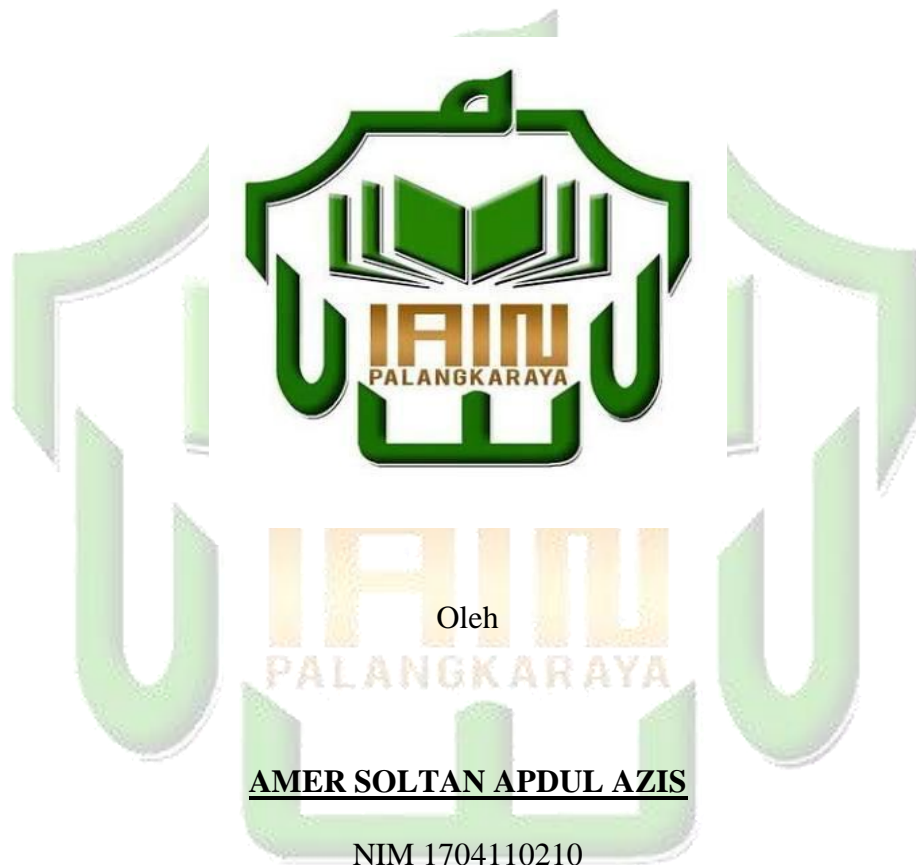


**STRATEGI BANK SYARIAH INDONESIA
KANTOR CABANG PALANGKA RAYA 2 DALAM MENARIK
MINAT NASABAH MELALUI PEMBUKAAN REKENING *ONLINE***

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi dan Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (SE)



**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA
FAKULTAS EKONOMI ISLAM DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
TAHUN AJARAN 2022 M/1444 H**

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : STRATEGI BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG PALANGKA RAYA 2 DALAM MENARIK MINAT NASABAH MELALUI PEMBUKAAN REKENING *ONLINE*

NAMA : Amer Soltan Apdul Azis

NIM : 1704110210

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN : EKONOMI ISLAM

PRGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH

JENJANG : STRATA SATU (S1)

Palangka Raya, Oktober 2022

Menyetujui

Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing 2



Jelita, S.H.I., M.S.I.
NIP. 198301242009122002



Rahmad Kurniawan, S.E.Sv., M.E.
NIP.198809122019031005

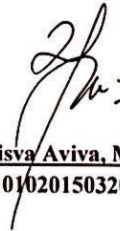
Mengetahui

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Jurusan
Ekonomi Islam



Dr. M. Ali Sibram Malisi, M.Ag
NIP.197404232001121002



Dr. Itsla Yunisva Aviva, M.E.Sv
NIP.198910102015032012

NOTA DINAS

Palangka Raya, Oktober 2022

**Hal : Mohon Uji Skripsi
Saudara**

Kepada

Yth, Ketua Panitia Ujian Skripsi

FEBI IAIN PALANGKA RAYA

Di-

Palangka Raya

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudari :

NAMA : AMER SOLTAN APDUL AZIS

NIM : 1704110210

JUDUL : STRATEGI BANK SYARIAH INDONESIA
KANTOR CABANG PALANGKA RAYA 2
DALAM MENARIK MINAT NASABAH
MELALUI PEMBUKAAN REKENING
ONLINE

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada prodi Perbankan Syariah IAIN Palangka Raya. Demikian atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Dosen Pembimbing 1



Jelita, S.H.I., M.S.I.
NIP. 198301242009122002

Dosen Pembimbing 2



Rahmad Kurniawan, S.E.Sv., M.E.
NIP.198809122019031005

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "STRATEGI BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG PALANGKA RAYA 2 DALAM MENARIK MINAT NASABAH MELALUI PEMBUKAAN REKENING *ONLINE*" Oleh Amer Soltan Apdul Azis, NIM : 1704110210 telah di *munaqasahkan* oleh tim *Munaqasah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Istitut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya Pada :

Hari : *SUM'AT*
Tanggal : *4 NOVEMBER 2022*
Palangka Raya, *Oktober 2022*

TIM PENGUJI

1. Dr. Syarifuddin M.A.g
Ketua Sidang
2. Dr.Imam Qalyubi M.Hum
Penguji I
3. Jelita M.S.I
Penguji II
4. Rahmad Kurniawan M.E
Sekretris/Penguji

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Mengetahui
Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. M. Ali Sibram Malisi, M.Ag
NIP.197404232001121002

**STRATEGI BANK SYARIAH INDONESIA
KANTOR CABANG PALANGKA RAYA 2 DALAM MENARIK MINAT
NASABAH MELALUI PEMBUKAAN REKENING *ONLINE***

ABSTRAK

Oleh: Amer Soltan Apdul Azis
NIM. 1704110210

Pembukaan rekening *online* merupakan fitur baru yang menyempurnakan fitur lamanya itu pembukaan rekening *offline*/mengisi biodata ditempat. Namun dengan adanya pembukaan rekening *online* tidak hanya mempermudah pihak nasabah tetapi juga memangkas waktu untuk pengerjaan pihak pegawai perbankan. Dengan konsep pembukaan rekening *online* tentunya lebih mudah dan lebih praktis. Pembukaan rekening secara *online* juga diatur dalam peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 12/PJOK03/2018 tentang penyelenggaraan layanan perbankan digital oleh Bank Umum. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk 1) strategi bank syariah Indonesia kantor cabang Palangka Raya dalam menarik minat nasabah melalui pembukaan rekening *online*. 2) kendala yang dihadapi bank syariah Indonesia kantor cabang Palangka Raya 2 dalam memasarkan produk pembukaan rekening secara *online*.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palangka Raya 2, subjek penelitian ini 2 pihak pegawai bank yaitu *Branch Manager/Branc Operation*, dan *Costumer Service*. Teknik pengumpulan menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi, teknik pengabsahan data dengan ketekunan pengamatan dan teknik triangulasi yaitu triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) strategi bank syariah Indonesia kantor cabang Palangka Raya 2 melalui pembukaan rekening secara *online* dengan cara menerapkan strategi bagian pemasaran yang melakukan prosedur tiga langkah secara sistematis yaitu bermula dari strategi segmentasi pasar, strategi penentuan pasar sasaran, dan strategi penentuan posisi pasar. Ketiga strategi tersebut merupakan kunci didalam manajemen strategi pemasaran, pihak bank juga menggunakan bauran pemasaran 4P yaitu (*product, place, price dan promotion*) dengan cara menggunakan strategi promosi menggunakan brosur dan promosi melalui media sosial seperti whatsapp, dan juga sosialisasi kepada lembaga-lembaga, akan tetapi hal ini memerlukan usaha berlebih untuk sampai kepada calon nasabah. 2) kendala yang dihadapi pihak bank yaitu *maintance*, dan *bug* pada aplikasi yang kadang mengganggu untuk pembukaan rekening *online* dan hal ini berdampak pada minat calon nasabah yan ingin melakukan pembukaan rekening *online*. Pihak bank cabang juga tidak dapat mengatasi hal ini sampai pihak bank pusat melakukan perbaikan server.

Kata Kunci : Pembukaan Rekening Online . Bank Syariah, Minat.
THE STRATEGY BANK SYARIAH INDONESIA
PALANGKA RAYA BRANCH OFFICE 2 IN INTERESTING CUSTOMERS FOR
OPENING ONLINE ACCOUNT

ABSTRACT

By: Amer Soltan Apdul Azis
SRN.1704110210

Opening an online bank account is a new feature that enhances the old feature i. e. opening an offline bank account by filling biodata on the spot. However, opening an online bank account not only makes it easier for the customer but also reduces the time for banking employees to work on it. The concept of opening an online bank account is certainly easier and more practical. Opening an online bank account is also regulated in the Financial Services Authority (OJK) regulation number 12/PJOK03/2018 concerning the implementation of digital banking services by Commercial Banks. Based on the background of the problem, this study aims to 1) the strategy of Bank Syariah Indonesia (BSI) Palangka Raya Branch Office in attracting customers to open an online bank accounts. 2) the obstacles faced by Bank Syariah Indonesia Palangka Raya Branch Office Two in marketing an online account opening products.

This research uses qualitative methods that conducted at Bank Syariah Indonesia Palangka Raya Branch Office Two, the subject of this research is two bank officer, namely Branch Manager/Branc Operation, and Customer Service. The collection technique uses observation, interviews and documentation, data validation techniques with persistence of observation and triangulation techniques, namely source triangulation.

The results showed that 1) the strategy of Bank Syariah Indonesian Palangka Raya Branch Office in opening an online accounts by implementing the strategies of marketing department that carried out a three-step procedure systematically, starting from the market segmentation strategy, target market determination strategy, and market positioning strategy. These three strategies are key in marketing strategy management, the bank also uses the 4P marketing mix (product, place, price and promotion) by using promotional strategies using brochures and promotions through social media such as whatsapp, as well as socialization to institutions, however, this requires excessive effort to reach prospective customers. 2) the obstacles faced by the bank, namely maintenance and bugs in the application that sometimes interfere with opening an online accounts and it has an impact on the interest of prospective customers who wants to open an online bank account. The branch office cannot resolve it until the central bank repairs the server either.

Keywords : Opening an Online Bank Account, Islamic Bank, Interests.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur peneliti haturkan kehadirat Allah SWT, yang hanya kepada-Nya kita menyembah dan kepada-Nya pula kita memohon pertolongan, atas limpahan taufiq, rahmat, dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“STRATEGI BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG PALANGKA RAYA 2 DALAM MENARIK MINAT NASABAH MELALUI PEMBUKAAN REKENING *ONLINE*”**. Sholawat serta salam segera selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarganya, sahabat, dan pengikut beliau hingga akhir zaman.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, arahan, dan dukungan selama peneliti melaksanakan perkuliahan di Prodi Perbankan Syariah IAIN Palangka Raya hingga selesainya skripsi ini, terutama kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M.Ag selaku Rektor IAIN Palangka Raya.
2. Bapak Dr. M. Ali Sibram Malisi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.
3. Ibu Dr. Itsla Yunisva Aviva, M.E.Sy selaku ketua Jurusan Ekonomi Islam di IAIN Palangka Raya.

4. Ibu Jelita, S.H, M.SI selaku dosen pembimbing I dan Bapak Rahmad Kurniawan, S.E.Sy., M.E selaku pembimbing II yang telah banyak membantu, mengarahkan, dan membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Enriko Tedja Sukmana, S.Th.I., M.S.I selaku dosen penasehat akademik selama menjalani perkuliahan
6. Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya, terimakasih karena telah sangat banyak membantu dalam masa pembelajaran dan urusan perkuliahan.
7. Bapak, Ibu, Dan kakak-kakak Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palangka Raya yang telah mengizinkan peneliti melakukan penelitian di Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palangka Raya 2.
8. Orang tua peneliti Ayah Abdullah dan Ibu Norhidayah yang sangat banyak memberikan bantuan moril, material, selalu mendukung keberhasilan dan keselamatan selama menempuh pendidikan.

Akhir kata, kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Peneliti mengucapkan mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila terjadi kesalahan, kekeliruan dan segala kekurangan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Palangka Raya, Oktober 2022

Peneliti

Amer Soltan Apdul Azis

1704110210

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

“Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka”.

(Q.S Ar - Ra'd Ayat 11)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengharamkan sesuatu yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas”.

(Q.S Al – Maidah Ayat 87)

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat”.

(Q.S An – Nisa Ayat 58)

“Good knowledge is what benefits, not just being remembered.”

- Imam Shafi'i

“Pengetahuan yang baik adalah yang memberikan manfaat, bukan hanya diingat.”

- Imam Syafi'i

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Amer Soltan Apdul Azis
NIM : 1704110210
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “STRATEGI BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG PALANGKA RAYA 2 DALAM MENARIK MINAT NASABAH MELALUI PEMBUKAAN REKENING *ONLINE*” benar karya ilmiah saya sendiri dan bukan hasil menjiplak dari karya orang lain dengan cara tidak sesuai etika keilmuan.

Jika kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, Oktober 2022

Peneliti,



AMER SOLTAN APDUL AZIS

NIM. 1704110210

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Atas ridho Allah SWT dengan kerendahan hati peneliti karya ini saya persembahkan kepada

Allah SWT, tuhan yang maha agung dan maha tinggi. Sujud syukur kusembahkan kepadaMu atas takdirmu saya bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi saya ini.

Semoga ilmu yang saya dapatkan menjadi manfaat bagi kehidupan saya dan bermanfaat bagi orang lain.

Ke2 orang tua yang sangat saya cintai Bapak Abdullah dan Ibu Nor Hidayah yang telah menantikan keberhasilan saya terimakasih atas segala kasih sayang, perjuangan, dukungan moral maupun moril dan doa tiada henti demi tercapainya cita cita anak pertama mu ini. Semoga Bapak dan Ibu selalu di beri kesehatan.

Adik saya Putri Padillah yang telah mendukung dan memberikan semangat serta telah memberikan hiburan di saat saya lagi banyak beban pikiran tugas akhir ini.

Semua Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya yang telah mengajar dan membimbing saya, semoga bermanfaat bagi saya dan orang sekitar.

Teruntuk teman-teman seperjuangan saya, PBS B 17 yang telah memberikan kenangan baik dan indah selama menempuh pendidikan di IAIN Palangka Raya.

Semua teman seperjuangan Fakultas Ekonomi Islam khusus Kelas Perbankan Syariah B, terkhusus sahabat Uno yaitu Nurwahid bimbim, Reza Ramadhan, Bayu Dwi Aji, Ditha Maulida Pranesti, Rini Maulida, Sela Sonia, Laili Rahmi, Mega Aulia, Lisdayanti , dan untuk 3 sahabat terbaik saya Priongga Senoadi, Nurwahid, dan Yamani yang telah memberikan semangat dan berjuang dalam penyelesaian skripsi ini, terimakasih banyak.

PEDOMAN TRANSITERASI ARAB LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No.158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	<i>Alif</i>	tidak di lambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>Bā'</i>	B	Be
ت	<i>Tā'</i>	T	Te
ث	<i>Śā'</i>	Ś	es titik di atas
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Hā'</i>	H .	ha titik di bawah
خ	<i>Khā'</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Żal</i>	Ż	zet titik di atas
ر	<i>Rā'</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sīn</i>	S	Es
ش	<i>Syīn</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>Şād</i>	Ş	es titik di bawah
ض	<i>Dād</i>	D	de titik dibawah
ط	<i>Tā'</i>	Ṭ	te titik di bawah

ظ	<i>Zā'</i>	Z ·	zet titik di bawah
ع	<i>'Ayn</i>	...,...	koma terbalik (di atas)
غ	<i>Gayn</i>	G	Ge
ف	<i>Fā'</i>	F	Ef
ق	<i>Qāf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kāf</i>	K	Ka
ل	<i>Lām</i>	L	El
و	<i>Mīm</i>	M	Em
ن	<i>Nūn</i>	N	En
و	<i>Waw</i>	W	We
هـ	<i>Hā'</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	...“...	Apostrof
ي	<i>Yā</i>	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Karena *Tasydīd* Ditulis Rangkap:

متعاقدين	Ditulis	<i>Muta'āqqidīn</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Tā' Marbūtah* Di Akhir Kata.

