinya, akad dibuat atas dasar ridha di antara kedua belah pihak dan tidak ada paksaan dari unsure manapun.
- b. Tidak boleh menzalimi. Artinya, harus ada kesetaraan posisi sebelum terjadinya akad.
- c. Keterbukaan. Artinya, kedua belah pihak memiliki pengetahuan yang sama tentang objek kerjasamanya. Jika salah satu pihak tidak tahu maka pihak lain wajib memberitahukan. Dan barang harus jelas, tidak ada kondisi barang yang disembunyikan dari kekurangannya.
- d. Dokumentasi. Artinya, bukti pembayaran secara tertulis kedua belah pihak.

Adapun Bank Sumsel Syariah sebagai salah satu badan Usaha Milik

Daerah memiliki beberapa bentuk strategi promosi diantaranya :

#### 1. Melalui Periklanan

Bank sumsel syariah aktif melakukan promosi di media cetak dalam bentuk advertorial, di media elektronik dalam bentuk iklan di radio dan televisi lokal, pemasangan baliho/papan nama di

---

<sup>40</sup> Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010, Eds.1, hlm. 134

jalan-jalan protokol serta pemasangan spanduk ditempat-tempat strategis terutama pada saat menjadi sponsor even atau acara.

## 2. Melalui penjualan langsung

Bank sumsel menerapkan sistem penjualan langsung dengan cara mencari calon nasabah baik sebagai nasabah perorangan maupun nasabah perusahaan (*corporate*) selain sebagai upaya memperbaiki kinerja pemasaran juga menjadi suplemen periklanan dan untuk memperkuat hubungan ke masyarakat secara langsung.

## 3. Melalui publikasi

Bank Sumsel Babel Syariah aktif melakukan publikasi baik melalui pers dengan cara menuliskan artikel dan berita di media. Mempublikasikan laporan tahunan di media cetak, melakukan seminar-seminar serta memberikan donasi kepada. Hal ini dilakukan dikarenakan bentuk publikasi dalam promosi lebih menjangkau banyak pihak dan mampu mendramatisasi perusahaan.

## 4. Penjualan pribadi

Untuk mengedukasi pelanggan tentang produk-produk bank Sumsel syariah serta menjalin hubungan akrab dengan nasabah, bank Sumsel syariah memberikan kesempatan kepada setiap karyawannya untuk melakukan penjualan pribadi dengan target minimal 2 orang nasabah baru dan pembiayaan minimal Rp.75 Juta setiap bulan.

Selain itu bank Sumsel Syariah juga melakukan upaya promosi melalui cara 1)reverral, yaitu promosi melalui nasabah *get*

nasabah, artinya nasabah lama mempromosikan produk bank sumsel kepada calon nasabah baru. 2) undian berhadiah, bank sumsel syariah setiap tahunnya aktif menyelenggarakan undian berhadiah mobil, umroh dan hadiah lainnya, hal ini berlaku untuk nasabah yang memiliki saldo tabungan tertentu. 3) Memberikan ucapan selamat ulang tahun kepada nasabah pemegang kartu gold yang merayakannya melalui fitur *sms blas*,. 4) Menjalin hubungan silaturahmi dengan nasabah lama. 5) Bank sumsel juga memiliki rencana untuk mengadakan undian khusus bagi mahasiswa UIN Raden Fatah dengan tujuan agar mereka aktif melakukan transaksi kas<sup>41</sup>.

Tingkat persaingan dalam dunia perbankan saat ini semakin berat, akan tetapi bank Sumsel Babel Syariah memandangnya sebagai hal yang wajar terjadi karena setiap bank memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Selain diuntungkan karena memiliki latar belakang sebagai bank BUMD dimana saham-sahamnya dimiliki oleh pemerintah daerah, maka untuk menjawab tantangan tersebut bank Sumsel Babel syariah juga menyiapkan sumber daya manusia dengan menerapkan strategi 3Sbravo yaitu : 1) *Solid*, setiap karyawan bank sumsel syariah harus kompak bekerja dalam tim. 2) *services*, setiap karyawan harus mengutamakan pelayanan yang baik dan bermutu, untuk beberapa lini yang

---

<sup>41</sup> Wawancara dengan Bapak Febriandi, Staf marketing bank sumsel syariah KCP UIN Raden Fatah tanggal 23 Juni 2017

berhubungan langsung dengan pelanggan, bank sumsel syariah melatih karyawan-karyawannya agar memiliki keterampilan pelayanan, baik dalam hal keterampilan berkomunikasi, pengetahuan akan produk bahkan bank sumsel membuka kelas kecantikan bagi para *Frontliner* seperti *Customer Services* dan *Teller*. 3) *simple*. Dalam hal pelayanan, bank Sumsel Babel Syariah menginginkan agar segala prosesnya menjadi ringkas, tidak berbelit-belit<sup>42</sup>.

Selain itu, sebagai nilai tambah dalam persaingan, Bank Sumsel Babel Syariah memiliki pemimpin-pemimpin yang handal, produk-produk perbankan yang bersaing, kondisi kantor yang nyaman serta ditopang oleh para pemangku kebijakan yang berkomitmen untuk mendukung Perusahaan terus berkembang menjadi lebih baik dan lebih kuat dari semua sisi termasuk digitalisasi produk maupun layanan<sup>43</sup>.

Adapun kelemahan bank sumsel babel syariah sebagai bank syariah pada umumnya adalah bank dengan sistem ini terlalu berprasangka baik kepada semua nasabahnya dan berasumsi bahwa semua orang yang terlibat dalam bank Islam adalah jujur. Dengan demikian bank Islam sangat rawan terhadap mereka yang beritikad tidak baik, sehingga diperlukan usaha tambahan untuk mengawasi nasabah yang menerima pembiayaan dari bank syariah.

---

<sup>42</sup> Wawancara dengan Bapak Herman Felani, Kepala KCP Bank Sumsel babel Syariah Unit UIN Raden Fatah tanggal 23 Juni 2017.

<sup>43</sup> Diakses dari <http://www.banksumselbabel.com/DetilBerita?ID=1534>, pada tanggal 18 Juni 2017 pukul 09.00 WIB



Kedua, sistem bagi hasil memerlukan perhitungan-perhitungan yang rumit terutama dalam menghitung bagian laba nasabah yang kecil-kecil dan yang nilai simpanannya di bank tidak tetap. Dengan demikian kemungkinan salah hitung setiap saat bias terjadi sehingga diperlukan kecermatan yang lebih besar dari bank konvensional.

Ketiga, Karena bank ini membawa misi bagi hasil yang adil, maka bank Islam lebih memerlukan tenaga-tenaga profesional yang andal dari pada bank konvensional. Kekeliruan dalam menilai proyek yang akan dibiayai bank dengan system bagi hasil akan membawa akibat yang lebih besar daripada yang dihadapi bank konvensional yang hasil pendapatannya sudah tetap dari bunga<sup>44</sup>.

Sebagai sebuah badan usaha, bank Sumsel Syariah juga tidak luput dari ancaman-ancaman, diantaranya para pesaing yang memiliki teknologi yang lebih canggih, banyaknya produk sejenis yang menawarkan banyak keunggulan, banyaknya pilihan produk dari perbankan lain, nasabah memiliki kekuatan untuk memilih produk. Serta ancaman likuiditas akibat kredit macet yang apabila tidak diantisipasi dapat mengakibatkan bank mengalami kerugian bahkan menutup perusahaannya.