1. Bila dimatikan, ditulis:

هبة	Ditulis	<i>Hibah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali

dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis:

نعمة الله	Ditulis	<i>ni'matullāh</i>
زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakātul-fitri</i>

D. Vokal Pendek

◌َ	Fathah	Ditulis	A
◌ِ	Kasrah	Ditulis	I
◌ُ	Dammah	Ditulis	U

E. Vokal Panjang

Fathah + alif	Ditulis	Ā
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah+ya" mati	Ditulis	Ā
يسعي	Ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah+ya"mati	Ditulis	Ī
مجيد	Ditulis	<i>Majīd</i>
Dammah + wawu mati	Ditulis	Ū
فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

F. Vokal Rangkap

Fathah+ya" mati	Ditulis	Ai
سائم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	Au

قول	Ditulis	<i>Qaul</i>
-----	---------	-------------

G. Vokal-Vokal Pendek Yang Berurutan dalam Satu Kata, Dipisahkan Dengan Apostrof.

انتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
نبي شكرتي	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata sandang Alif +Lām

1. Bila diikuti Huruf Qamariyyah

القران	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
انقيش	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila Diikuti Huruf Syamsiyyah Ditulis dengan Menggunakan Huruf

Syamsiyyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “l” (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

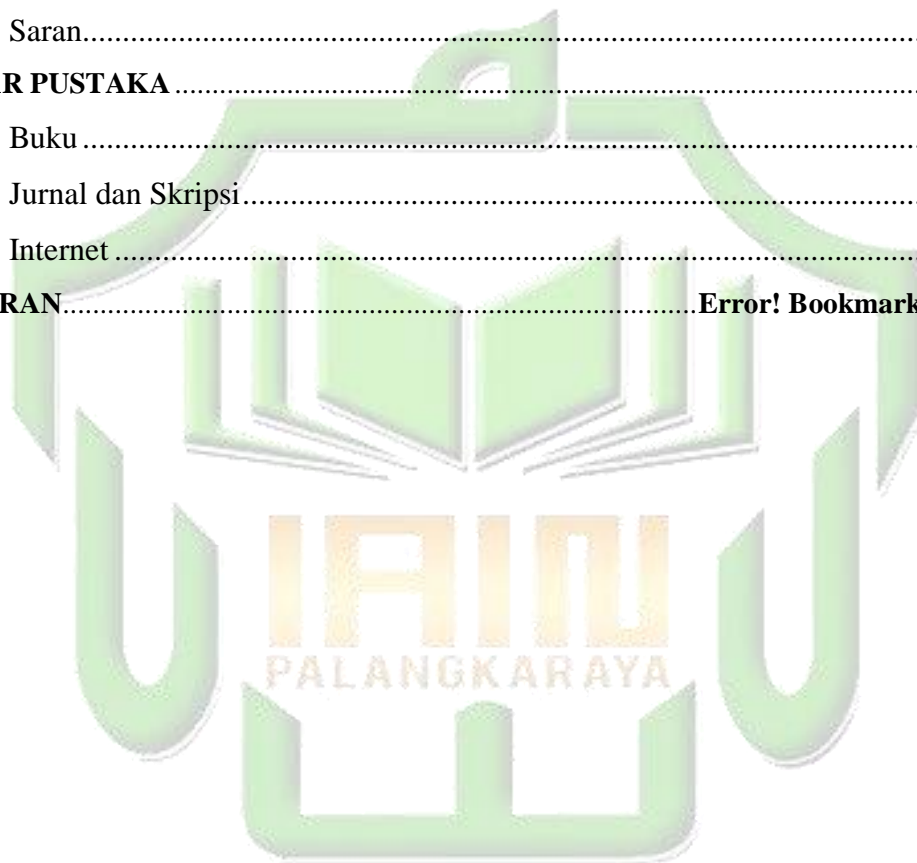
ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawi al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

DAFTAR ISI

COVER.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
NOTA DINAS.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
MOTTO.....	ix
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	Error! Bookmark not defined.
PERSEMBAHAN.....	x
PEDOMAN TRANSITERASI ARAB LATIN.....	xii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR BAGAN.....	xx
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penulisan.....	6
E. Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Penelitian Terdahulu.....	9
B. Kajian Teori.....	18
1. Strategi Pemasaran.....	18
2. Minat.....	30
3. Kendala.....	34
C. Kerangka Konseptual.....	36

1. Bank Syariah	36
2. Tabungan Rekening <i>Online</i>	38
D. Kerangka Pikir	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	41
1. Pendekatan Penelitian	41
2. Jenis Penelitian.....	41
B. Waktu Penelitian dan Tempat Penelitian	42
1. Waktu Penelitian	42
2. Tempat Penelitian	42
C. Objek dan Subjek Penelitian	43
1. Objek Penelitian.....	43
2. Subjek Penelitian.....	44
D. Teknik Pengumpulan Data	45
1. Observasi.....	45
2. Teknik Wawancara	46
3. Dokumentasi	46
E. Pengabsahan Data	47
F. Analisis Data	48
G. Sistematika Penulisan	49
BAB IV HASIL ANALISIS DAN DATA PENELITIAN	50
A. Gambaran Lokasi Penelitian	50
1. Sejarah Bank Syariah Indonesia (BSI).....	50
2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia (BSI).....	54
3. Gambaran Produk Tabungan yang dapat dibuka secara <i>online</i> Bank Syariah Indonesia (BSI)	54
4. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia	56
B. Penyajian Data	59
1. Strategi pembukaan rekening <i>online</i> di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Palangka Raya 2.....	69
2. Kendala yang dihadapi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang 2 Palangka Raya dalam pembukaan rekening secara <i>online</i>	78

C. Analisis Data	83
1. Strategi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palangka Raya 2 dalam menarik minat nasabah melalui pembukaan rekening online.	85
2. Kendala-kendala Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palangka Raya 2 untuk menarik minat nasabah dalam memasarkan produk pembukaan rekening <i>online</i>	94
BAB V PENUTUP	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	99
A. Buku	99
B. Jurnal dan Skripsi.....	99
C. Internet	101
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu.....	17
Tabel 4.1 Subjek dan Informan	59



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1	Kerangka Pikir	40
Bagan 4.1	Struktur Organisasi BSI KC Palangka Raya 2	57



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi dalam jangka 2 dekade ini, perkembangannya semakin berkembang dan bertransformasi ke berbagai ragam serta fungsinya. Seperti, hadirnya sejumlah terobosan aplikasi hiburan menambah warna baru bagi para penggunanya. Tidak hanya di bidang hiburan, teknologi digital juga dimanfaatkan untuk menunjang nilai positif di ruang publik. Perkembangan ini dinilai menciptakan gerakan fungsi yang sangat dinamis diberbagai sektor. Sehingga, teknologi menjadi bagian dari kebutuhan primer dalam melancarkan aksi serta strategi dari masing-masing bidang.

Revolusi teknologi dan informasi menawarkan sejumlah kemudahan bagi masyarakat dari berbagai kalangan. Pemanfaatan teknologi ini sudah banyak digunakan oleh berbagai instansi pemerintahan, institusi swasta, perdagangan, pendidikan, bisnis, dan di berbagai sektor lainnya. tawaran kemudahan ini akan memudahkan setiap pekerjaan dan penyebaran informasi yang disampaikan oleh masing-masing pengelolanya. Dengan demikian, informasi diharapkan dapat tersalurkan secara merata kepada masyarakat yang membutuhkan.

Teknologi juga menawarkan bentuk-bentuk inovasi terbaru dalam penggunaan fasilitas. Misalnya, hadirnya sejumlah *gadget* dan ragam aplikasi pendukung untuk dinikmati oleh para penggunanya. tidak sampai disitu, teknologi juga berperan aktif untuk meningkatkan pendapatan negara. Oleh

karena itu, perekonomian menjadi salah satu sektor terpenting yang sangat membutuhkan pemanfaatan teknologi mutakhir.¹

Salah satu sektor perekonomian yang sangat membutuhkan penggunaan teknologi adalah industri perbankan. Terkait hal ini, dalam dunia perbankan dikenal dengan istilah *financial technology* atau teknologi finansial. *FinTech* dikenal sebagai bentuk inovasi di bidang finansial yang telah menggunakan perangkat teknologi untuk memudahkan pelayanan finansial. Lahirnya *FinTech* di sistem perbankan menunjukkan bahwa telah berkembangnya revolusi industri menjadi 4.0. Seperti yang telah diketahui bahwa industri 4.0 sangat mempengaruhi seluruh aktivitas dengan pemanfaatan teknologi secara masif.

Bank Indonesia juga mendefinisikan *FinTech* sebagai bentuk inovasi baru dengan madukan jasa keuangan dan teknologi Dengan demikian, konsep *FinTech* ini dipadukan dalam industri perbankan untuk melahirkan konsep-konsep baru dalam memfasilitasi proses transaksi keuangan yang lebih praktis. Salah satu yang dilahirkan dari teknologi dalam perbankan sendiri antara lain *digital banking*, *online digital insurance*, *payment channel system* dan lain sebagainya merupakan bagian dari layanan pemanfaatan teknologi dalam perbankan.²

Digital banking juga melahirkan inovasi yang ditawarkan oleh aplikasi *mobile banking* yaitu buka rekening *online*, yang sangat memudahkan tidak hanya untuk nasabah tetapi juga memudahkan untuk pihak perbankan. Salah satu bank syariah yang membuka pelayanan ini yaitu Bank Syariah Indonesia.

¹ Fathayatul Husna, *Wajah Ekonomi 4.0: Perbankan Syari'ah Digital, Peningkatan Daya Saing Dan Strategi Dakwah Islam*, Banda Aceh: Jurnal Kajian Manajemen Dakwah, 2020, hlm 59-60

² *Ibid*, hlm 60

Jika dahulu harus pergi secara langsung untuk membuka rekening , mengisi formulir dengan tulisan tangan, serta bertatap muka langsung dengan *costumer service*, sekarang semuanya dapat dilakukan hanya dengan *smartphone*.

Menurut peraturan Bank Indonesia No.9/15/PBI 2007, “*Electronic-Banking*” merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui elektronik antara lain , *ATM, Phone Banking, Electronic Fund Transfer, Internet Banking, Mobile Phone*”.³

Dikutip dari artikel yang dibuat oleh Razan Izazi pada Qoala, Banyak masyarakat yang berkeinginan membuka rekening untuk menabung, menata masa depan, usaha , membayar pendidikan, dan membeli sesuatu yang diinginkan dengan cara menabung tapi terhalang oleh kesibukannya. Kini Bank Syariah Indonesia menciptakan fitur buka rekening *online*, cukup dengan sambungan internet dan aplikasi *mobile banking* yang tersedia pada *app google play* (untuk android) dan *app store* (iphone) semua dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.⁴

Pembukaan rekening secara *online* juga diatur dalam peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 12/PJOK03/2018 tentang penyelenggaraan layanan perbankan digital oleh Bank Umum. Layanan ini bertujuan untuk mempermudah dan menghemat waktu nasabah. Durasi dalam pembukaan

³ OJK, Peraturan bank Indonesia tentang penetapan manajemen resiko dalam penggunaan teknologi informasi oleh bank umum , <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/regulasi/peraturan-bank-indonesia/Documents/192.pdf> diakses pada tanggal 27 Januari 2021, Pukul 22:55 WIB

⁴ Riza Dian Kurnia, Cara buka rekening BRI Online mudah dan anti ribet, <https://www.qoala.app/id/blog/keuangan/tabungan/cara-buka-rekening-bri-online/> diakses pada tanggal Rabu, 3 Juni 2021 Pukul 14:12 WIB

rekening secara *online* ini hanya memakan waktu kurang lebih 20 menit untuk setiap pembukaan rekening. Layanan ini dapat diakses 24 jam oleh nasabah, sehingga nasabah tidak perlu khawatir terkait waktu dalam pembukaan rekening secara *online* hanya terdiri dari 2 produk, yakni tabungan dan deposito.

Fasilitas yang diberikan oleh PT Bank Syariah Mandiri kepada para nasabahnya, diharapkan dapat memberikan nasabah kemudahan, dan kenyamanan dalam bertransaksi. Tepat pada tanggal 5 Desember 2019 PT Bank Syariah Mandiri meluncurkan layanan terbarunya yaitu pembukaan rekening secara *online*, dimana nasabah bisa membuka rekening secara *online* melalui aplikasi *mobile banking*. Sekarang Bank Syariah Mandiri telah melakukan merger tepatnya pada tanggal 1 Februari 2021, Bank yang telah melakukan merger antara lain BRI Syariah, BNI Syariah, Bank Mandiri Syariah, menjadi Bank Syariah Indonesia.

Layanan pembukaan rekening secara *online* pada PT Bank Syariah Indonesia saat ini hanya tersedia untuk pembukaan rekening tabungan, yaitu tabungan BSI *Easy Mudha>rabah* dan tabungan BSI *Easy Wadi'ah*.⁵ Berdasarkan dari pra-observasi yang telah dilakukan peneliti, yang dilakukan via *whatsapp* untuk memastikan bahwa salah satu alasan kuat mengapa peneliti memilih penelitian di Bank Syariah Indonesia kantor cabang 2 karena Bank Syariah Indonesia kantor cabang 2 merupakan *ex* Bank Syariah Mandiri yang sebelumnya merupakan pelopor pertama khususnya bank syariah yang

⁵ BSI, buka rekening online, <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/digital-banking/1618199273buka-rekening-online> diakses pada tanggal 23 Agustus 2021 pukul 14:58 WIB

mengenalkan pembukaan rekening secara *online* via *M-Banking* atau dikenal sebagai *MSM (Mobile Syariah Mandiri)*.⁶

Dalam Pra-observasi juga melakukan pertanyaan untuk memastikan hal terkait isu yang beredar seperti “apakah benar ketika nasabah yang melakukan pembukaan rekening secara *online* via aplikasi BSI Mobile di BSI kantor cabang satu *ex* BNI Syariah dan BSI kantor cabang tiga *ex* BRI Syariah tetap diminta untuk melakukan pembukaan rekening di BSI kantor cabang 2 *ex* BSM?” Menurut Ibu Suharti, “Iya benar, untuk sementara masih diminta ke BSI kantor cabang 2 karena hanya pihak BSI kantor cabang 2 *ex* BSM yang dapat mengakses sistemnya untuk menginput kartu atm dan pencetakan buku rekening”

Maka dari itu dikarenakan layanan pembukaan rekening secara *online* pada PT Bank Syariah Indonesia terbilang masih banyak masyarakat belum mengetahui tentang fitur ini, membuat rasa keingin tahuan yang besar dari peneliti untuk mengetahui lebih dalam lagi terkait strategi pada PT Bank Syariah Indonesia dalam memasarkan layanan pembukaan rekening secara *online* dan membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : “**Strategi Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palangka Raya 2 dalam menarik minat nasabah melalui pembukaan rekening secara *online***”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas , maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

⁶ Pra-Observasi mengenai pembukaan rekening secara online di BSI kantor cabang Palangka Raya dua via Whatsapp 15 Juni 2021 pukul 17:51 WIB

1. Bagaimana strategi Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palangka Raya 2 dalam menarik minat nasabah melalui pembukaan rekening secara *online*?
2. Apa saja kendala-kendala Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palangka Raya 2 untuk menarik minat nasabah dalam memasarkan produk pembukaan rekening secara *online*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palangka Raya 2 dalam menarik minat nasabah melalui pembukaan rekening *online*.
2. Untuk mengetahui kendala-kendala Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palangka Raya 2 untuk menarik minat nasabah dalam memasarkan produk pembukaan rekening *online*.

D. Manfaat Penulisan

1. Bagi Bank Syariah

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai suatu saran ataupun kritikan mengenai langkah yang harus dilakukan dalam mengetahui strategi pemasaran ataupun menarik minat nasabah melalui pembukaan rekening *online* Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palangka Raya 2.

2. Bagi masyarakat.

Bagi masyarakat penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau bacaan dan pedoman dalam mengetahui strategi pemasaran ataupun menarik

minat nasabah melalui pembukaan rekening *online* Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palangka Raya 2.

3. Bagi Akademis

Bagi para akademis penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi ataupun pembagian dalam pengembangan penelitian selanjutnya dan untuk para pembaca dapat dapat menambah wawasan mengenai strategi pemasaran ataupun menarik minat nasabah melalui pembukaan rekening *online* Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palangka Raya 2.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun yang menjadi kegunaan dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi 2 kegunaan, yaitu bentuk teoritis dan bentuk praktis:

1. Kegunaan Teoritis

- a. Menambah wawasan dan pengetahuan penulisan dibidang perekonomian khususnya mengenai strategi pemasaran dalam menarik minat nasabah melalui pembukaan rekening *online* Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palangka Raya 2.
- b. Mengetahui strategi pemasaran dalam menarik minat nasabah pembukaan rekening *online* Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palangka Raya 2.
- c. Sebagai bahan bacaan dalam sumbangan pemikiran dalam memperkaya khazanah kepustakaan dalam hal strategi pemasaran ataupun menarik minat nasabah melalui pembukaan rekening *online* Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palangka Raya 2.

- d. Diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berguna bagi ilmu pengetahuan di bidang Perbankan Syariah.
- e. Dapat dijadikan titik tolak bagi penelitian pemikiran lebih lanjut, baik untuk penelitian yang bersangkutan maupun oleh peneliti lain sehingga kegiatan penelitian dapat dilakukan secara berkesinambungan.

2. Kegunaan praktis

- a. Sebagai tugas akhir untuk menyelesaikan studi di Institusi Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya
- b. Sebagai bagian dari pengabdian kepada masyarakat dan lembaga Perbankan Syariah khususnya di Palangka Raya mengenai strategi pemasaran ataupun menarik minat nasabah melalui pembukaan rekening *online* Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palangka Raya
- 2.
- c. Sebagai bahan pertimbangan bagi Perbankan Syariah khususnya Bank Syariah di Kota Palangka Raya
- d. Sumbangan untuk memperkaya *khazanah* bagi perpustakaan Intitusi Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil pencarian terhadap penelitian-penelitian sebelumnya berasal dari perpustakaan, internet atau website, dan lain sebagainya. Penelitian menentukan beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian dari peneliti, yaitu:

1. Indra Cahyana, “Sistem Layanan Digital Perbankan Syariah (Studi Kasus Pembukaan Rekening Tabungan Faedah Berbasis *E-Form* Pada BRI Syariah kantor cabang Semarang”. Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Walisongo Semarang, Tugas Akhir 2019, dengan hasil :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang sistem dan prosedur layanan digital untuk pembukaan rekening tabungan faedah dan apa yang dimaksud dengan produk tabungan faedah dibank BRI Syariah Semarang menggunakan *e-FORM*.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), sedangkan sifat penelitian adalah pendekatan *deskriptif*. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, dokumentasi, dan analisis data. Sumber data dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Setelah data terkumpul maka peneliti menganalisis dengan menggunakan teknik analisis data kualitatif dengan menggunakan metode berfikir induktif

Penelitian ini menunjukkan kesimpulan bahwa tabungan Faedah merupakan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan yang telah disepakati didalamnya, dengan syarat berupa fotokopi KTP & NPWP untuk membuka rekening tabungan tersebut. Sedangkan sistem & prosedur pembukaan rekening tabungan berbasis e-form ini dengan mengisi e-form yang terdapat di web resmi BRISyariah (brisyariah.co.id)⁷

Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah mengenai sistem layanan pembukaan buku rekening tabungan melalui digital (*online*) diperbankan *syariah*, hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya sistem pembukaan rekening tabungan faedah BRI *Syariah* melalui e-form tentunya mempermudah nasabah dalam mengaksesnya ataupun melakukan transaksi keuangan dengan syarat dan ketentuan yang telah diberikan pihak bank. Relevansi dalam penelitian ini untuk penelitian peneliti ialah sebagai bahan referensi dalam penelitian yang akan dilakukan dan memperkaya keilmuan tentang pembukaan rekening tabungan melalui *online*.