Dalam hubungannya sebagai mitra kerja dengan UIN Raden Fatah, tercatat jumlah nasabah bank Sumsel Syariah KCP UIN

---

<sup>44</sup> Diakses dari <http://www.neraca.co.id/article/36405/kelebihan-dan-kekurangan-bank-syariah>, pada tanggal 18 Juni 2017 Pukul 10.35 WIB

Raden Fatah berjumlah lebih dari 6000 nasabah, yang terdiri dari mahasiswa baru serta Pegawai dan Dosen baik PNS maupun tenaga kontrak dimana 210 orang diantaranya mengajukan pembiayaan perbankan. Sedangkan untuk mendorong mahasiswa UIN Raden Fatah agar terus melakukan transaksi di bank Sumsel Syariah, maka pihak bank berencana melakukan program undian khusus mahasiswa yang memiliki saldo minimal tertentu<sup>45</sup>.

## **B. Faktor-Faktor Penghambat Promosi**

Dalam melakukan segala kegiatan pasti akan ada kendala atau hambatan. Begitu juga dalam melaksanakan strategi promosi perbankan syari'ah untuk meningkatkan loyalitas nasabah, terdapat hambatan yang menjadi tantangan perbankan agar lebih cermat dan jeli dalam menentukan strategi apa yang harus dilakukan.

Keberhasilan menjual adalah keberhasilan dari suatu proses panjang, bertahap dan berulang yang bukan hasil dari suatu kesuksesan tunggal. Keberhasilan menjual adalah akumulasi dari kesuksesan menemui pelanggan/prospek, kesuksesan melakukan persentasi dan kesuksesan menyakinkan produk yang dibawanya.

---

<sup>45</sup> Wawancara dengan bapak Herman Felani, Kepala KCP Bank Sumsel Babel Syariah UIN Raden Fatah tanggal 23 Juni 2017

Kesalahan kecil pada salah satu tahapan memiliki andil terhadap kegagalan keseluruhan.<sup>46</sup>

Ketidakberhasilan dalam merebut pelanggan dapat pula disertai ketidakberhasilan mempertahankan pelanggan yang sudah dikuasai, kurangnya informasi serta pemahaman akan aktivitas pesaing. Kiat-kiat pemasaran banyak ditentukan oleh kejelian mendapatkan informasi dan memahaminya. Informasi itu penting untuk mempertajam strategi dan merespon aktivitas pesaing.

Ketidakmampuan memahami pesaing, pelanggan dan lingkungan dikaitkan dengan posisinya sendiri memiliki kontribusi pada kegagalan, baik kegagalan merebut maupun mempertahankan pelanggan.<sup>47</sup>

Dan berikut adalah sebab-sebab pelanggan/nasabah kabur atau berpaling:

1. Keberpalingan nilai

Para pelanggan berpaling ketika mereka menerima nilai kurang baik dari produk yang jelek atau pekerjaan yang buruk. Nilai didefinisikan sebagai kualitas yang berhubungan dengan harga yang dibayarkan.

---

<sup>46</sup> Triwibowo Soedjas dan Bayu Aji Aritejo, *Merebut dan Mempertahankan Pelanggan; Kiat Medical Representative Meningkatkan Pasar Obat Ethical*, Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2005, Eds. 1, hlm. 65-6

<sup>47</sup> Triwibowo Soedjas dan Bayu Aji Aritejo, *Ibid*, hlm. 66-67

## 2. Keberpalingan sistem

Istilah sistem digunakan untuk menggambarkan proses, prosedur atau kebijaksanaan apapun yang digunakan untuk “mengantarkan” produk atau jasa kepada pelanggan. Sistem merupakan cara dimana kita memberikan nilai kepada pelanggan. Sistem akan memasukkan hal-hal seperti:

- a. Pelatihan dan pengadaan karyawan.
- b. Lokasi, susunan, fasilitas parkir dan telepon perusahaan.
- c. Cara pencatatan (termasuk sistem komputer untuk menangani transaksi-transaksi pelanggan)
- d. Kebijakan-kebijaksanaan mengenai jaminan pengembalian dan lain-lain.
- e. Pelayanan pengantar atau pelayanan pengembalian.
- f. Kebijakan pemasaran dan kebijaksanaan penjualan.
- g. Prosedur-prosedur penindaklanjutan pelanggan dan lain-lain.

Ketika sebuah perusahaan melakukan pekerjaan yang kurang baik pada bidang manapun dari sistem ini maka ia menghasilkan para pelanggan yang tidak puas.

## 3. Keberpalingan orang-orang

Keberpalingan orang timbul ketika para karyawan gagal untuk berkomunikasi dengan baik, baik secara verbal (dengan kata-kata) maupun secara non-verbal (tanpa kata-kata). Beberapa contoh keberpalingan orang adalah:

- a. Tidak mau menyalami atau bahkan tersenyum kepada seorang pelanggan.
- b. Informasi tidak akurat yang diberikan atau kurangnya pengetahuan yang disampaikan.
- c. Berbicara dengan karyawan lain atau menerima gangguan-gangguan telepon dengan mengabaikan pelanggan.
- d. Sikap kasar atau tidak memperhatikan.
- e. Taktik-taktik penjualan bertekanan tinggi.
- f. Penampilan yang kurang tepat, kotor atau tidak rapi (dari karyawan atau lokasi kerja).
- g. Komunikasi pesan apapun yang menyebabkan pelanggan merasa tidak nyaman.<sup>48</sup>

Dalam pengamatan penulis selama penelitian di Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah, ada beberapa permasalahan internal yang menghambat promosi. Salah satunya adalah jumlah produk yang ditawarkan oleh Bank Sumsel Babel Syariah belum begitu maksimal di promosikan ke masyarakat luas. Sehingga produk-produk belum semuanya berjalan sesuai dengan *planning* yang telah dibuat oleh Pihak Bank. Hal itu disebabkan karena kurangnya pegawai marketing di Bank Sumsel Babel Syari'ah.

Selain itu, yakni kurangnya pengetahuan pegawai Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah tentang aplikasi produk-produk

---

<sup>48</sup> Robert Bramson, *Customer Loyalty; 50 Strategi Ampuh Membangun Dan Mempertahankan Loyalitas Nasabah*, Jakarta: Prestasi Pustaka, 2005, Cet. 1, hlm. 3-5

Syari'ah itu sendiri. Dan juga kurangnya pengetahuan tentang agama. Sebagaimana kita ketahui bahwa perbankan syari'ah agar lebih berkembang dan mendapatkan respons lebih positif dari masyarakat juga harus diikuti pengetahuan tentang agama islam oleh semua pegawai Bank Syari'ah. Sehingga pegawai yang berkualitas mampu mengembangkan perbankan syari'ah di Indonesia.

Tentunya dalam sebuah bisnis terdapat suatu persaingan, baik antar perusahaan yang sejenis atau yang berbeda, dalam hal ini Bank Sumsel Babel Syariah juga menghadapi persaingan yang cukup sengit diantara perusahaan, khususnya di bidang layanan jasa perbankan, setiap perusahaan memiliki cara mempertahankan loyalitas pelanggannya masing masing, apalagi dengan adanya perang suku bunga sehingga pihak bank berupaya maksimal menekan suku bunga pinjaman dan memberi suku bunga tinggi untuk produk-produk simpanan dana pihak ketiga

Pada intinya, faktor penghambat promosi untuk meningkatkan loyalitas nasabah yaitu:

- 1) Belum maksimalnya strategi promosi terhadap produk-produk Bank Sumsel Babel Syari'ah kepada masyarakat.
- 2) Kurangnya pengetahuan dan pemahaman pegawai Bank Syari'ah terhadap produk-produk syari'ah dan terhadap prinsip-prinsip syari'ah.
- 3) Kurangnya pengetahuan dan pemahaman dari masyarakat terhadap Bank Syari'ah yang identik dengan bagi hasil, karena

masyarakat sudah terbiasa dengan Bank Konvensional yang identik dengan bunga.

- 4) Faktor ancaman dari pesaing yang berlomba-lomba dalam menari dan mempertahankan nasabahnya masing-masing.