2. Norjanah, “Strategi Pemasaran Pembukaan Rekening Secara *Online* Pada Bank Syariah Mandiri kantor cabang pusat A.Yani Banjarmasin”, Jurusan D3 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Tugas Akhir 2020, dengan hasil :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dari pembukaan rekening secara *online* pada bank syariah mandiri kantor cabang

⁷ Indra Cahyana, *Sistem Layanan Digital Perbankan Syariah (Studi Kasus Pembukaan Rekening Tabungan Faedah Berbasis E-Form Pada BRISyariah Kc Semarang*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo, 2019.

pusat A.Yani Banjarmasin. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian lapangan (*field research*), dengan sifat penelitian *deskriptif kualitatif* yang menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara serta pengkajian dari data-data yang diperoleh kemudian dianalisis sehingga menghasilkan sebuah kesimpulan.

Persamaan penelitian ini dengan rumusan masalah peneliti adalah menggunakan strategi marketing dalam menarik minat nasabah/konsumen yaitu menggunakan bauran pemasaran dan *marketing mix*. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh Bank Syariah Mandiri kantor cabang pusat A.Yani Banjarmasin pada pembukaan rekening secara *online* yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran atau *marketing mix* yang meliputi Produk (*Product*), Harga (*Price*), Promosi (*Promotion*), Tempat (*Place*), Orang (*People*), Proses (*Process*) dan Bukti Fisik (*Physical Evidence*). Sedangkan kendala dalam memasarkan pembukaan rekening secara *online* yaitu sistem aplikasi yang masih belum dapat dikatakan siap sesuai dengan kriteria yang sudah dipaparkan oleh Bank Syariah Mandiri beberapa fitur terbaru dari Mandiri Syariah Mandiri Mobile yaitu lamanya proses penyelesaian rekening nasabah pada “Cek Status”, seringnya terjadi error dari server pada aplikasi sehingga membuat nasabah harus mengulang lagi melakukan verifikasi (*KYC Online*) dengan *video call* dengan karyawan Bank Syariah Mandiri, dan untuk pengaktifan aktivasi yang belum tersedia untuk beberapa kartu jaringan ponsel selain Telkomsel sehingga mayoritas nasabah yang ingin membuka rekening dengan kartu tersebut menjadi tidak

tertarik lagi karena harus membeli kartu yang lain dalam pengaktifannya.⁸ Relevansi dalam penelitian ini untuk penelitian peneliti ialah sebagai bahan referensi dalam penelitian yang akan dilakukan dan memperkaya keilmuan tentang efisiensi dalam melakukan strategi pemasaran dalam pembukaan rekening tabungan secara *online* bank *syariah* dan hambatan/kendala dari pembukaan rekening tabungan secara *online*.

3. R.Ajeng Entaresmen dan Desy Putri Pertiwi, “Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan Ib Hasanah Di PT.Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X”, Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti Jakarta, 2016. Fokus permasalahan dari penelitian ini ialah mengenai permasalahan implementasi strategi pemasaran penjualan produk tabungan iB Hasanah di BNI *Syariah* kantor cabang X serta kendala penerapan strategi pemasaran dalam penjualan produk tabungan iB Hasanah di BNI *Syariah* kantor cabang X.

Penelitian ini menggunakan metode *kualitatif deskriptif*. Persamaan penelitian ini dengan rumusan masalah peneliti adalah sama - sama menggunakan strategi *marketing mix* sebagai strategi untuk memasarkan produknya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa bank BNI *Syariah* menggunakan strategi pemasaran intensifikasi bagi nasabah yang sudah memiliki produk BNI *Syariah*, dan pola ekstensifikasi bagi calon nasabah di bank lain yang belum menggunakan produk Bank BNI *Syariah*. Bank BNI

⁸ Norjanah, *Strategi Pemasaran Pembukaan Rekening Secara Online Pada Bank Syariah Mandiri KCP A.Yani Banjarmasin*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, 2020

Syariah juga memiliki strategi pemasaran yaitu 9P yaitu *Process, People, Product, Price, Place, Promotion, Partners, Presentation, dan Passion.*⁹

Kendala yang dihadapi oleh BNI Syariah merujuk kepada pola ekstensifikasi, karena pegawai harus menjelaskan kembali dari awal produk di BNI Syariah dengan jelas dan terarah. Selain itu, yang menjadi faktor penghambat lainnya dalam memasarkan produk Tabungan iB Hasanah yaitu: kurangnya pegawai yang ahli dalam memasarkan produk BNI Syariah, cara pelayanan pegawai yang membuat nasabah cepat merespon, persaingan antar bank konvensional maupun bank *syariah*. Relevansi dalam penelitian ini untuk penelitian peneliti ialah sebagai bahan referensi dalam penelitian yang akan dilakukan dan memperkaya keilmuan tentang strategi pemasaran terhadap produk penjualan bank *syariah* dan mengetahui kendala strategi pemasaran terhadap produk penjualan bank *syariah*.

4. Lisa Ananda, “Strategi pemasaran pembukaan rekening *online* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Bank Syariah Mandiri kantor cabang Padang Panjang”, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar, 2021, dengan hasil:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran pembukaan rekening *online* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Bank Syariah Mandiri kantor cabang Padang Panjang. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan (*field research*) dengan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan

⁹ R. Ajeng Entaresmen, dan Desy Putri Pertiwi, *Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan iB Hasanah Di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X*, Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti Jakarta, Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa, Vol.9 No.1, 2016, hlm 55

dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan berupa reduksi data, penyajian data dan penarik kesimpulan, sedangkan teknik keabsahan data berupa triangulasi.

Persamaan penelitian ini dengan rumusan masalah peneliti ialah sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan metode bank syariah yang sama yaitu *marketing mix*. Namun terdapat 2 *marketing mix* yang belum terlaksanakan oleh pihak Bank Syariah Mandiri cabang Padang Panjang yaitu *promotion*, dan *process*. *Promotion* dilakukan dengan cara menawarkan secara langsung kepada nasabah yang datang ke kantor dengan memberikan brosur mengenai pembukaan rekening *online*. *process* yaitu melakukan akses pada Handphone android kemudian mengisi data-data dan melakukan video call dengan customer service pusat dengan ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang, jenis tabungan yang yang dapat dibuka melalui pembukaan rekening *online* ini adalah tabungan *wadi'ah*, dan tabungan *Mudharabah*. hambatan yang dihadapi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang yaitu promosi yang kurang maksimal sehingga banyak masyarakat yang tidak mengetahui adanya pembukaan rekening *online* dan juga sulitnya nasabah terhubung dengan customer service pusat untuk melakukan verifikasi wajah. Relevansi dalam penelitian ini untuk penelitian peneliti ialah sebagai bahan referensi dalam penelitian yang akan dilakukan dan memperkaya keilmuan tentang strategi pemasaran terhadap pembukaan rekening *online* dalam meningkatkan jumlah nasabah.

5. Nurliana, “Minat Masyarakat Gunung Toar Terhadap Pembukaan Rekening Proses Burekol (Buku Rekening *Online*) Melalui *Mobile Banking* Pada Bank *Syariah* Mandiri Cabang Teluk Kuantan”, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Kuantan Singingi, Desa Seberang Gunung, Kecamatan Gunung Koar, Kabupaten Kuantan Singingi, 2021, dengan hasil :

Persamaan penelitian ini dengan rumusan peneliti adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif dan ingin mengetahui minat nasabah/masyarakat dalam pembukaan rekening secara *online* melalui *Mobile Banking*. Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui minat masyarakat Gunung Toar dalam pembukaan rekening tabungan proses Burekol di Bank Mandiri *Syariah* Teluk Kuantan. Populasi dalam penelitian ini adalah studi lapangan masyarakat Kecamatan Gunung Toar menurut klasifikasi pekerjaan sebanyak 535 sampel namun hanya mengambil 41 orang sebagai sampel, pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *sampling incidental*, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, angket, dan dokumentasi. Data dianalisis dengan deskriptip kualitatif dengan menggunakan rumusan presentase. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat nasabah Gunung Toar terhadap proses pembukaan rekening *online* ada dikategori rendah yang ditunjukkan dengan angka 21,95% dan faktor-faktor bagi masyarakat Gunung Toar pembukaan rekening *online* di Bank *Syariah* Mandiri Teluk Kuantan adalah faktor budaya, faktor sosial dan faktor pelayanan fasilitas. Sedangkan faktor penghambatnya adalah faktor motivasi bahwa masyarakat tidak mengerti

tentang pembukaan rekening *online* karena kurangnya promosi dibawa oleh bank *syariah* mandiri. Relevansi dalam penelitian ini untuk penelitian peneliti ialah sebagai bahan referensi dalam penelitian yang akan dilakukan dan memperkaya keilmuan tentang minat masyarakat dalam proses pembukaan rekening *online*.

Kesimpulan dan manfaat yang didapat dari kelima penelitian tersebut ialah dengan adanya pembukaan rekening secara digital (*online*) maka tidak hanya dapat memudahkan nasabah tetapi juga memudahkan pihak bank dalam melakukan pemeriksaan data-data nasabah lebih mudah. Melalui pembukaan rekening tabungan *online* membuat calon nasabah tidak perlu melakukan antre lama diCS bank-bank *syariah*, akan tetapi ini hanya berdampak bagi nasabah yang sudah tahu betul mengenai tentang *FinTech* dengan kata lain yang sudah memiliki edukasi ataupun promosi yang berkelanjutan yang digunakan pihak perbankan didalamnya. Strategi yang diterapkan bank-bank *syariah* dalam memasarkan produknya rata-rata dengan strategi *marketing mix* mulai dari Bank Mandiri *Syariah*, BRI *Syariah*, dan BNI *Syariah* yang kini telah merger menjadi Bank *Syariah* Indonesia. Adapun manfaat yang dapat peneliti ialah untuk memperkaya keilmuan tentang strategi pembukaan rekening *online* dibank-bank *syariah* tidak hanya satu tetapi tiga bank yang berbeda dan sebagai referensi dalam penelitian yang akan dilakukan.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut di atas, untuk mempermudah melihat pemasaran dan perbedaan antara penelitian terdahulu dan penelitian peneliti maka dibuat dalam tabel berikut:



Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul, Tahun, dan Jenis Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Indra Cahyana	Sistem Layanan Digital Perbankan Syariah (Studi Kasus Pembukaan rekening tabungan faedah Berbasis <i>e-FORM</i> Pada BRI Syariah kantor cabang Semarang	<ul style="list-style-type: none"> - Arah yang di teliti sama menggunakan sistem pembukaan rekening menggunakan sistem secara online - Metode Penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan Analisis Kualitatif 	Sistem pembukaan rekening tabungan faedah menggunakan <i>e – FORM</i> diakses di web resmi BRISyariah
2	Norjanah	Strategi Pemasaran Pembukaan Rekening Secara <i>Online</i> Pada Bank Syariah Mandiri kantor cabang pusat A.Yani Banjarmasin	Penelitian ini sama sama membahas pembukaan rekening <i>online</i> (BUREKOL). Analisis penelitian sama menggunakan metode kualitatif.	Penelitian ini meneliti bagian strategi pemasaran pembukaan rekening syariah tanpa mengetahui minat nasabah ataupun dalam menarik minat nasabah
3	R.Ajeng Antaresmen dan Desy Putri Pertiwi	Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan Ib Hasanah Di PT.Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X	Penelitian sama mengarah kepada strategi terhadap produk tabungan pada bank syariah. Analisis penelitian sama menggunakan metode kualitatif	Arah strategi pemasaran keproduk tabungan iB Hasanah
4	Lisa Ananda	Strategi pemasaran pembukaan rekening <i>online</i> dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Bank Syariah Mandiri kantor cabang Padang Panjang	<ul style="list-style-type: none"> - Penelitian ini sama sama meneliti bagian dari strategi pembukaan rekening <i>online</i> bank syariah - Metode penelitian menggunakan 	Penelitian ini hanya mengacu pada strategi pemasaran 7P dalam penelitiannya dalam meningkatkan

			Analisis kualitatif	jumlah nasabah tanpa mengetahui minat nasabah
5	Nurliana	Minat Masyarakat Gunung Toar Terhadap Pembukaan Rekening Proses Burekol (Buku Rekening <i>Online</i>) Melalui <i>Mobile Banking</i> Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Teluk Kuantan	<ul style="list-style-type: none"> - Penelitian ini sama sama ingin mengetahui minat masyarakat/calon nasabah yang ingin membuka rekening secara <i>online</i> - Metode penelitian menggunakan Analisis kualitatif 	Penelitian ini menggunakan teknik sampling insidental sebagai teknik pengambilan sampelnya. Untuk wilayah yang relatif lebih kecil yaitu desa sebagai tempat penelitian.

Sumber : dibuat oleh peneliti tahun 2021

B. Kajian Teori

1. Strategi Pemasaran

a. Strategi

Strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi, sebuah aktifitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat kordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efesiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.¹⁰ Kuncoro berpendapat bahwa taknik perumusan strategi yang penting dapat diintegrasikan kedalam kerangka kerja pengambilan keputusan yang terdiri dari tiga tahapan, yaitu tahap masukan, pencocokan dan keputusan. Tahap masukan merupakan

¹⁰ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran prinsip dan penerapan*, Yogyakarta : Andi Offset, 2020, hlm 80

tahapan untuk menginput serta meringkas informasi dasar yang dibutuhkan untuk merumuskan strategi. Tahapan pencocokan merupakan tahapan yang berfokus pada faktor eksternal dan internal. Sedangkan tahapan keputusan adalah tahapan untuk mengevaluasi secara objektif setiap alternatif yang layak dan dengan demikian mampu memberikan dasar tujuan perusahaan untuk memiliki strategi yang lebih spesifik.¹¹

Menurut Hamel dan Prahalad yang menyatakan bahwa strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti didalam bisnis yang dilakukan.¹² Menurut Buzzel dan Gale strategi adalah kebijakan dan keputusan kunci yang digunakan untuk manajemen, yang memiliki dampak besar pada kinerja keuangan. Kebijakan dan keputusan ini biasanya melibatkan sumber daya yang penting dan tidak dapat diganti dengan mudah.¹³

¹¹ Zuriani Ritonga, *Manajemen Strategi Teori dan Aplikasi*, Sleman : CV Budi Utama, 2019, hlm 14.

¹² Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategi*, Jakarta : Rajawali Pers, 2010, hlm 16 .

¹³ Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategi*, Jakarta : Binarupa Aksara, 1996, h.19.

Strategi merupakan istilah yang umum dalam membentuk sistematis yang perlu diciptakan dalam suatu pengelolaan organisasi. Strategi pada dasarnya merupakan seni dan ilmu menggunakan dan mengembangkan kekuatan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.¹⁴ Manajemen strategi adalah serangkaian tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.

Strategi memiliki pemahaman dan pengertian strategi oleh para ahli manajemen seperti berikut ini:

- 1) Henry Mintzberg, James Brian Quinn, dan Jhon Voyer mendefinisikan strategi sebagai 5P, yaitu: strategi sebagai Perspektif, strategi sebagai Posisi, strategi sebagai Perencanaan, strategi sebagai Pola kegiatan, dan strategi sebagai Penipuan. Mari kita lihat pengertian dari masing-masing P tersebut:¹⁵
 - a) Perspektif. Setiap aktifitas yang dirumuskan atau dilakukan harus mengacu kepada misi yang di emban dan jangan keluar dari misi tersebut. Jika keluar dari misi tersebut akan berdampak kepada tidak terarah dan terfokusnya kegiatan, sehingga akan mengambang dan terpencar yang mengakibatkan perencanaan tidak dapat terlaksana dengan baik.

¹⁴ Siagian P Sondang, *Manajemen Stratejik*, Jakarta: Bumi Aksara, 1998, hlm 77

¹⁵ *Ibid*, hlm 88

- b) Posisi. Pengertian posisi ini adalah kemampuan dari lembaga atau organisasi untuk menempatkan beberapa item pilihan mereka agar keberadaan mereka dapat di dalam pikiran pihak-pihak atau orang-orang yang terkait dan dalam perbankan dapat dikatakan seperti nasabah, pihak bank dan perbankan tersebut.
- c) Perencanaan. Perencanaan merupakan susunan (rumusan) sistematis mengenai langkah (tindakan-tindakan) yang akan dilakukan di masa depan, dengan didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan yang seksama atas potensi, faktor-faktor eksternal dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu. Dalam pengertian ini, termuat hal-hal yang merupakan prinsip perencanaan yakni:¹⁶
- (1) Apa yang akan dilakukan, yang merupakan jabaran dari visi dan misi.
 - (2) Bagaimana mencapai hal tersebut.
 - (3) Siapa yang akan melakukan.
 - (4) Lokasi aktivitas.
 - (5) Kapan akan dilakukan, berapa lama.
 - (6) Sumber daya yang dibutuhkan. Ini merupakan langkah-langkah untuk pencapaian misi. Perencanaan membutuhkan skedul yang matang agar tidak jalan ditempat. Ada time schedule yang merupakan durasi waktu dan responsible

¹⁶*Ibid*, hlm 89

persons. Disini ditentukan siapa yang bertanggung jawab atas aktifitas tersebut.

- d) Pola kegiatan, di mana dalam strategi dibentuk suatu pola, yaitu umpan balik dan penyesuaian. Agar terdapat sinkronisasi antara visi, misi dan perencanaan yang efektif perlu kita menyusun pola yang saling menguatkan dan bersesuaian. Ini dapat dievaluasi secara berkala dan penyusunan pola ini merupakan umpan balik dan dapat dijadikan sebagai acuan keberhasilan kita.
 - e) Ploy atau rekayasa yaitu muslihat rahasia. Di dalam menyusun strategi, kita juga membutuhkan seni untuk menata agar terlaksananya strategi dengan baik sehingga pencapaian tujuan dapat dijangkau dengan mudah dan berkesinambungan. Rekayasa manajemen dalam perencanaan dan evaluasi perlu dilakukan agar tujuan dapat tercapai.
- 2) Arnoldo C. Hax dan Nicholas S. Manjluk, mendefinisikan strategi sebagai cara menuntun lembaga pada sasaran utama pengembangan nilai korporasi, kapabilitas manajerial, tanggungjawab organisasi, dan sistem administrasi yang menghubungkan pengambilan keputusan strategik dan operasional pada seluruh tingkat hirarki, dan melewati seluruh lini lapisan.¹⁷

b. Pemasaran

¹⁷ Ibid.