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan dan dikembangkan pada BAB IV, maka penulis dapat mengemukakan beberapa kesimpulan ,adapun kesimpulannya adalah sebagai berikut :

1. Strategi promosi yang dilakukan bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN

Raden Fatah Palembang untuk meningkatkan loyalitas nasabah yaitu:

- a. Melalui Periklanan, promosi di media cetak, media elektronik, pemasangan baliho/papan nama di jalan-jalan protokol serta pemasangan spanduk ditempat-tempat strategis terutama pada saat menjadi sponsor even atau acara.
- b. Melalui penjualan langsung, Bank sumsel menerapkan sistem penjualan langsung dengan cara mencari calon nasabah baik sebagai nasabah perorangan maupun nasabah perusahaan (*corporate*) .
- c. Melalui publikasi, Bank Sumsel Babel Syariah aktif melakukan publikasi baik melalui pers dengan cara menuliskan artikel dan berita di media. Mempublikasikan laporan tahunan di media cetak, melakukan seminar-seminar serta memberikan donasi kepada.



- d. Penjualan pribadi, Untuk mengedukasi pelanggan tentang produk-produk bank Sumsel syariah serta menjalin hubungan akrab dengan nasabah, bank Sumsel syariah memberikan kesempatan kepada setiap karyawannya untuk melakukan penjualan pribadi..
2. Faktor faktor yang menghambat pelaksanaan promosi dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah
    - a. Faktor internal ( *weakness* / kelemahan ) yang dimiliki oleh Bank Sumsel babel Syariah KCP UIN Raden Fatah adalah faktor sumber daya manusia yang dimiliki oleh perusahaan.
    - b. Sedangkan faktor eksternal (*threat* / ancaman ) yang harus dihadapi antara lain faktor pesaing yang bermain pada bisnis yang sama.

## **B. Saran**

Mengacu pada permasalahan yang diuraikan diatas, maka pada bagian ini penulis akan mencoba mengemukakan beberapa saran kepada perusahaan berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis laksanakan.

Adapun saran-saran yang disampaikan sebagai berikut :

- a. Perusahaan diharapkan lebih fokus ke beberapa media promosi yang mudah diterima oleh nasabah.
- b. Selain kualitas produk, hendaknya perusahaan menempatkan *customer service* yang handal, sehingga dapat memberikan

layanan prima dalam menghadapi komplain ataupun keluhan pelanggannya.

- c. Untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, hendaknya perusahaan lebih sering mengadakan *event-event* yang menghadirkan pelanggan, dan lebih gencar lagi dalam penyebaran informasinya, sehingga diharapkan hubungan dengan pelanggannya akan semakin dekat dan harmonis.
- d. Untuk lebih mendekatkan dengan nasabah, pemberian souvenir, hadiah, kartu ucapan dan lainnya hendaknya lebih merata keseluruhan nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Maududi, Abul 'Ala, *Adven of Islam Fundamental Teaching oh The Qur'an*, ter. M.M Sarif Esensi Al-Quran Ekonomi, Politik dan Filsafat, Bandung, Mizan, 1990
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian. Suatu Pendekatan Praktek*. (Jakarta: Rineka Cipta.2002). Cet. 12. ed. Revisi
- Dirgantoro, Cown. *Manajemen Stratejik*. Jakarta: PT Grasindo, 2001
- Gitosudarmo, Indriyo, *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE. 1997
- Griffin, Jill. *"Customer Loyalty" Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga. 2005
- Hadi, Sutrisno. *Metode Research*. (Yogyakarta: Andi. 2004). jilid 2
- Hasan, M. Iqbal. *Pokok-Pokok Materi Metode Penelitian dan Aplikasinya*. (Jakarta: Ghalia Indonesia. 2002)
- <http://www.banksumselbabel.com/Syariah>
- <http://www.neraca.co.id/article/36405/kelebihan-dan-kekurangan-bank-syariah>.
- Ilmi, Makhalul. *Teori dan praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*. Yogyakarta: UII Press. 2002
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. Cet. 9. 2010.
- Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo. 2006
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Prenada Media. 2004
- Longenecker dkk, Justin G. *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: PT. Salemba Emban Patria. 2001
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*. (Jakarta: Salemba Empat. 2006)
- Mamduh, M Hanafi. *Manajemen*. Yogyakarta: Unit Penerbit. 2003
- Muhammad. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: AMPYKPN. 2002
- Muhammad. *Manajemen dana Bank Syariah*. Yogyakarta: Ekonisia. 2004
- Muhammad Ali. *Strategi Penelitian Pendidikan*. (Bandung: Angkasa. 1993).

- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remaja Rosdakarya. 2002).  
Cet. 17
- Muhamad. *Teknik Perhitungan Bagi Hasil di Bank Syari'ah*. Yogyakarta: UII Press. Cet. I.  
2000.
- Perwaatmaja. Karnaen dan M Syafi'i Antonio. *Apa dan bagaimana bank Islam*.  
Yogyakarta: PT. DANA Bhakti Wakaf. 1992
- Robert Bramson. *Customer Loyalty; 50 Strategi Ampuh Membangun Dan  
Mempertahankan Loyalitas Nasabah*. Jakarta: Prestasi Pustaka. 2005.
- Sentot Imam Wahjono. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2010.  
Eds. 1
- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta: Graha  
Ilmu. 2006
- Sholahuddin, M. *Lembaga Ekonomi dan Keuangan Islam*. Surakarta: UMS Press. 2006
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan  
R&D*.(Bandung: Alfabeta. 2007). cet. 3
- Suryana, *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Salmeba Emban Patria. 2001
- Sustina. *Prilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja  
Rosdakarya. 2003
- Terence A, Shimp. *Periklanan Promosi*. Jakarta: Penerbit Erlangga. 2000
- Tjiptono, Fandi. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.1997
- Triwibowo Soedjas dan Bayu Aji Aritejo. *Merebut dan Mempertahankan Pelanggan; Kiat  
Medical Reresentative Meningkatkan Pasar Obat Ethical*. Yogyakarta: C.V Andi  
Offset. 2005. Eds. 1

Hal : **Mohon Izin Penjilidan Tugas Akhir**

Kepada Yth.  
Ibu Wakil Dekan I  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Raden Fatah Palembang

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan ini kami menyatakan bahwa mahasiswa :

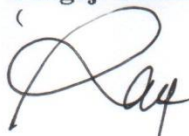
Nama : Elly Irawati  
Nim/Jurusan : 12180056 / D3 Perbankan Syariah  
Judul Tugas Akhir : Strategi Promosi Bank Sumsel Syariah Dalam Meningkatkan  
Loyalitas Nasabah

Telah selesai melaksanakan perbaikan, terhadap Tugas Akhirnya sesuai dengan arahan dan petunjuk dari para penguji. Selanjutnya, kami mengizinkan mahasiswa tersebut untuk menjilid Tugas Akhirnya agar dapat mengurus ijazahnya.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

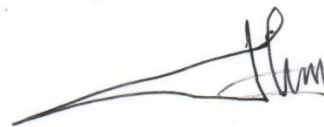
Palembang, Desember 2017

**Penguji Utama**



**Dr. M. Rusydi, M. Ag**  
NIP. 197308012005011007

**Penguji Kedua**



**Juwita Anggraini, M.H.I**  
NIP. 198405192011012006

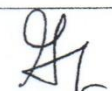

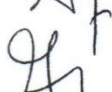
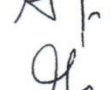
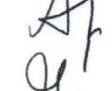