Istilah pemasaran dalam bahasa Inggris dikenal dengan *marketing*. Asal kata pemasaran adalah pasar atau market. Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan dari perwujudan pemberian harga, promosi, dan distribusi dari barang-barang maupun jasa dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi.¹⁸

Pemasaran memiliki peran pokok dalam kontribusi terhadap strategi produk perusahaan baik berskala nasional maupun internasional yang membutuhkan seorang marketer andal untuk memasarkan produk atau jasa. Pemasaran sebagai salah satu aspek penting dalam dunia usaha seperti sekarang, menjadi pendorong untuk meningkatkan penjualan sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Menurut Philip Kotler, pemasaran adalah sebuah proses sosial dimana individu atau kelompok melakukan transaksi pertukaran nilai antara 2 pihak untuk mendapatkan apa yang diinginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk-produk.

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Perkembangan dunia usaha yang pesat banyak sekali bermunculan produk, barang, dan

¹⁸ Philip Kotler, *Marketing Management*, Jakarta : Pren Hallindo, 1997, hlm 9

jasa yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing masing produk dan jasa tersebut.

Akibatnya membuat pelanggan mempunyai banyak pilihan dalam menggunakan produk barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen. Tetapi untuk produsen, ini merupakan satu ancaman karena ketika semakin banyaknya produk barang dan jasa yang ditawarkan pada pelanggan maka semakin ketat pula persaingan yang terjadi dalam dunia bisnis. Suatu perusahaan dapat mengutamakan pelayanan yang baik untuk dapat bersaing di dalam dunia bisnis. Menurut Kotler, kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Dampak positif dari pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan serta keinginan untuk melakukan pembelian kembali (*re-buying*) yang tentunya akan meningkatkan pendapat yang diterima dari produk yang terjual.¹⁹

Untuk dapat bersaing dan berkembang maka perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas. Suatu perusahaan juga perlu melakukan pendekatan kepada konsumen untuk dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen.²⁰

Maka dengan begitu pelanggan akan mendapat kepuasan tersendiri dan merasa dihargai sehingga mereka senang dan bersedia

¹⁹ *Ibid*, hlm 10

²⁰ Farida Yulianti, dkk, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Budi Utama, 2019, hlm 5

untuk menjadi pelanggan diantara kualitas produk yang mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk. Kualitas adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat paten. Kualitas produk akan mempengaruhi minat beli bagi para pelanggan yang sedang membutuhkan suatu produk yang diinginkan. Untuk memenuhi kepuasan pelanggan, perusahaan memberikan kualitas produk yang bagus, pelayanan yang baik untuk dapat mempertahankan pelanggan serta harga yang terjangkau.²¹

c. Strategi Pemasaran

Menurut Hasan, strategi pemasaran merupakan bagian dari integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi bisnis. Dengan adanya strategi pemasaran, maka implementasi program dalam mencapai tujuan organisasi dapat dilakukan secara aktif, sadar dan rasional. Strategi pemasaran bagi perusahaan khususnya bank syariah dapat berfungsi sebagai berikut:

- 1) Sebagai respons organisasi untuk menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan sepanjang siklus bisnis.
- 2) Sebagai upaya untuk membedakan dirinya dari pesaing dengan menggunakan kekuatan korporat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang lebih baik dalam lingkungan tertentu.

²¹ *Ibid*, hlm 6

- 3) Sebagai kunci keberhasilan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis, memberikan kesatuan arah bagi semua mitra internal perusahaan. Strategi pemasaran yang jelas tentunya memberi arah kombinasi variabel-variabel segmentasi *positioning*, elemen bauran pemasaran, dan biaya bauran pemasaran konsep strategi yang tidak jelas, keputusan yang diambil akan subjektif.
- 4) Sebagai pedoman dalam mengalokasikan sumber daya dan usaha organisasi.
- 5) Sebagai alat fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan dalam pelayanan pasar sasaran.²²

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi suatu perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Program pemasaran meliputi tindakan permintaan terhadap produk, diantaranya dalam hal mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihakan saluran distribusi, dan sebagainya.

Adapun perumusan strategi pemasaran berarti melaksanakan prosedur tiga langkah secara sistematis, bermula dari strategi segmentasi pasar, strategi penentuan pasar sasaran.²³ Dan strategi

²² Ali Hasan. *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010. Hlm 119

²³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III*, Yogyakarta: Andi Offset, 2008, hlm 82

penentuan posisi pasar. Ketiga strategi tersebut adalah kunci di dalam manajemen pemasaran.²⁴

1) Strategi segmentasi pasar

Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar kedalam kelompok pembeli yang berbeda-beda berdasarkan kebutuhan, karakteristik, ataupun perilaku yang membutuhkan bauran produk dan bauran pasaran tersendiri, dengan kata lain segmentasi pasar juga merupakan dasar untuk mengetahui bahwa setiap pasar terdiri atas beberapa segmen yang berbeda-beda.

Segmentasi pasar adalah proses yang menempatkan konsumen dalam sub kelompok di pasar produk, sehingga pembeli memiliki tanggapan yang hampir sama dengan strategi pemasaran dalam penentuan posisi perusahaan.

2) Strategi penentuan pasar sasaran.

Strategi penentuan pasar sasaran adalah pemilihan besar atau luasnya segmen sesuai dengan kemampuan suatu perusahaan untuk memasuki segmen tersebut. Sebagian besar perusahaan memasuki sebuah pasar baru dengan melayani satu segmen tunggal, dan jika terbukti berhasil, maka mereka menambah segmen dan kemudian memperluas secara vertikal kemudian memperluas secara vertikal secara horizontal.

3) Strategi penentuan pasar sasaran

Penentuan posisi pasar (*positioning*) adalah strategi untuk merebut posisi dibenak konsumen, sehingga strategi ini menyangkut bagaimana membangun kepercayaan, keyakinan, dan kompetensi bagi pelanggan. *Positioning* adalah aktivitas mendesain citra dan memposisikan diri dibenak konsumen. Dapat diartikan juga *positioning* adalah bagaimana mendefinisikan identitas dan kepribadian perusahaan di benak pelanggan.²⁵

Kemudian manajemen pemasaran dikelompokkan dalam empat aspek yang sering dikenal dengan *marketing mix* atau bauran pasar. Bauran pemasaran adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari empat kelompok variable yang disebut “empat P”, yaitu:²⁶

1) *Product*/Produk

Produk berarti kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasaran sasaran. Elemen-elemen yang termasuk dalam bauran produk antara lain ragam produk, kualitas, *design*, fitur, nama merek, kemasan, serta layanan.

2) *Price*/Harga

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan,

²⁵ Philip Kotler, *Marketing Management, ...*, hlm 15

²⁶ Ibid.

sedangkan unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan dan membutuhkan waktu yang relative singkat, sedangkan ciri-ciri produk, saluran distribusi, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu.

3) *Place/Tempat*

Tempat atau saluran pemasaran meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran, saluran distribusi adalah rangkaian organisasi yang saling tergantung terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran distribusi dapat didefinisikan sebagai himpunan perusahaan dan perorangan yang mengambil alih hak atau membantu dalam pengalihan hak atas barang atau jasa tertentu selama barang atau jasa tersebut berpindah dari produsen ke konsumen.

4) *Promotion/Promosi*

Promosi berarti aktivitas yang menyampaikan produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya. Definisi promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk mengomunikasikan manfaat dari produknya, membujuk, dan

mengingatkan para konsumen sasaran agar membeli produk tersebut.

Adapun secara rinci tujuan dari promosi adalah sebagai berikut:²⁷

- a) Menginformasikan
- b) Membujuk pelanggan kesasaran
- c) Mengingatkan

2. Minat

Minat dalam kamus besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai keinginan, kesukaan, dan kehendak.²⁸ Minat adalah sebuah keinginan yang timbul dari dalam diri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mengambil keputusan guna mencapai tujuan tertentu. Menurut pandji, minat adalah rasa tertarik pada objek atau aktivitas dan biasanya ada kecendrungan untuk mencari objek atau produk yang disenangi tersebut. Sedangkan menurut Andi Mappiare minat yaitu perangkat mental yang terdiri dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kebiasaan lain yang mengarahkan seseorang kepada pilihan tertentu.²⁹

Nasabah adalah orang perseorangan atau badan hukum yang terkait dan memiliki rekening simpanan atau pinjaman di bank. Nasabah memiliki pengaruh yang besar terhadap kelangsungan bank. Oleh karena itu, bank harus mampu menarik nasabah sebanyak-

²⁷ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran prinsip dan penerapan*, Yogyakarta : Andi Offset, 2020, hlm 122

²⁸ Sofiyah Ramdhani, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Surabaya : Karya Agung, hlm 398

²⁹ Andi Mappiare, *Psikologi Remaja*, Surabaya: Usaha Offest Printing, 2000, hlm 62

banyaknya agar dana yang terkumpul dari nasabah dapat digunakan oleh bank, dan dana tersebut selanjutnya akan disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan bantuan bank.

Menurut ketentuan Pasal 1 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa perbankan, dan depositan adalah nasabah yang menyimpan dana di bank dalam bentuk simpanan sesuai dengan kesepakatan antara bank dan pelanggan.³⁰

Oleh karena itu, minat pelanggan dapat diartikan sebagai faktor dari dalam diri konsumen, dan sebagai faktor pendorong untuk dapat melakukan dan membeli suatu merek atau melakukan tindakan terkait pembelian, hal tersebut dapat diukur dengan kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Minat Banyak orang yang bertekad untuk memilih antara menyukai dan tidak menyukai objek, nilai pengalaman, tindakan, kesenangan dan berpartisipasi dalam aktivitas yang mereka sukai. Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa minat pelanggan merupakan faktor penentu bagi perusahaan untuk menyediakan produk dan digunakan dalam proses pengambilan keputusan apakah akan membeli atau tidak membeli.³¹

Minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam, tergantung pada sudut pandang serta cara menggolongkannya. Minat

³⁰ <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1998/10tahun~1998uu.htm> Diakses pada tanggal Senin 10 Oktober 2022 Pukul 7:33 WIB.

³¹ Husein Umar, *Riset Pemasaran perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005. hlm 46.

dapat dibagi menjadi tiga macam yaitu minat berdasarkan cara timbulnya, minat berdasarkan arahnya, serta minat berdasarkan cara mengungkapkannya.³²

- 1) Minat berdasarkan timbulnya, terbagi menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif timbul karena adanya faktor biologis atau jaringan-jaringan tubuh. Sedangkan minat kultural atau minat sosial yaitu sebuah minat yang timbul karena proses belajar.
- 2) Minat berdasarkan arahnya dapat dibedakan menjadi 2 yaitu minat intrinsik dan minat ekstrinsik. Minat intrinsik yaitu minat yang langsung berhubungan dengan sebuah aktivitas itu sendiri. Sedangkan, minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari sebuah kegiatan tersebut.
- 3) Berdasarkan cara mengungkapkannya, minat dibedakan menjadi empat:
 - a) *Expressed interest*, yaitu minat yang diungkapkan dengan meminta kepada subjek untuk melakukan kenyataan kegiatan yang disenangi maupun kegiatan yang tidak disenangi.
 - b) *Manifest interest*, yaitu minat yang diungkapkan dengan melakukan pengamatan secara langsung.

³² Abdul Rahman Shaleh dan Muhibid Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam*, Jakarta: Prenada Media, 2004, hlm 263

- c) *Tested interest*, yaitu minat yang diungkapkan menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif.
- d) *Inventoried interest*, yaitu minat yang diungkapkan menggunakan alat-alat yang sudah distandarisasikan.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa minat seseorang terhadap suatu objek tergantung pada pola fikir dan perilaku atau dari sudut pandang masing-masing individu yang penentuan tersebut juga berbeda.

Menurut Crow dan Crow, dikutip oleh Abdul Rahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab terdapat tiga faktor timbulnya minat yaitu, dorongan dari dalam diri atau individu sendiri, motif sosial yang membangkitkan minat untuk melakukan sebuah aktivitas dan faktor emosional yang mana minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.³³

Minat nasabah dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

- 1) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- 2) Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.

³³ *Ibid*, hlm 265

- 3) Minat prefensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk.
- 4) Minat eksploratif, yaitu menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya.³⁴

3. Kendala

Kendala merupakan semua hal yang terjadi yang dapat menghambat kegiatan produksi sehingga menyebabkan kerugian bagi perusahaan. Menurut Blocher, dkk teori kendala merupakan teknik strategis yang digunakan untuk membantu perusahaan dalam memperbaiki CSF (*critical success factors*) secara efektif yang dinilai sangat penting : waktu siklus, yakni tingkat kecepatan bahan baku diubah menjadi produk jadi.³⁵ Teori kendala adalah metode, pendekatan dan alat yang terjadi selama proses produksi kemudian menganalisis cara untuk mengatasi kendala tersebut:³⁶

a. Jenis Jenis kendala

Jenis- jenis kendala menurut Setyaningrum dan Hamidy, jenis kendala dapat dibedakan menjadi:

- a) Kendala internal (*internal constraint*) adalah faktor-faktor yang membatasi perusahaan yang berasal dari dalam perusahaan, misalnya keterbatasan jam mesin. Kendala

³⁴ Agusty Ferdianand, *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006, hlm 129

³⁵ Edward J Blocher, dkk, *Manajemen Biaya Penekanan Strategis*, Buku 2 Edisi 5, Jakarta: Salemba Empat, 2014, hlm 58

³⁶ Don R Hansen, dkk, *Management Accounting*, Edisi 7, Buku 1, Jakarta: Salemba 4, 2004, hlm

internal harus dimanfaatkan secara optimal untuk mengikat *throughput* semaksimal mungkin tanpa meningkatkan persediaan dan biaya operasional.

- b) Kendala eksternal (*external constraint*) adalah factor-faktor yang membatasi perusahaan yang berasal dari luar perusahaan, misalnya permintaan pasar atau kualitas bahan baku yang tersedia dari pemasok. Kendala eksternal berupa volume.
- c) Kendala mengikat (*blind constraint*) adalah kendala yang terdapat pada sumber daya yang telah dimanfaatkan sepenuhnya.
- d) Kendala tidak mengikat atau kendur (*loose constrain*) adalah kendala yang terdapat pada sumber daya yang terbatas yang tidak dimanfaatkan sepenuhnya.³⁷

Adapun konsep dasar teori kendala adalah sebagai berikut: *Throughput* adalah ukuran pada penghasilan yang didapatkan oleh perusahaan melalui kegiatan penjualan. Persediaan adalah semua yang dimiliki dan tersedia secara potensial yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mengubah bahan baku menjadi *throughput*. Biaya operasional adalah semua pengorbanan yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mengubah persediaan menjadi *throughput*.

³⁷*Ibid*, hlm 601

Langkah-langkah untuk menghadapi suatu kendala adalah sebagai berikut yaitu :³⁸

- 1) mengidentifikasi kendala;
- 2) menentukan dan merancang kegiatan produksi yang paling baik ketika dihadapkan dengan kendala;
- 3) memaksimalkan kegiatan produksi dengan kendala yang terjadi;
- 4) meningkatkan daya tahan ketika menghadapi kendala;
- 5) merancang kembali proses produksi.

C. Kerangka Konseptual

1. Bank Syariah

Bank Islam atau Bank *Syariah* adalah lembaga keuangan/perbankan yang oprasionalnya dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadist atau Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan serta peredaran uang yang pengoprasiaannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.

Bank *syariah* dikembangkan sebagai lembaga bisnis keuangan yang melaksanakan kegiatan usahanya sejalan dengan prinsip-prinsip dasar dalam ekonomi Islam. Tujuan ekonomi Islam bagi bank *syariah* tidak hanya terfokus pada tujuan komersial yang tergambar pada pencapaian keuntungan

³⁸ *Ibid*, hlm 606

maksimal, tetapi perannya dalam memberikan kesejahteraan secara luas bagi masyarakat.³⁹

Indonesia kehadiran Bank yang berdasarkan Syariah relative baru, yaitu pada awal 1990-an, meskipun masyarakat Indonesia merupakan masyarakat muslim tersebar di dunia. Prakarsa untuk mendirikan Bank Syariah di Indonesia dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada 18-20 Agustus 1990. Namun, diskusi tentang Bank Syariah sebagai basis ekonomi Islam sudah mulai dilakukan pada awal 1980.

Bank Syariah pertama di Indonesia merupakan hasil kerja tim perbankan MUI, yaitu dengan dibentuknya PT Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang akte pendiriannya ditandatangani pada 1 November 1991. Bank ini ternyata berkembang cukup pesat sehingga saat ini Bank Muamalat Indonesia sudah memiliki puluhan cabang yang terbesar di beberapa kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, Makasar, dan kota lainnya. Perkembangan selanjutnya dari kehadiran Bank Syariah di Indonesia sangat menggembirakan. BMI saat ini juga telah melahirkan Bank Syariah milik pemerintah seperti Bank Syariah Mandiri (BSM). Kemudian berikutnya berdiri Bank Syariah sebagai cabang dari Bank Konvensional yang sudah ada seperti Bank BNI, Bank BRI. Bank-Bank Syariah lain yang direncanakan akan membuka cabang adalah Bank Niaga, Bank Bukopin, dan BCA.⁴⁰

³⁹ Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2013, hlm 16.

⁴⁰ *Ibid*, hlm 18

Kehadiran Bank Syariah ternyata tidak hanya dilakukan oleh masyarakat muslim, tetapi juga bank milik non-muslim. Saat ini Bank Islam sudah tersebar di berbagai Negara-Negara muslim dan non-muslim, baik di benua Amerika, Australia, dan Eropa. Bahkan banyak perusahaan keuangan dunia seperti *Citibank*, ANZ, dan *Chase Chemical Bank* telah membuka cabang yang berdasarkan Syariah.⁴¹

2. Tabungan Rekening *Online*

Tabungan menurut Undang-Undang Perbankan No.10 Tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.⁴² Namun dengan perkembangan jaman serba digital seperti sekarang rekening dapat diakses melalui *online*, dan termasuk pembukaan rekening *online*. Dengan adanya pembukaan rekening *online* tentunya dapat mempermudah nasabah tanpa perlu kelokasi bank dan juga memangkas waktu bagi pegawai bank dalam mengakses data pendaftar nasabah. Bank-bank yang membuka fitur pembukaan rekening online diantaranya BCA, BRI, BNI, Bank Mandiri, dan BSI Syariah.