Mengetahui  
Wakil Dekan I



**Dr. Maftukhatusolikhah, M. Ag**  
NIP. 197509282006042001

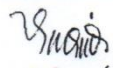
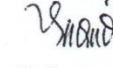
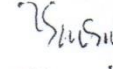
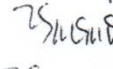
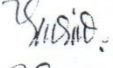
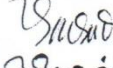
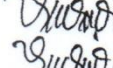
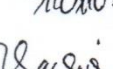
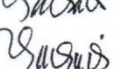
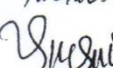
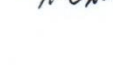
### LEMBAR KONSULTASI TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : Elly Irawati  
NIM : 12180056  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : D3 Perbankan Syariah  
Judul Tugas Akhir : Strategi Promosi Perbankan Syariah Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang  
Pembimbing I : Mufti Fiandi, M.Ag

No.	Tanggal	Keterangan	Paraf
1.	5/6-17	Perbaikan	
2	8/6-17	Acc BAB I	
3	12/6-17	Perbaikan bab 2	
4	15/6-17	acc BAB 2	
5	19/6-17	Perbaikan BAB 3	
6	22/6-17	Acc BAB 3	
7	14/7-17	Perbaikan BAB 4	
8	17/7-17	Acc BAB 4	
9.	19/7-17	Acc BAB 5	
10.			

### LEMBAR KONSULTASI TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : Elly Irawati  
 NIM : 12180056  
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
 Jurusan : D3 Perbankan Syariah  
 Judul Tugas Akhir : Strategi Promosi Perbankan Syariah Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang  
 Pembimbing II : Iceu Sri Gustiana, SS, MM

No.	Tanggal	Keterangan	Paraf
1.	16-3-2017	Acc Proposal	
2.	22-3-2017	Perbaiki Bab I	
3.	29-3-2017	Perbaiki sistem penulisan arab dan catatan kaki	
4.	31-3-2017	Acc Bab I	
5.	7-3-2017	Perbaiki Bab II	
6.	3-4-2017	Acc Bab II	
7.	15-5-2017	Perbaiki Bab III	
8.	26-5-2017	Acc Bab III	
9.	19-6-2017	Perbaiki Bab IV	
10.	21-6-2017	Acc Bab IV	
11.	2-8-2017	Acc keseluruhan Bab dan ikut ujian	



KEMENTERIAN AGAMA RI  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)**  
**RADEN FATAH PALEMBANG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. KH. Zainal Abidin Fikry No.1 Km.3,5 Palembang 30126 Telp. (0711) 354668 Fax.(0711) 356209 website : [www.radenfatah.ac.id](http://www.radenfatah.ac.id)

Nomor : B.851/Un.09/V1.1/PP.009/06/2017  
Lampiran : Satu Berkas  
Perihal : Mohon Izin Penelitian

Palembang 14 Juni 2017

Kepada Yth.  
Pimpinan Bank Sumsel Syariah  
KCP UIN Raden Fatah  
di -  
Palembang

*Assalamu'alaikum, Wr. Wb.*

Dalam rangka untuk memperlancar penulisan tugas akhir yang merupakan bagian dari persyaratan akademik, dengan ini kami memohon kiranya bapak dapat memberikan izin untuk mengadakan penelitian / observasi / wawancara / pengambilan data di lembaga / instansi yang bapak pimpin kepada :

Nama : Elly Irawati  
Nim : 12180056  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : D3 Perbankan Syariah  
Judul Penelitian : STRATEGI PROMOSI-PERBANKAN SYARIAH UNTUK  
MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH DI BANK  
SUMSEL SYARIAH KCP UIN RADEN FATAH PALEMBANG.

Demikian, atas perkenan saudara dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



**Tembusan:**

- 1 Rektor UIN Raden Fatah ;
- 2 Mahasiswa bersangkutan;
- 3 Arsip.



Palembang, <sup>16</sup>22 Juni 2017

Nomor : 87 /SRF/4/B/2017  
Lampiran : -  
Perihal : Izin Penelitian

Kepada  
Universitas Islam Negeri  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
di-

Palembang

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Semoga Saudara dalam lindungan Allah SWT dan sukses menjalankan aktifitas sehari-hari.