Pembukaan rekening *online* dengan hanya mengunduh aplikasi di *app store* (IOS) atau *PlayStore* (OS/Android). Kemudian nantinya nasabah dapat mengakses pembukaan rekening *online* melalui aplikasi yang telah di

⁴¹Thamrin Abdullah, dkk, *Bank dan Lembaga Keuangan*, Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2014, h.214-215.

⁴² <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1998/10tahun~1998uu.htm>, Diakses pada tanggal 10 Oktober 2022 Pukul 8:50 WIB

unduh. Untuk pembukaan rekening *online* BSI nasabah nantinya akan diarahkan ke bagian menu dan kemudian akan memilih jenis rekening tabungan yang akan dipilih seperti Tabungan Haji Indonesia, Tabungan *Easy Mudha>rabah*, Tabungan *Easy Wadi'ah*, yang dapat diakses pembukaan rekening secara *online*. Selanjutnya pihak nasabah akan diminta menyiapkan KTP, NPWP (jika memiliki) dan nantinya akan diarahkan untuk pengisian data nasabah. Setelah berhasil melakukan pengisian data nasabah dan berhasil verifikasi nantinya nasabah hanya perlu melakukan setoran pertamanya yaitu Rp.100.000 dapat dilakukan melalui transfer atau datang ke bank terdekat secara langsung untuk pengambilan kartu ATM dan buku tabungan dan nasabah sudah resmi menjadi nasabah BSI.⁴³

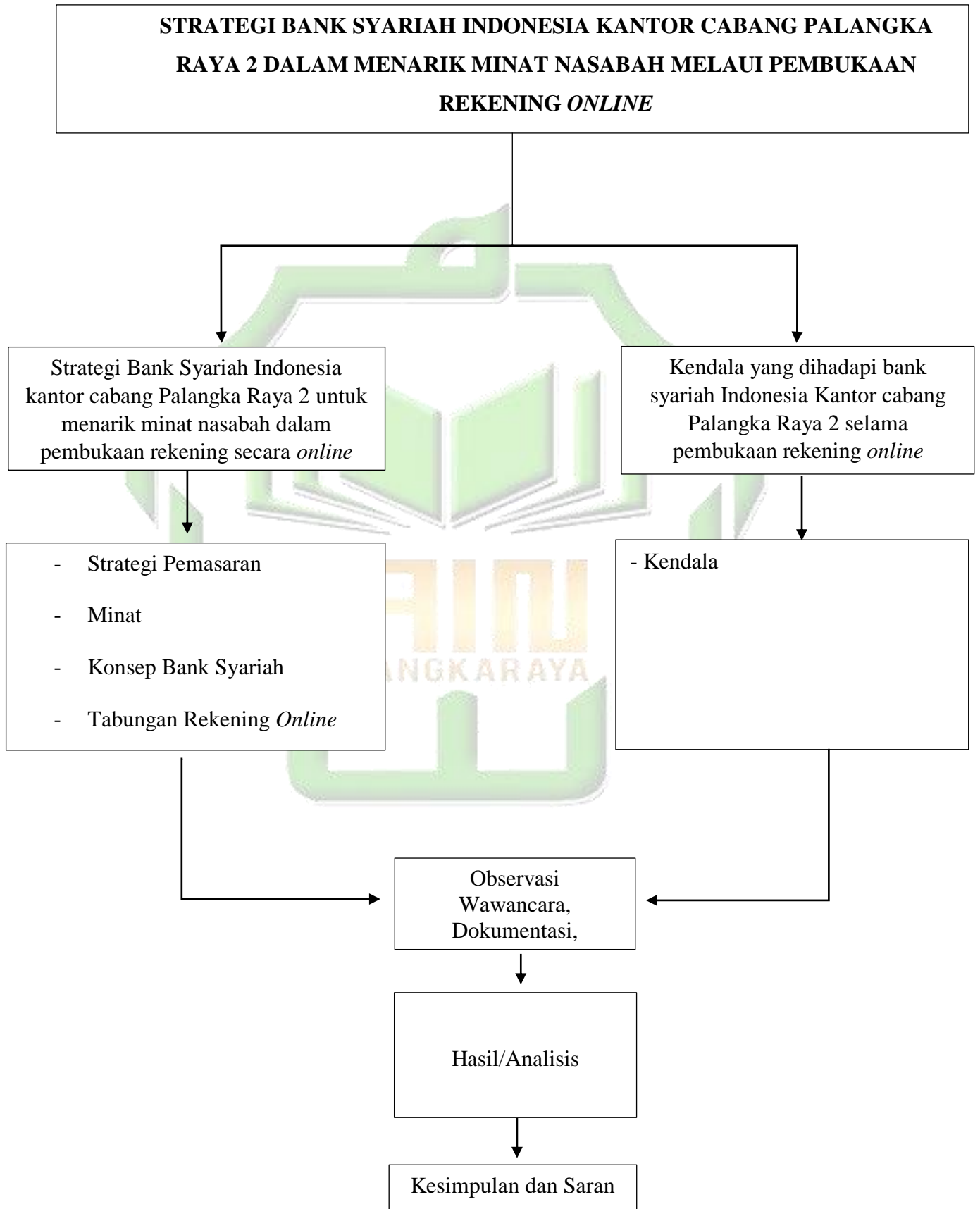
D. Kerangka Pikir

Penelitian ini didasarkan pada penelitian lapangan yang kemudian dikuatkan dengan data kepustakaan dimana diambil melalui pendapat para ahli tentang strategi bank syariah Indonesia kantor cabang 2 kota palangka Raya dalam menarik minat nasabah melalui pembukaan rekening secara *online*

⁴³ <https://bsimobile.co.id/ternyata-mudah-membuka-rekening-online-di-bank-syariah-indonesia/> diakses pada tanggal 23 Oktober 2022 Pukul 13:29 WIB

Bagan 2.1

Kerangka Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini memiliki prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka, dari orang atau perilaku yang dapat diamati. Demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumentasi pribadi, dan dokumentasi resmi lainnya. Penelitian kualitatif deskriptif dalam penelitian ini dimaksudkan agar peneliti dapat mengetahui dan menggambarkan apa yang terjadi di lokasi penelitian dengan lugas dan rinci serta berupaya mengungkapkan data yang terkait dengan strategi pembukaan rekening secara *online* di Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palangka Raya 2.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang langsung berhubungan dengan objek yang diteliti. Penelitian kualitatif adalah riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Penonjolan proses penelitian dan pemanfaatan landasan teori dilakukan agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di

lapangan. Selain itu landasan teori juga bermanfaat untuk memberikan gambar



umum tentang latar belakang penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian.⁴⁴

B. Waktu Penelitian dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Waktu untuk melakukan penelitian dengan judul Strategi Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palangka Raya 2 Dalam Menarik Minat Nasabah Melalui Pembukaan Rekening *Online* adalah 2 bulan mulai dari Mei sampai Juni, setelah penyelenggaraan seminar Proposal dan telah mendapatkan izin dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya.

2. Tempat Penelitian

Tempat penelitian merupakan lokasi fokus penelitian yang akan dilakukan. Agar penelitian kualitatif mendapat hasil yang sesuai dan sempurna maka penelitian kualitatif ini hanya mengambil satu lokasi penelitian.⁴⁵ Sebagaimana penelitian yaitu tentang pembukaan rekening online di Bank Syariah Indonesia, agar hasil yang didapatkan sempurna maka tempat penelitian ini memilih untuk mendapatkan datanya melalui Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palangka Raya 2 yang beralamat di Jl. A.Yani No 75 Palangka Raya. Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palangka Raya 2 adalah bank syariah pertama yang meluncurkan produk pembukaan rekening secara *online*. Dengan tidak ada pertimbangan dan

⁴⁴ Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Sukabumi: CV Jejak, 2018, hlm. 7.

⁴⁵ Rukin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Takalar: Yayasan Ahmar Cendikia Indonesia, 2019, hlm. 74.

alasan, karena tenaga biaya dan waktu yang masih dapat dipertimbangkan, tempat yang berada di Palangka Raya sangat mudah dijangkau. Adapun alasan peneliti memilih tempat penelitian yang berlokasi di BSI Cabang kantor cabang Palangka Raya 2 untuk mencari data Strategi Bank *Syariah* Indonesia kantor cabang Palangka Raya 2 dalam menarik minat nasabah karena Bank *Syariah* Indonesia kantor cabang Palangka Raya 2 merupakan *ex* Bank *Syariah* Mandiri yang merupakan penerobos gagasan pertama mengenai pembukaan rekening secara *online* daripada Bank *Syariah* Indonesia kantor cabang lainnya.

C. Objek dan Subjek Penelitian

1. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono mendefinisikan bahwa objek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁶ Objek penelitian merupakan titik perhatian dari suatu penelitian, titik perhatian tersebut berupa substansi, permasalahan, atau fenomena yang terjadi dilapangan dan bagaimana tanggapan pihak yang bersangkutan terhadap Strategi dalam menarik minat nasabah untuk membuka rekening secara *online*. Objek yang diteliti ialah strategi bank syariah Indonesia dalam menarik minat nasabah untuk membuka rekening tabungan dengan metode baru yaitu secara *online* tanpa harus pergi kebank secara langsung.

⁴⁶ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2012, hlm 38

2. Subjek Penelitian

Penentuan subjek dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel berupa *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama pada anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu atas ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut dengan objek penelitian untuk menjamin bahwa unsur yang diteliti masuk kedalam kategori.⁴⁷

Subjek dalam penelitian ini adalah pihak Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palangka Raya 2 yang terkait dengan pembukaan rekening secara *online*. Adapun informan dalam penelitian ini adalah nasabah yang berkeinginan untuk membuka rekening tabungan secara *online* di Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palangka Raya 2. Subjek dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

- a. Bagian *Branch Manager/Branc Operation* dan *Service Manager* yang bertugas sebagai pengelola oprasional cabang dan juga penyusun serta pelaksana strategi pemasaran Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang 2 Palangka Raya.
- b. Bagian *Customer Service (CS)*, karena sebagai petugas lapangan dalam menjelaskan tatanan cara pembukaan rekening secara *online* ataupun

⁴⁷ Amiruddin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006, hlm 106

pemberi buku tabungan dan kartu fisik berupa ATM di Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palangka Raya 2.

Adapun kriteria yang digunakan peneliti untuk menentukan subjek tambahan atau informan adalah sebagai berikut:

- 1) Beragama Islam.
- 2) Nasabah pembukaan rekening *online*
- 3) Bertempat tinggal di Kota Palangka Raya.
- 4) Berumur kisaran 17-45 tahun.

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data-data yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik-teknik sebagai berikut.

1. Observasi

Teknik Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran.⁴⁸ Bungin mengemukakan beberapa bentuk observasi yang dapat digunakan dalam penelitian kualitatif, yaitu observasi partisipasi, observasi tidak terstruktur, observasi kelompok tidak terstruktur.⁴⁹

Dalam observasi penelitian dilakukan secara langsung di lokasi BSI Cabang Palangka Raya di Jl. Ahmad Yani No.75, Pahandut, Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah 74874. Lokasi tersebut merupakan Bank Syariah

⁴⁸ Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2011, hlm 104

⁴⁹ M. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial*, Jakarta: Kencana, 2007, hlm 115

Indonesia kantor cabang Palangka Raya 2. Jadi hal yang yang ingin diperoleh oleh peneliti dari observasi yaitu mengenai Strategi Strategi Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palangka Raya 2 Dalam Menarik Minat Nasabah Melalui Pembukaan Rekening *Online*.

2. Teknik Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancarai.⁵⁰ Adapun teknik wawancara yang digunakan oleh peneliti adalah teknik wawancara sistematis, yaitu wawancara yang mengarah pada pedoman yang telah dirumuskan berdasarkan keperluan penggalan data dalam penelitian.⁵¹

Pendekatan wawancara pada penelitian ini memakai Wawancara Postmodern. Wawancara postmodern adalah salah satu jenis wawancara kualitatif untuk mengungkapkan data dan informasi tentang berbagai jenis pengetahuan dan refleksi yang terjadi pada saat ini.⁵²

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data yang berupa setiap bahan tertulis, gambar, dan catatan yang dapat memberikan informasi. Melalui teknik ini peneliti berupaya untuk mencari data dari hasil

⁵⁰ *Ibid*, hlm 105.

⁵¹ Imam Suprayogo dan Tobroni, *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003, hlm 173.

⁵² Hamid Patilima, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2011, hlm 70.

sumber tertulis, melalui dokumen atau apa saja yang memiliki relevansi sehingga dapat melengkapi data yang diperoleh di lapangan.

Metode ini dipakai untuk melengkapi data dari hasil observasi dan wawancara oleh peneliti yang dilakukan di BSI kantor cabang Palangka Raya 2 yaitu laporan, data atau foto kegiatan dan juga peneliti selama wawancara akan merekam hasil wawancara serta mendokumentasi dengan berfoto bersama narasumber atau subjek dan informan.

E. Pengabsahan Data

Pengabsahan data ini adalah untuk menjamin bahwa semua data yang telah diteliti baik melalui observasi, wawancara maupun melalui teknik dokumentasi adalah sesuai dan relevan dengan kenyataan yang sesungguhnya, agar penelitian ini menjadi sempurna.⁵³

Adapun teknik yang digunakan adalah teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.⁵⁴ Dalam penelitian ini menggunakan Triangulasi Sumber, Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.

⁵³Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007, hlm 330

⁵⁴Arifudin, dan Benny Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2018, hlm 143

F. Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data dalam kategori, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁵⁵

Analisis data diperlukan beberapa tahapan, seperti yang digunakan Bungin dalam bukunya Analisis Data Penelitian Kualitatif, yaitu dikatakan bahwa:⁵⁶

1. Data *collection* atau koleksi data ialah pengumpulan data dengan analisis data, yang mana data tersebut diperoleh selama melakukan pengumpulan data tanpa proses pemilahan.
2. Data *reduction* yaitu pengolahan data yang mencakup kegiatan mengikhtiarkan hasil pengumpulan data selengkap mungkin, dan memilah-milahnya ke dalam suatu konsep tertentu, kategori tertentu atau tema tertentu.
3. Data *display* atau penyajian data ialah data yang dari kancah penelitian dipaparkan secara ilmiah oleh peneliti dengan tidak menutupi kekurangan, dan semacam pembuatan table atau diagram dalam tradisi penelitian kualitatif.

⁵⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (mixed method)*, Bandung: Alfabeta, 2013, hlm 82

⁵⁶ Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005, hlm 69

4. *Conclusions drawing* atau penarikan kesimpulan dengan melihat kembali pada reduksi data (pengurangan data) dan data *display* sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyimpang dari data yang diperoleh.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari 5 bab, yaitu secara rinci adalah sebagai berikut:

BAB I (Pendahuluan) menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kegunaan penelitian.

BAB II (Kajian Pustaka) terdiri dari penelitian terdahulu berupa hasil-hasil penelitian sebelumnya, tinjauan pustaka yang berkaitan dengan pembukaan rekening secara *online*, dan kerangka pikir.

BAB III (Metode Penelitian) terdiri dari waktu dan tempat penelitian, jenis pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, pengambasaan data, analisis data dan sistematika penulisan

BAB IV (Hasil Analisis dan Data Penelitian) terdiri dari gambaran lokasi penelitian, penyajian data, dan analisis data.

BAB V (Penutup) terdiri kesimpulan, dan saran.

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN DATA PENELITIAN

A. Gambaran Lokasi Penelitian

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia (BSI)

Kehadiran BSM sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multidimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan berbagai dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, pemerintah melakukan penggabungan (*merger*) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB. Sebagai tindak lanjut dari keputusan merger, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*21 Banking System*)

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999. Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik. Kehadiran kantor cabang Bank Syariah Mandiri di kota Palangka Raya

diresmikan pada tanggal 04 Mei 2010 ditandai dengan peresmian oleh Gubernur Kalimantan Tengah Agustin Teras Narang, sebagai Direktur Bank Syariah Mandiri adalah Sugihato mengatakan kantor cabang tersebut merupakan yang ke-76 dari 431 outlet yang mereka miliki di seluruh Indonesia. Pihaknya ekspansi ke Kalimantan Tengah setelah melihat kemajuan pembangunan serta pertumbuhan ekonomi yang cukup bagus di daerah itu. Pihaknya juga telah membuka cabang baru di daerah kabupaten Kalimantan Tengah seperti Sampit, Kapuas, Pangkalan Bun, dan Muara Teweh. Hal ini sebagai bentuk keyakinan mereka terhadap prospek usaha dan mendekatkan pelayanan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri di seluruh Kalimantan Tengah yang menjangkau ke seluruh pelosok daerah.

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global. Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru

pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam.⁵⁷

Adapun jenis produk dan layanan yang saat ini tersedia pada Bank Syariah Indonesia ada empat jenis yaitu untuk individu , perusahaan, *digital banking* dan kartu. Individu menawarkan produk dan layanan seperti tabungan, tabungan haji dan umroh, pembiayaan, investasi, transaksi, emas, bisnis/wirausaha, prioritas. Untuk perusahaan BSI menawarkan produk dan layanan seperti services, pembiayaan, simpanan, *cash management*, dan treasury (transaksi valuta asing). Kemudian produk dan layanan *digital banking* yaitu BSI OTO melalui BSI Mobile, BSI Mobile, BSI Aisyah, Solusi emas, BSI JadiBerkah.id, BSI ATM CRM, BSI Merchant Business, BSI Cardless Withdrawal, BSI QRIS, Buka rekening online, BSI Net, Mitraguna online, BSI Debit Card, BSI Debit OTP, Deposito Mobile, Griya Hasanah online, E-mas BSI Mobile. Produk dan layanan terakhir yaitu kartu yang memiliki 2 jenis produk dan layanan Kartun Pembiayaan dan Kartu Debit⁵⁸

⁵⁷Bank Syariah Indonesia, diakses pada 16 Maret 2022, https://www.irbankbsi.com/corporate_history.html.

⁵⁸Produk dan Layanan Bank Syariah Indonesia, diakses pada 19 September 2022, <https://www.bankbsi.co.id/#>

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia (BSI)

a. Visi BSI KC Palangka Raya

“Menciptakan Bank Syariah yang masuk ke dalam 10 besar menurut kapitalisasi pasar secara global dalam waktu 5 tahun ke depan”.

b. Misi Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya

- 1) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan mengakomodasi berbagai kebutuhan finansial masyarakat.
- 2) Mewujudkan pertumbuhan dan memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- 3) Menyediakan produk dan layanan kepada masyarakat dengan mengedepankan etika yang sesuai dengan prinsip syariah.
- 4) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- 5) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada berbagai segmen.
- 6) Mengembangkan talenta dan menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi sebagai perwujudan ibadah.

3. Gambaran Produk Tabungan yang dapat dibuka secara *online*

Bank Syariah Indonesia (BSI)

Produk tabungan yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia berjumlah delapan belas, dari kedelapan belas produk yang ditawarkan

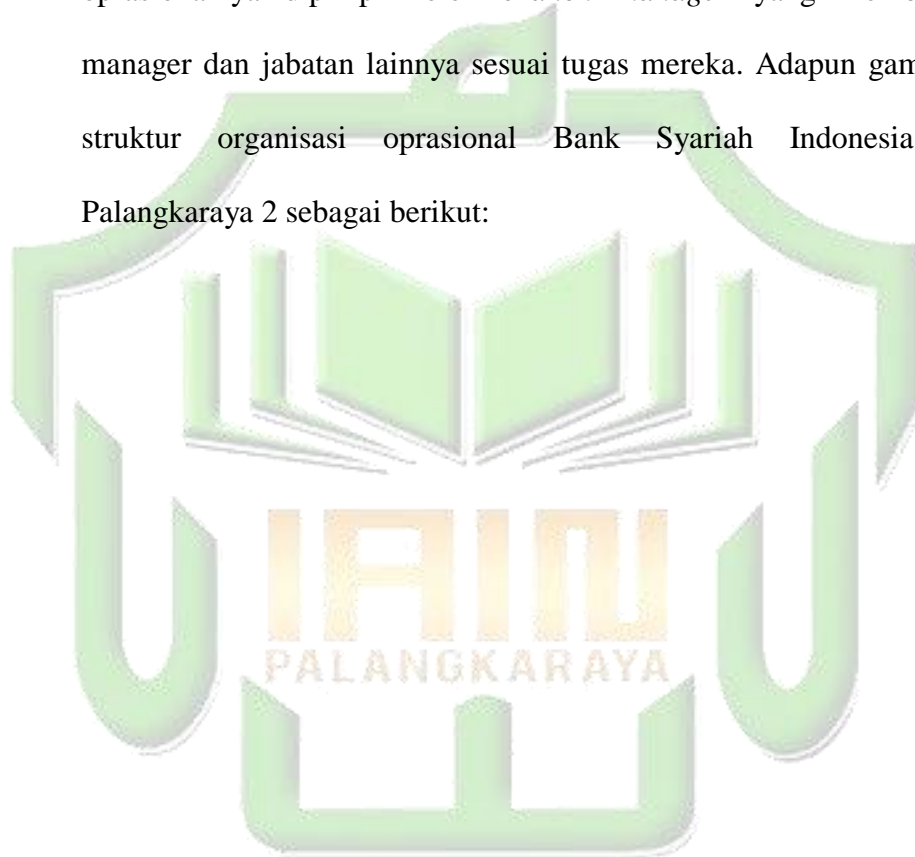
pihak bank, produk tabungan yang didapat dibuka melalui *online* hanya lima produk tabungan rekening yaitu : Tabungan Haji Indonesia, Tabungan *Easy Mudharabah*, Tabungan *Easy Wadi'ah*, Tabungan Autosave, dan Deposit. Dari kelima jenis tabungan ini jumlah yang harus disetorkan pada awal pembukaan rekening ialah Rp.100.000, adapun syarat dari pembukaan rekening untuk perorangan yaitu dengan menyiapkan kartu identitas diri (KTP) dan nomor pokok wajib pajak (NPWP). Adapun langkah cara untuk pembukaan rekening secara *online* yaitu:⁵⁹

- a. Download BSI Mobile di *playstore* atau *appstore*, selanjutnya buka aplikasinya lalu klik buka rekening.
- b. Pilih jenis rekening tabungan sesuai kebutuhan anda
- c. Upload dokumen yang berisi foto KTP, NPWP untuk wajib pajak, tanda tangan dikertas putih kosong, dan isi data diri untuk melengkapi data diri.
- d. Melakukan panggilan video untuk verifikasi.
- e. Rekening berhasil dibuat, nasabah otomatis menerima kode aktivasi dan dapat melakukan transaksi di BSI Mobile termasuk penarikan tunai di ATM tanpa kartu
- f. Melakukan setoran awal minimal Rp.100.000, bisa melalui transfer bank dan untuk kebutuhan kartu debit bisa diambil di cabang Bank Syariah Indonesia terdekat.

⁵⁹ BSI Buka Rekening Online,
<https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/1618199273buka-rekening-online>,
diakses pada tanggal 5 September 2022 Pukul 21:44 WIB

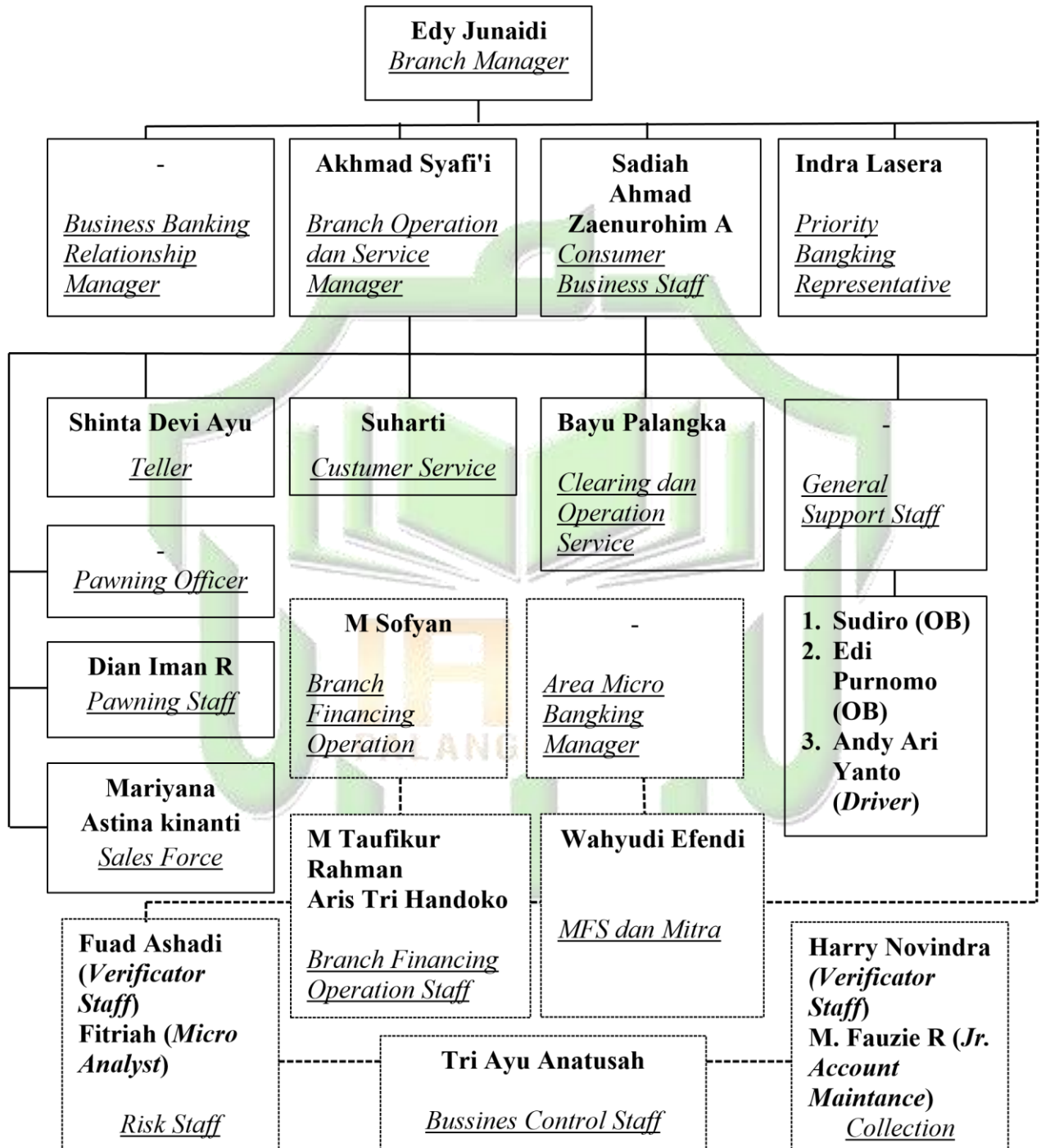
4. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia

Sama halnya dengan organisasi di perusahaan yang lainnya, didalam susunannya terdapat hubungan yang setiap bagian serta posisi akan menjalankan tugasnya untuk mencapai suatu tujuan. Pada bank syariah Indonesia KC Palangka Raya 2 struktur organisasi oprasionalnya dipimpin oleh *branch manager* yang membawahi manager dan jabatan lainnya sesuai tugas mereka. Adapun gambaran struktur organisasi oprasional Bank Syariah Indonesia KC Palangkaraya 2 sebagai berikut:



Bagan 4.1

Struktur Organisasi BSI KC Palangka Raya 2





Keterangan:

— Reporting Line

----- Coordination Line

□ Jabatan yang tidak selalu dipenuhi, tergantung strategi bisnis dan atau jarak antar unit kerja

Sumber: Dibuat oleh peneliti berdasarkan dokumen BSI.

B. Penyajian Data

Peneliti ingin memaparkan hasil penelitian ini, namun terlebih dahulu peneliti memaparkan tahapan penelitian yang dilaksanakan, yakni diawali dengan penyampaian surat izin penelitian dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang kemudian selanjutnya disampaikan kepada BSI KC Palangka Raya 2. Peneliti langsung terjun ke lapangan melakukan penggalian data setelah mendapat izin untuk mengadakan penelitian, peneliti menemui *Costumer Service (CS)* BSI KC Palangka Raya 2 dan memulai wawancara.

Berdasarkan pada rumusan masalah dalam penelitian ini tentang pembukaan rekening secara *online* di BSI KC Palangka Raya 2, dalam melakukan wawancara peneliti menanyakan beberapa format pedoman wawancara yang ditentukan, selanjutnya oleh pihak yang diwawancarai Bahasa yang mereka gunakan dalam menjawab pertanyaan penelitian antara lain dengan Bahasa Indonesia dan dicampur dengan Bahasa lokal. Untuk penyajian hasil penelitian, peneliti menyajikan data hasil wawancara dengan Bahasa Indonesia sepenuhnya hal ini dimaksudkan untuk mempermudah penjelasan yang disampaikan oleh subjek penelitian.

Berikut ini peneliti menyajikan data hasil wawancara dengan subjek peneliti yang mana subjek dalam penelitian ini adalah pegawai BSI KC Palangka Raya 2 (2) yang berjumlah 2 orang. Adapun penelitian mengambil tiga (3) subjek dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling* yakni peneliti memilih metode

pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu atas ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut dengan objek penelitian untuk menjamin bahwa unsur yang diteliti masuk kedalam kategori. Untuk mempermudah peneliti dalam menggolongkan subjek dan informan berikut peneliti sajikan dalam bentuk tabel:

Tabel 4.1

Tabel subjek dan informan

No	Nama	Status	Keterangan
1	ASA	Pegawai Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palangka raya 2	<i>Branc Manager/Branc Operation</i>
2	S	Pegawai Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palangka raya 2	<i>Costumer Service (CS)</i>
3	DMP	Nasabah 20 Tahun	Informan
4	RM	Nasabah 25 Tahun	Informan
5	N	Nasabah 42 Tahun	Informan

Sumber: dibuat oleh peneliti 2022

Adapun produk tabungan yang tersedia di BSI pada bagian web mereka ada berjumlah delapan belas produk tabungan namun hanya lima diantaranya yang dapat diakses untuk melakukan pembukaan rekening *online* diantaranya adalah, Tabungan Haji Indonesia, Tabungan *Easy Mudharabah*, Tabungan *Easy Wadi'ah*, Tabungan *AutoSave*, dan Deposito. Berikut ini adalah gambaran secara umum mengenai delapan belas produk tabungan BSI sebagai berikut:

1. BSI Tabungan Valas

BSI Tabungan Valas adalah Tabungan dalam mata uang dollar yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan Bank. Adapun gambaran umumnya, tabungan dengan pilihan akad *Wadi'ah Yad D}hamanah* atau *Mudharabah Muthlaqah* dalam mata uang dollar yang penarikan dan setoran dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan Bank.

Keunggulan yang ditawarkan produk BSI Tabungan Valas antara lain setoran awal ringan, biaya administrasi bulanan ringan, dan dana (USD) aman dan tersedia setiap saat.

2. BSI Tabungan Haji Indonesia

BSI Tabungan Haji Indonesia merupakan tabungan dalam bentuk Rupiah atau USD untuk perencanaan ibadah haji dan umrah. Manfaat yang dari BSI Tabungan Haji Indonesia antara lain: gratis biaya administrasi bulanan, fasilitas notifikasi saat saldo cukup didaftarkan untuk porsi haji, *online* dengan SISKOHAT (Sistem informasi dan komputerisasi haji

terpadu) Kementerian Agama, bebas biaya standing instruction agar disiplin dalam menabung setiap bulannya. Kemudian syarat yang harus dipenuhi ialah WNI, menyertakan KTP dan NPWP.⁶⁰

3. BSI Tabungan *Easy Mudha>rabah*

Tabungan BSI *Easy Wadi'ah* ini merupakan salah satu produk lainnya dari BSI sebagai produk tabungan. Akad yang digunakan yaitu *Wadi'ah Yad D}hamanah* yaitu nasabah menitipkan dananya kepada pihak bank dan dapat di ambil kapan saja nasabah inginkan. Tidak jauh berbeda dengan tabungan *Easy Mudha>rabah*, *Easy Wadi'ah* juga dapat melakukan di akses selama jam buka kas dan dapat di akses diATM BSI ataupun Mandiri secara gratis tanpa biaya tarik tunai.⁶¹

Bank Syariah Indonesia menawarkan tabungan *Easy Wadi'ah* dengan setoran awal Rp.100.000, salah satu keunggulannya adalah gratis biaya adminitrasi. Syarat yang harus dipenuhi untuk tabungan BSI *Wadi'ah* adalah syarat pembukaan rekening yaitu KTP dan NPWP.

4. BSI Tabungan Pendidikan

BSI Tabungan Pendidikan adalah tabungan yang diperuntukan dalam pendidikan anak. Adapun gambaran umum tabungan adalah dengan akad *Mudha>rabah Muthlaqah* yang diperuntukan bagi segmen perorangan dalam merencanakan pendidikan dengan system autobet dan

⁶⁰ BSI, Tabungan,

<https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/individu/kategori/tabungan?page=2>,
Diakses pada tanggal 1 September 2022 pukul 10:31 WIB

⁶¹ BSI, Tabungan,

<https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/individu/kategori/tabungan?page=2>,
Diakses pada tanggal 1 September 2022 pukul 10:32 WIB

mendapat perlindungan asuransi. Keunggulan yang ditawarkan antara lain bagi hasil, perlindungan asuransi *syariah*, mendapatkan top up diluar setoran bulanan. Syarat dan ketentuannya yaitu dengan syarat pembukaan rekening KTP dan NPWP, sudah mempunya rekening (tabungan/giro) sebagai rekening induk.

5. BSI Tabungan Bisnis

Gambaran umum dari BSI Tabungan Bisnis yaitu tabungan yang menggunakan akad *Mudharabah Muthlaqah* dalam mata uang rupiah yang dapat memudahkan transaksi segmen wiraswasta dengan limit transaksi harian yang lebih besar dan fitur *free* biaya RTGS (*Real-Time Gross Settlement*), transfer SKN dan setoran kliring masuk melalui teller dan Net Banking. Syarat dan ketentuan umum adalah untuk perorangan KTP dan NPWP, sedangkan untuk non-perorangan sesuai badan hukum.

6. BSI TabunganKu

BSI TabunganKu adalah tabungan yang menggunakan akad *Wadi'ah Yad D'jhamanah* untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Keunggulan yang ditawarkan produk BSI TabunganKu ialah kemudahan syarat pembukaan rekening, mendapatkan fasilitas E-Banking yaitu BSI Mobile, BSI Net Banking dan Notifikasi Transaksim mendapatkan BSI debit yang berfungsi sebagai kartu ATM dan debit,

kemudahan penyaluran zakat. Syarat yang diperlukan hanya KTP dan NPWP.

7. BSI Tabungan Pensiun

Gambaran umum BSI Tabungan Pensiun adalah dengan menggunakan pilihan akad *Wadi'ah Yad D}hamanah* atau *Mudha>rabah Muthlaqah* diperuntukan bagi nasabah perorangan yang terdaftar di Lembaga Pengelola Pensiun yang telah bekerjasama dengan Bank. Keunggulan dari produk BSI Tabungan Pensiun adalah fasilitas BSI debit Co-Branding Taspen, Nisbah yang kompetitif, buka rekening dengan mudah. Syarat yang diperlukan perorangan yaitu KTP, NPWP dan SK Pensiun

8. BSI Tabungan Efek Syariah

Tabungan Efek Syariah dengan akad *Mudha>rabah Muthlaqah* merupakan Rekening Dana Nasabah (RDN) yang diperuntukan untuk nasabah perorangan untuk penyelesaian transaksi efek di Pasar Modal. Kunggulannya yaitu tidak ada biaya administrasi, tidak ada setoran minimum, tidak ada saldo minimum.