Menindaklanjuti Surat dari Universitas Islam Negeri Raden Fatah No. B.851/Un.09/VI.1/PP.009/06/2017 Tanggal 14 Juni 2017 dengan ini berkenan memberikan izin untuk mengadakan penelitian /observasi/wawancara/pengambilan data di lembaga sepanjang tidak terkait dengan rahasia bank, kepada :

Nama : Elly Irawati  
NIM : 12180056  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : D3 Perbankan Syariah  
Judul Penelitian : STRATEGI PROMOSI PERBANKAN SYARIAH  
UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH  
DI BANK SUMSEL SYARIAH KCP UIN RADEN  
FATAH PALEMBANG.

Demikianlah yang dapat kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Selatan dan Bangka Belitung  
Cabang Pembantu UIN Raden Fatah Palembang

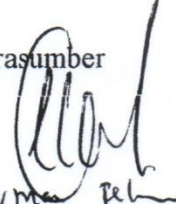


Hertan Felanni  
Pemimpin

## DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Narasumber : Herman Felanni  
Jabatan : Pincapi

- 1) Hal-hal apa saja yang telah dilakukan oleh bank Sumsel Babel Syariah dalam Upaya mencari nasabah baru serta mempertahankan nasabah yang sudah ada?
- 2) Bagaimana tingkat persaingan yang terjadi di dalam dunia perbankan di Palembang?
- 3) Adakah Pesaing baru yang muncul dalam bisnis ini?
- 4) Bagaimana pendapat bapak mengenai kekuatan tawar-menawar Bank Sumsel Syariah dengan pihak pelanggan?
- 5) Menurut Bapak, kekuatan apa yang dimiliki oleh Bank Sumsel Babel Syariah?
- 6) Adakah Kelemahan-kelemahan dari Bank Sumsel Babel Syariah?
- 7) Ancaman apa saja yang dihadapi oleh Bank Sumsel Babel Syariah dari luar?

Narasumber  
  
Herman Felanni

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Narasumber : Febr  
Jabatan : Staf Marketing

- 1) Apa saja kegiatan advertising/periklanan yang pernah dilakukan oleh Bank Sumsel Syariah?
- 2) Apa saja kegiatan direct marketing/penjualan langsung yang pernah dilakukan oleh Bank Sumsel Syariah?
- 3) Apa saja kegiatan personal selling/penjualan pribadi yang pernah dilakukan oleh Bank Sumsel Syariah?
- 4) Apa saja kegiatan publicity/publisitas yang pernah dilakukan oleh Bank Sumsel Syariah?
- 5) Apa saja kegiatan sales promotion/promosi penjualan yang pernah dilakukan oleh Bank Sumsel Syariah?

Narasumber

Febr

Febr

.....



Wawancara dengan Bapak Herman Felani (23 Juni 2017)  
(Kepala KCP Bank Sumsel Babel Syariah UIN Raden Fatah Palembang)



Wawancara dengan Bapak Febriandi (23 Juni 2017)  
(Staff Pembiayaan KCP Bank Sumsel Babel Syariah UIN Raden Fatah Palembang)

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Elly Irawati

Tempat/Tanggal Lahir : Palembang/ 9 Oktober 1994

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Nama Ayah : Hasan Basri (Alm)

Nama Ibu : Yasmini

Alamat : Jl. Bakung 3 No. 179 Rt.36 Perumnas  
Kelurahan Sialang Kec. Sako Kota Palembang 30163

Email : ellyangelica859@gmail.com

### Pendidikan :

1. SD Negeri 118 Palembang ( 2000 – 2006 )
2. SMP Yayasan Pendidikan Islam Tunas Bangsa ( 2006 – 2009 )
3. SMA Aisyiyah 1 ( 2009 - 2012 )
4. Jurusan D3-Perbankan Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Fatah Palembang

( 2012 -2017 )