9. BSI Tabungan Smart

Basic Saving Account (BSA) adalah tabungan yang tidak memiliki batas minimal saldo dan setor tunai tanpa ada biaya administrasi, namun ada batas maksimal saldo dan transaksi debit. *Basic Saving Account* dengan Akad *Wadi'ah Yad D}hamanah* merupakan literasi dari OJK dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama

oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Keunggulan produk BSI Tabungan Smart adalah mendapatkan bonus tambahan, bebas biaya administrasi bulanan, dan dapat dibuka melalui agen laku pandai. Syarat dan ketentuannya untuk perorangan yaitu KTP, NPWP, belum memiliki rekening dibank, Memiliki no handphone yang aktif yang akan digunakan untuk melakukan transaksi.

10. BSI Tabungan Prima

BSI Tabungan Prima merupakan Produk tabungan yang diperuntukan bagi segmen nasabah high networth individuals (HNWI) yaitu jenis nasabah eksklusif dengan ciri jumlah tidak banyak namun memiliki dana yang cukup besar, dengan berakad *Mudharabah* dan *Wadi'ah* yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan. Keunggulan produk BSI Tabungan Prima adalah bagi hasil lebih kompetitif dengan akad *Mudharabah*, layanan antrian prioritas, fasilitas *free executive lounge*. Persyaratan yang harus dimiliki untuk pembukaan yaitu KTP/Paspor dan NPWP jika ada.⁶²

11. BSI Tepenas Kolektif

BSI Tepenas Kolektif merupakan Tabungan perencanaan jangka pendek maupun jangka panjang untuk karyawan atau tenaga kontrak pada suatu institusi berdasarkan suatu perjanjian kerjasama. Keunggulannya yaitu mendapatkan bagi hasil yang kompetitif, sistem menabung dengan

BSI, Tabungan,
<https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/individu/kategori/tabungan?page=2>,
Diakses pada tanggal 1 September 2022 pukul 10:34 WIB

autodebet, setoran bulanan ringan. Syarat yang diperlukan dibagi menjadi 2 yaitu untuk institusi dan pegawai. Untuk institusi syarat yang diperlukan yaitu badan hukum, mempunyai rekening giro yang terpisah dari giro operasional, pembukaan rekening tepenas kolektif minimal untuk 50 pegawai dari institusi tersebut, bersedia menandatangani perjanjian kerjasama (PKS) pemanfaatan produk Tepenas Kolektif, menyampaikan dokumen kelengkapan pembukaan rekening tepenas kolektif pegawai ke Bank, dan menandatangani surat kuasa pengebetan sebagai rekening sumber daya institusi peserta Tepenas Kolektif. Sedangkan syarat untuk pegawai yaitu: WNI dengan KTP/KMILN, WNA dengan paspor serta KIMS/KITAS/KITAP/Referensi untuk WNA, NPWP, usia minimal 17 tahun maksimal 55 tahun pada saat pengajuan peserta Tepenas kolektif dan maksimal jatuh tempo saat nasabah berusia 70 tahun, mengisi dan menandatangani aplikasi pembukaan rekening surat kuasa dan pernyataan, menyampaikan surat kuasa pada bank.

12. BSI Tabungan Payroll

Gambaran umum BSI tabungan payroll adalah Tabungan Khusus produk turunan dari tabungan *Wadi'ah/Mudharabah* Reguler yang dikhususkan untuk Nasabah Payroll dan Nasabah Migran. Keunggulan tabungan payroll yaitu tabungan co-branding, mendapatkan bagi hasil yang kompetitif setiap bulan, mendapatkan fasilitas E-channel. Syarat yang diperlukan dalam pembukaan tabungan payroll yaitu KTP dan NPWP secara kolektif oleh instansi.

13. BSI Tabungan Mahasiswa

BSI Tabungan mahasiswa adalah tabungan dengan akad *wadi'ah* dari para mahasiswa perguruan tinggi negeri/ perguruan tinggi swasta (PTN atau PTS) atau pegawai/anggota perusahaan/lembaga/assosiasi/organisasi profesi yang berkeja sama dengan bank. Keunggulannya yaitu tabungan *Co-Branding*, mendapatkan bonus setiap bulan sesuai dengan kebijakan bank, mendapatkan fasilitas *E-channel*. Syarat yang diperlukan untuk perorangan KTP dan NPWP.

14. BSI Tabungan Junior

BSI Tabungan junior adalah jenis tabungan yang diperuntukan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia dibawah 17 tahun untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Keunggulan yang ditawarkan yaitu mendapatkan bonus, bebas biaya administrasi bulanan, nama anak tertera pada buku tabungan ATM atas nama anak.⁶³

15. BSI Tabungan Simpanan Pelajar

Gambaran umum tabungan simpanan pelajar adalah Tabungan berakadkan *Wadi'ah Yad D}hamanah* untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank bank syariah di Indonesia, dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Keunggulan yaitu bebas biaya administrasi bulanan, gratis biaya Tarik tunai, mensukseskan program inklusi keuangan yang diselenggarakan oleh OJK.

⁶³BSI, Tabungan,
<https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/individu/kategori/tabungan?page=2>,
 Diakses pada tanggal 1 September 2022 pukul 10:36 WIB

Syarat pembukaan rekening yaitu satu siswa hanya diperkenankan memiliki 1 (satu) rekening Simpanan Pelajar iB pada 1 (satu) Bank. untuk perorangan syarat yang diperlukan yaitu warga negara Indonesia (WNI) dengan status Siswa PAUD/TK/SD/SMP/SMA/Madrasah (MI, MTS, MA) atau sederajat, berusia dibawah 17 tahun dan belum memiliki KTP, Akta Kelahiran/KK/KIA/NISN yang mencantumkan NIK. Sedangkan syarat khusus dokumen yaitu Surat pernyataan dan persetujuan Orang Tua/Wali, tanda tangan pembukaan rekening dilakukan oleh Orang tua/wali bagi siswa dengan jenjang pendidikan PAUD/TK/SD/MI atau sederajat, tanda tangan pembukaan rekening dapat dilakukan oleh siswa terkait untuk jenjang pendidikan SMP/SMA/MTs/MA atau sederajat ditanda tangani.

16. BSI Tabungan *Easy Wadi'ah*

BSI Tabungan *Easy Wadi'ah* adalah tabungan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip *Wadi'ah Yad D}hamanah* yang penarikannya dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam operasional kas di kantor bank melalui ATM. Untuk pembukaan tabungan jenis ini dapat dilakukan pembukaannya melalui *online* yaitu diakses melalui BSI Mobile. Keunggulan tabungan *Easy Wadi'ah* yaitu bebas biaya administrasi bulanan, gratis biaya Tarik tunai diseluruh ATM bank Mandiri, dapat dibuka melalui pembukaan rekening *online*. Syarat pembukaan rekening tabungan yaitu KTP dan NPWP.

17. BSI Tabungan Rencana

BSI tabungan rencana adalah jenis Tabungan dengan akad *Mudharabah Muthlaqah* yang diperuntukan bagi segmen perorangan dalam merencanakan keuangannya dengan sistem autodebet dan gratis perlindungan asuransi. Keunggulan tabungan ini yaitu kepastian mencapai target dana, gratis perlindungan asuransi syariah dan bagi hasil yang kompetitif. Syarat dan ketentuan pembukaan rekening yaitu KTP dan NPWP, sudah memiliki rekening tabungan atau giro sebagai rekening induk.⁶⁴

18. BSI Rekening Autosave dan Qurban

Gambaran secara umum dari tabungan BSI rekening autosave dan qurban yaitu Fitur tabungan Bank Syariah Indonesia yang memudahkan nasabah yang ingin menabung dana Qurban secara otomatis via BSI Mobile. Dilengkapi juga dengan fitur pembelian hewan Qurban melalui penyelenggaraan Qurban yang merupakan rekanan Bank.

1. Strategi pembukaan rekening *online* di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Palangka Raya 2

Untuk mengetahui hasil penelitian mengenai strategi dalam pembukaan rekening *online* di BSI KC 2 Palangka Raya, lebih jelasnya berikut ini akan peneliti paparkan hasil wawancara yang telah dilakukan yakni sebagai berikut:

⁶⁴ BSI, Tabungan,
<https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/individu/kategori/tabungan?page=2>,
 Diakses pada tanggal 1 September 2022 pukul 10:40 WIB

Hasil wawancara yang peneliti peroleh dari Ibu S yang berdasarkan pertanyaan yang sudah ditentukan peneliti sesuai dengan rumusan masalah ialah sebagai berikut :

Peneliti menanyakan bagaimana mekanisme/proses pembukaan rekening secara *online* di Bank Syariah Indonesia 2 Palangka Raya, jawaban yang diberikan Ibu S adalah:

Proses pembukaan rekening *online* di BSI ada beberapa tahapan seperti yang pertama itu , pilih jenis rekening (tersedia *wadi'ah* dan *mudha>rabah*) , kemudahan upload dokumen diantaranya KTP, NPWP (jika punya), dan Tanda tangan, kemudian memalakukan panggilan video dengan pusat untuk verifikasi, selanjutnya ketika rekening berhasil kemudian dilakukan aktifasi BSI Mobile dengan memasukan nomor telepon (wajib berisi pulsa) untuk mendapatkan pesan aktifasi, terakhir itu dipersilahkan untuk setoran awal kebank serta mengambil buku tabungan dan kartu ATM⁶⁵

Ibu S mengatakan bahwa untuk proses pembukaan rekening *online* yang diterapkan dari pihak BSI KC Palangka Raya 2 memiliki beberapa tahapan yang harus dilakukan meski tidak harus mengisi data di Bank secara langsung.

Setelah itu, peneltiti mananyakan mengenai bagaimana strategi Bank Syariah Indonesia 2 Palangka Raya dalam menarik minat nasabah melalui pembukaan rekening *online*. Jawaban yang diberikan Ibu S adalah:

Strategi kita di BSI Palangka Raya 2 tentunya mengikuti perkembangan teknologi terbaru terus, kita update untuk layanan mempermudah nasabah dalam hal pembukaan rekening secara *online*. Dimana kita memberikan promo-promo dan *gimmick* berupa hadiah dengan setoran tertentu untuk pembukaan rekening. Sebagai contohnya : “Program Pesta Hadiah, dan Program Panen

Rejeki (berlaku baik untuk nasabah baru ataupun nasabah yang melakukan top up dananya).⁶⁶

Ibu S mengatakan bahwa untuk strategi yang digunakan Bank Syariah Indonesia 2 Palangka Raya tentunya selalu mencoba hal baru dengan beberapa konsep tambahan seperti beberapa promosi serta gimmick dalam menarik minat nasabah yang baru ingin membuka rekening tabungan. Seperti beberapa contohnya beberapa produk baru yang ditambahkan Program Pesta Hadiah dan Program Panen Rejeki. Dengan konsep ini menurut beliau tentunya dapat menarik minat nasabah baru maupun nasabah lama yang ingin melakukan top up ulang.

Selanjutnya peneliti menanyakan, apakah pihak Bank Syariah Indonesia Palangka Raya 2 merasakan keefektifitasan produk pembukaan rekening secara *online* ini (mempermudah pihak bank). Jawaban yang diberikan Ibu Sadalah:

Jelas pihak bank sangat merasa dipermudah karena tanpa harus input data seperti offline dan memangkas waktu nasabah, sehingga kita dari pihak bank bisa lebih banyak menawarkan produk yang lain tentunya sesuai dengan kebutuhan nasabah

Ibu S mengatakan dengan adanya pembukaan rekening secara *online* ini tentunya mempermudah pihak bank dikarenakan tidak hanya memangkas waktu namun juga dapat memperluas kesempatan pihak bank untuk menawarkan produk-produk lainnya. Juga tidak perlu menginput data kembali seperti pembukaan rekening offline.

Selanjutnya peneliti ingin mengetahui apa saja perbandingan pembukaan rekening secara *online* dengan pembukaan offline (secara langsung kebank), Jawaban yang diberikan Ibu S adalah :

Perbandingan yang utama jelas mempermudah dari segi nasabah hanya dengan mendownload aplikasi BSI Mobile dan melakukan pengisian data rekening sudah terbentuk untuk yang *online*, sementara pembukaan rekening secara offline nasabah harus datang kebank dan melakukan pengisian data yang lumayan panjang.⁶⁷

Ibu S mengatakan bahwa menurut beliau untuk perbandingan pembukaan rekening secara *online* dan *offline* adalah segi waktu berbeda, karena yang *online* lebih singkat dan tidak terlalu banyak memakan waktu contohnya seperti melakukan pengisian data pada CS dan memenuhi berkas berkas formulir.

Dari penjelasan sebelumnya, peneliti menanyakan kembali mengenai berapa lama kira-kira waktu yang dikerjakan selama proses pembukaan rekening tersebut. Jawaban yang diberikan Ibu S adalah:

Untuk secara *onlinenya* nasabah hanya tinggal ambil buku tabungan ATM datang ke Bank (hanya verifikasi) , untuk secara offline untuk standarnya hamper 30 menit , belum nasabah antri menunggu nasabah lain dilayani.

Menurut Ibu S, untuk pembukaan rekening *online* itu hanya memerlukan waktu singkat karena saat datang kebank hanya perlu melakukan verifikasi kebenaran calon nasabah yang sudah mendaftarkan/mengisi format yang ada pada BSI Mobile sebelumnya dengan cara menanyakan pada bapak Satpam yang ada, kemudian dituntun untuk pengambilan buku tabungan dan kartu ATM.

Hasil wawancara yang peneliti peroleh dari bapak ASA yang berdasarkan pertanyaan yang sudah ditentukan peneliti sesuai dengan rumusan masalah ialah sebagai berikut:

Strategi yang digunakan oleh pihak Bank Syariah Indonesia Palangka Raya 2 adalah menggunakan strategi 4P (*product, price, place, promotion*). Kemudian peneliti menanyakan mengenai hasil dari penerapan strategi 4P terhadap Bank Syariah Indonesia dan strategi 4P mana yang paling berdampak dalam menarik minat nasabah untuk pembukaan rekening secara *online*. Jawaban bapak ASA adalah :

Dari strategi 4P semua kita jalankan dan untuk hasil sebelum kita menjalankan ini memang terlihat signifikan naik untuk presentasi pencapaian baik dari pembukaan rekening maupun BSI Mobile. Untuk 4P yang kita terapkan, paling banyak menarik minat nasabah pada strategi *promotion* karena pada strategi ini kita lebih banyak mempromosikan produk kita pada saat sekarang ini di sosial media seperti facebook, Instagram , twitter juga whatsapp, dimana melalui promosi kita bisa memberikan konten yang informative, edukasi dan lainnya.⁶⁸

Bapak ASA mengatakan, strategi 4P sendiri sangat berdampak terhadap produk mereka salah satunya pembukaan rekening *online* dan BSI Mobile yang dimana sebelum menggunakan strategi 4P belum signifikan terkait menarik minat nasabah dalam pembukaan rekening *online*. Sedangkan strategi yang sangat berdampak untuk kenaikan pembukaan rekening ialah *Promotion* karena pada strategi ini lebih banyak mempromosikan produk di sosial media yang tentunya sangat sering digunakan oleh masyarakat mulai dari Facebook, Instagram, Twitter, dan

Whatsapp. Kemudian promosi yang disampaikan juga merupakan konten-konten yang berisikan informatif, edukasi, dan lainnya.

Selanjutnya peneliti kembali menggali mengenai strategi yang diterapkan oleh pihak bank dalam menarik minat calon nasabah yang ingin membuka rekening, peneliti menanyakan mengenai apakah setiap rentanan umur calon nasabah memiliki strategi khusus mulai dari remaja dewasa, dewasa, sampai dengan dewasa akhir. Jawaban yang diberikan oleh Bapak ASA adalah :

umur dari setiap nasabah memiliki minat masing-masing dalam membuka rekening *online*. Remaja dewasa dewasa ini merupakan generasi yang boleh dikatakan melek teknologi/millennial, sehingga dengan adanya pembukaan rekening *online* ini bagi mereka merupakan kemudahan tanpa harus datang ke bank serta boleh dikatakan hampir dari mereka semua memiliki smartphone. Sedangkan untuk dewasa akhir dalam pembukaan rekening *online* diperlukan edukasi yang lebih agar mereka bisa memahami/menerima.⁶⁹

Bapak ASA mengatakan untuk setiap umur tentunya berbeda penanganan penyampaian strateginya, karena biasanya untuk remaja dewasa dan dewasa tentunya sudah memahami atau matang terhadap teknologi (terbiasa) yang tentunya dalam penyampaiannya lebih mudah, biasanya pihak bank hanya perlu memberikan fyer/informasi melalui promosi disosmed. Sedangkan untuk strategi dewasa akhir/lansia, yaitu edukasi secara langsung yang tentunya perlu penyampaian dan pan2n ekstra dikarenakan biasanya kebanyakan lansia memiliki kekurangan terhadap gadget/smartphone jadi pihak bank yang memandu serta

menyediakan HP ataupun Tablet (jika calon nasabah tidak memiliki) untuk mengisi dokumen yang diperlukan.

Kemudian peneliti mencoba mewawancarai pihak nasabah yang sebagai informan dari peneliti terdiri dari tiga informan antara lain DM (23 tahun) , RM (23 tahun), dan Ibu N (42 tahun). Peneliti menanyakan dari mana pihak calon nasabah mengetahui pembukaan rekening dapat dilakukan secara *online* tanpa harus kebank secara langsung. Jawaban yang diberikan oleh DM adalah :

Mengetahui pembukaan rekening dapat dilakukan secara *online* tanpa harus kebank secara langsung , saya mengetahui mulai dari teman, keluarga, tetangga, iklan, dan social media seperti Instagram BSI KC 2 itu sendiri.⁷⁰

Kemudian peneliti juga memberikan pertanyaan yang sama seperti DM kepada RM, mengenai darimana calon nasabah mengetahui pembukaan rekening *online* dapat dilakukan secara langsung tanpa harus kebank. Jawaban yang diberikan oleh RM adalah : “Saya mengetahui pembukaan rekening sekarang sudah bisa dilakukan secara *online* melalui poster-poster yang dibagikan pihak bank dan juga sering melihat di beberapa social media.”⁷¹

Peneliti kembali menanyakan kepada pihak calon nasabah kali ini kepada calon nasabah yang sudah berumur/bukan millennial, Ibu N dengan pertanyaan yang sama. Jawaban yang diberikan oleh Ibu N adalah :

Wawancara dengan Ditha Maulida Pranesti, 24 Juni 2022

Wawancara dengan Rini Maulida, 24 Juni 2022

Sebelumnya saya sendiri belum mengetahui bahwa pembukaan rekening *online* dapat dilakukan hanya dengan menggunakan *smartphone*, tanpa harus kebank seperti sebelum-sebelumnya. Saya mengetahui pembukaan rekening secara *online* ini dapat dibuka dari *smartphone* saja dari kerabat keluarga.⁷²

Dari ketiga informan yang berbeda-beda ini, peneliti menyimpulkan bahwa dengan adanya pembukaan rekening secara *online* ini para calon nasabah mengetahui dari berbagai pihak, mulai dari keluarga, teman dan juga bahkan dengan poster yang dibagikan pihak bank itu sendiri sampai dengan sosial media pihak bank itu sendiri.

Peneliti kembali menanyakan kepada ketiga calon nasabah yang dimana sebagai informan antara lain DM, RM dan Ibu N. Peneliti menanyakan dengan adanya pembukaan rekening *online*, apakah mempermudah calon nasabah untuk pembukaan rekening *online*. Jawaban yang diberikan oleh informan DM adalah:

Untuk saya sendiri sebagai calon nasabah tentunya dengan adanya pembukaan rekening *online* ini mempermudah saya, karena tidak mempersulit mulai dari mengantre sampai menunggu dibank teralalu lama dan juga tidak perlu mengisi data pribadi di pihak CS bank. Tetapi Ibu saya yang terbilang kurang mengerti *smartphone* tentunya kesulitan dengan adanya pendaftaran secara *online* ini jika dilakukan tanpa bimbingan yang lebih mengetahui teknologi.⁷³

Pertanyaan yang sama juga diberikan kepada calon nasabah yang dimana sebagai informan peneliti yaitu RM. Apakah dengan adanya pembukaan rekening secara *online* ini mempermudah calon nasabah. Jawaban yang diberikan oleh RM adalah :

Wawancara dengan Ibu Nur, 24 Juni 2022

Wawancara dengan Ditha Maulida Pranesti, 24 Juni 2022

Menurut saya cukup mempermudah membuka rekening secara *online* nasabah karena hanya perlu mengunduh aplikasi melalui *playstore/app store* kemudian mengikuti cara-cara dan arahan yang telah disediakan didalam aplikasi.⁷⁴

Peneliti kembali menanyakan kepada pihak calon nasabah yang berperan sebagai informan yaitu Ibu N (42 tahun). Peneliti memberikan pertanyaan dengan adanya pembukaan rekening secara *online* ini apakah mempermudah calon nasabah untuk pembukaan rekening secara *online*.

Jawaban yang diberikan oleh pihak Ibu N adalah:

Pembukaan rekening secara *online* ini tentunya mempersulit saya dikarenakan keterbatasan (kekurangan dalam penggunaan *smartphone*) , mulai dari mendownload dan mengisi beberapa data yang tersedia di aplikasi BSI Mobile untuk pendaftarannya. Tanpa adanya kerabat keluarga yang lebih mengetahui atau lebih lancar dalam penggunaan *smartphone* tentunya saya sendiri lambat dalam mengisi ngisi formulir pendaftaran di aplikasi BSI Mobile.⁷⁵

Dari ketiga informan yang bersedia melakukan wawancara dengan pertanyaan peneliti diantara ketiga informan atau calon nasabah, jawaban yang diberikan dari ke2 informan usia millennial DM dan RM, dengan adanya pembukaan rekening *online* tentunya sangat mempermudah mereka dalam pembukaan rekening *online*, karena memangkas waktu untuk mereka dan juga mempermudah mereka dalam pendaftaran.

Sedangkan dari informan ketiga atau calon nasabah, Ibu N yang berusia 42 tahun, dengan adanya pembukaan rekening secara *online* ini tentunya mempersulit beliau dikarenakan keterbatasan penggunaan *smartphone* Ibu N dalam pembukaan rekening *online*.

Wawancara dengan Rini Maulida, 24 Juni 2022

Wawancara dengan Ibu Nur, 24 Juni 2022

2. Kendala yang dihadapi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang 2

Palangka Raya dalam pembukaan rekening secara *online*

Untuk mengetahui hasil penelitian mengenai kendala yang dihadapi pihak Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palangka Raya 2 lebih jelasnya berikut ini akan peneliti paparkan hasil wawancara yang telah dilakukan yakni sebagai berikut:

Hasil wawancara yang diperoleh dengan bapak ASA⁷⁶ yang berdasarkan pertanyaan yang sudah ditentukan peneliti sesuai dengan rumusan masalah ialah sebagai berikut:

Peneliti menanyakan apa saja kendala yang dihadapi pihak bank dalam menarik minat nasabah melalui pembukaan rekening *online* di Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palangka Raya 2. Jawaban yang diberikan oleh Bapak ASA adalah: “Kendala utama saat terkendala sistem error/gangguan pada aplikasi BSI Mobile menjadi aplikasi untuk nasabah melakukan pembukaan rekening *online*”

Bapak ASA mengatakan bahwa di BSI KC Palangka Raya 2 kendala yang sering dialami/kendala yang utama adalah sistem error/gangguan pada aplikasi BSI Mobile yang dimana aplikasi BSI Mobile adalah aplikasi yang digunakan untuk pembukaan rekening *online*.

Setelah itu, peneliti ingin mengetahui tentang bagaimana pihak bank mengatasi/menghadapi kendala yang datang dalam menarik minat nasabah untuk pembukaan rekening *online* di Bank Syariah Indonesia KC

Wawancara dengan Akhmad Syafii Alhabsy di Palangka Raya, 30 Mei 2022

Palangka Raya 2. Jawabah yang diberikan ASA adalah: “Dengan cara menambahkan kapasitas sistem (ketersediaan), mengupdate sistem (memperbaharui sistem), dari IT Pusat sesuai dengan kemajuan teknologi yang berkembang”.⁷⁷

Bapak ASA mengatakan cara yang mereka gunakan dalam menghadapi kendala yang terjadi mengenai pembukaan rekening *online* di Bank Syariah Indonesia kantor cabang 2 adalah dengan cara menambah kapasitas sistem, dan selalu memperbaharui sistem yang berlaku pada saat ini (BSI Mobile) dengan cara berkoordinasi dengan pihak IT Pusat pengembangan aplikasi Bank Syariah Indonesia.

Kemudian peneliti kembali menanyakan mengenaiid diantara strategi 4P (*product, price, place, and promotion*) yang diterapkan pihak Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 2, strategi mana yang sulit untuk dihadapi pihak bank. Jawaban yang diberikan ASA adalah:

Dari 4 strategi yang membuat bank memiliki kendala dalam menjalankan strategi tersebut yaitu *promotion*, kenapa demikian, karena *promotion* diperlukan biaya berlebih untuk menarik minat nasabah agar lebih tertarik pada produk kita tetapi *promotion* juga yang paling banyak dalam menarik minat nasabah disebabkan pihak Bank akan menawarkan produk-produk dengan bundling dengan produk berhadiah⁷⁸

Bapak ASA mengatakan dari strategi 4P (*product, price, place, promotion*), strategi yang sulit untuk dihadapi pihak Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 2 adalah strategi *promotion*, dikarenakan penerapan strategi tersebut diperlukan biaya berlebih dalam menarik minat

Wawancara dengan Akhmad Syafii Alhabsy di Palangka Raya, 30 Mei 2022

Wawancara dengan Akhmad Syafii Alhabsy di Palangka Raya, 30 Mei 2022

nasabah agar lebih tertarik pada produk Buka rekening *online*, tetapi strategi *promotion* ini juga yang paling banyak dalam menarik minat nasabah karena pihak bank juga dapat menawarkan produk-produk dengan building produk berhadiah.

Kemudian peneliti mencoba mewawancarai pihak nasabah yang sebagai informan dari peneliti terdiri dari tiga informan antara lain DM (23 tahun) , RM (23 tahun), dan Ibu N (42 tahun). Peneliti menanyakan dari mana pihak calon nasabah mengetahui pembukaan rekening dapat dilakukan secara *online* tanpa harus kebank secara langsung. Jawaban yang diberikan oleh DM adalah :

Mengetahui pembukaan rekening dapat dilakukan secara *online* tanpa harus kebank secara langsung , saya mengetahui mulai dari teman, keluarga, tetangga, iklan, dan social media seperti Instagram BSI KC 2 itu sendiri.⁷⁹

Kemudian peneliti juga memberikan pertanyaan yang sama seperti DM kepada RM, mengenai darimana calon nasabah mengetahui pembukaan rekening *online* dapat dilakukan secara langsung tanpa harus kebank. Jawaban yang diberikan oleh RM adalah :”Saya mengetahui pembukaan rekening sekarang sudah bisa dilakukan secara *online* melalui poster-poster yang dibagikan pihak bank dan juga sering melihat di beberapa social media.”

Peneliti kembali menanyakan kepada pihak calon nasabah kali ini kepada calon nasabah yang sudah berumur/bukan millennial, Ibu N

dengan pertanyaan yang sama. Jawaban yang diberikan oleh Ibu N adalah :

Sebelumnya saya sendiri belum mengetahui bahwa pembukaan rekening *online* dapat dilakukan hanya dengan menggunakan *smartphone*, tanpa harus kebank seperti sebelum-sebelumnya. Saya mengetahui pembukaan rekening secara *online* ini dapat dibuka dari *smartphone* saja dari kerabat keluarga.⁸⁰

Dari ketiga informan yang berbeda-beda ini, peneliti menyimpulkan bahwa dengan adanya pembukaan rekening secara *online* ini para calon nasabah mengetahui dari berbagai pihak, mulai dari keluarga, teman dan juga bahkan dengan poster yang dibagikan pihak bank itu sendiri sampai dengan sosial media pihak bank itu sendiri.

Peneliti kembali menanyakan kepada ketiga calon nasabah yang dimana sebagai informan antara lain DM, RM dan Ibu N. Peneliti menanyakan dengan adanya pembukaan rekening *online*, apakah mempermudah calon nasabah untuk pembukaan rekening *online*. Jawaban yang diberikan oleh informan DM adalah:

Untuk saya sendiri sebagai calon nasabah tentunya dengan adanya pembukaan rekening *online* ini mempermudah saya, karena tidak mempersulit mulai dari mengantre sampai menunggu dibank teralalu lama dan juga tidak perlu mengisi data pribadi di pihak CS bank. Tetapi Ibu saya yang terbilang kurang mengerti *smartphone* tentunya kesulitan dengan adanya pendaftaran secara *online* ini jika dilakukan tanpa bimbingan yang lebih mengetahui teknologi.

Pertanyaan yang sama juga diberikan kepada calon nasabah yang dimana sebagai informan peneliti yaitu RM. Apakah dengan adanya pembukaan rekening secara *online* ini mempermudah calon nasabah.

Jawaban yang diberikan oleh RM adalah :

Menurut saya cukup mempermudah membuka rekening secara *online* nasabah karena hanya perlu mengunduh aplikasi melalui playstore/app store kemudian mengikuti cara-cara dan arahan yang telah disediakan didalam aplikasi.⁸¹

Peneliti kembali menanyakan kepada pihak calon nasabah yang berperan sebagai informan yaitu Ibu N (42 tahun). Peneliti memberikan pertanyaan dengan adanya pembukaan rekening secara *online* ini apakah mempermudah calon nasabah untuk pembukaan rekening secara *online*.

Jawaban yang diberikan oleh pihak Ibu N adalah:

Pembukaan rekening secara *online* ini tentunya mempersulit saya dikarenakan keterbatasan (kekurangan dalam penggunaan smartphone) , mulai dari mendownload dan mengisi beberapa data yang tersedia di aplikasi BSI Mobile untuk pendaftarannya. Tanpa adanya kerabat keluarga yang lebih mengetahui atau lebih lancar dalam penggunaan smartphone tentunya saya sendiri lambat dalam mengisi ngisi formulir pendaftaran di aplikasi BSI Mobile.⁸²

Dari ketiga informan yang bersedia melakukan wawancara dengan pertanyaan peneliti diantara ketiga informan atau calon nasabah, jawaban yang diberikan dari ke2 informan usia millennial DM dan RM, dengan adanya pembukaan rekening *online* tentunya sangat mempermudah mereka dalam pembukaan rekening *online*, karena memangkas waktu untuk mereka dan juga mempermudah mereka dalam pendaftaran.

Sedangkan dari informan ketiga atau calon nasabah, Ibu N yang berusia 42 tahun, dengan adanya pembukaan rekening secara *online* ini tentunya mempersulit beliau dikarenakan keterbatasan penggunaan smartphone Ibu N dalam pembukaan rekening *online*.

Wawancara dengan Rini Maulida, 24 Juni 2022

Wawancara dengan Ibu Nur, 24 Juni 2022

C. Analisis Data

Sebelum menyajikan data peneliti mencoba membandingkan hasil penelitian terdahulu yang telah diambil oleh peneliti dengan judul Strategi Pemasaran Pembukaan Rekening Secara *Online* Pada Bank Syariah Mandiri kantor cabang pusat A.Yani Banjarmasin dari Norjanah dengan hasil penelitian sebagai berikut yaitu:

Strategi yang diterapkan oleh pihak Bank Syariah Mandiri KCP A.Yani Banjarmasin adalah hanya strategi 4P yang terdiri dari (*Product, Price, Place, dan Promotion*) dengan hasil produk yang ditawarkan yaitu pembukaan rekening online Mandiri Syariah yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja hanya memerlukan kuota internet. Akan tetapi produk yang dipasarkan hanya dua produk yaitu tabungan *Wadi'ah* atau Tabungan *Mudha>rabah* saja sedangkan penelitian yang diteliti oleh peneliti mempunyai lima produk yaitu Tabungan Haji Indonesia, Tabungan *Easy Wadi'ah*, Tabungan *Easy Mudha>rabah*, Tabungan AutoSave Qurban, dan Deposito. Kemudian didalam penelitian norjanah untuk pembukaan rekening *online* hampir sama yaitu dengan *price* yang ditetapkan yaitu Rp.100.000 namun untuk metodenya hanya dengan cara menyetorkan uang langsung kepada pihak bank sedangkan penelitian peneliti memiliki pilihan lain yaitu dengan cara menyetorkan uang secara transfer melalui bank lain.

Adapun promosi yang digunakan oleh pihak Bank Syariah Mandiri yaitu dengan metode iklan melalui media brosur pada kegiatan *event* atau acara festival dengan pembukaan *stand*, memasang spanduk, dan melalui

media digital. Sedangkan penelitian yang didapat peneliti untuk pembukaan rekening melalui *online* di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palangka Raya 2 yaitu dengan tiga cara yaitu dengan brosur dengan cara menyebarkannya di samping mesin ATM. Kedua berkerjasama dengan beberapa instansi pendidikan di area Palangka Raya mulai dari pembayaran semester kuliah sampai dengan slip gaji untuk karyawan/dosen. Dan yang terakhir dengan cara menyampaikan secara langsung melalui media sosial berupa chat menawarkan atau membagikan iklan melalui *Instagram*, *whatsapp*, *facebook*, dsb.

Kendala-kendala yang dihadapi yaitu sering nya terkendala beberapa *error* yang dapat mengganggu saat pembukaan rekening *online* yang kesannya malah memperlambat pembukaan rekening *online* yang padahal harusnya dapat melakukan pembukaan rekening *online* dengan cepat namun terkendala menjadi 10-20 Menit bahkan sampai beberapa jam. Tentunya hal ini akan menghambat strategi yang digunakan bank dalam menarik minat nasabah yang ingin melakukan pembukaan rekening *online*. Beberapa provider seperti kartu 3 (Tri), Axis dan *smartfren* yang tidak dapat mengakses kode aktivasi saat pembukaan rekening tentunya juga menghambat nasabah untuk mengaksesnya karena hanya diharuskan menggunakan kartu Telkomsel dalam pendaftarannya dan hal inilah yang membuat beberapa nasabah mengurungkan niat untuk membuka rekening di Bank Syariah Mandiri KCP A.Yani Banjarmasin.

Melihat dari penelitian yang telah didapatkan peneliti, berikut ini penyajian data yang ditulis oleh peneliti dan proses penganalisisan data sesudah membandingkan data seperti diatas. Peneliti memaparkan berdasarkan rumusan masalah yang dibuat oleh peneliti. Strategi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palangka Raya 2 dalam menarik minat nasabah melalui pembukaan rekening online sebagai berikut:

1. Strategi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palangka Raya 2 dalam menarik minat nasabah melalui pembukaan rekening online.

Berdasarkan dari wawancara yang diperoleh peneliti dari informan, bahwa jika peningkatan terhadap suatu produk haruslah memiliki strategi yang tepat. Strategi adalah rencana menyeluruh dibidang pemasaran yang memberikan rancangan rancangan agar dapat tercapai tujuan pemasaran di suatu perusahaan. Dengan ini dapat di katakan bahwa strategi merupakan sebuah kombinasi yang didalamnya terdapat serangkaian tujuan, kebijakan , sasaran dan aturan yang telah ditetapkan agar jalan dari usaha perusahaan dapat terarah sesuai strategi yang digunakan.

Salah satu perumusan strategi ialah strategi bagian pemasaran yang melakukan prosedur tiga langkah secara sistematis yaitu bermula dari strategi segmentasi pasar, strategi penentuan pasar sasaran, dan strategi penentuan posisi pasar. Ketiga strategi tersebut merupakan kunci didalam manajemen strategi pemasaran.

Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar berdasarkan kelompok pembeli yang berbeda-beda dan mengelompokkannya

berdasarkan kebutuhan, karakteristik ataupun perilaku yang membutuhkan bauran produk dan bauran pasaran tersendiri sesuai minat dari nasabah. Bank Syariah Indoensia melakukan pengelompokan terhadap para calon nasabah atau konsumen yaitu dengan umur tertentu dari Gen Z kelahiran 1997 sampai 2012 dengan rentanan umur 9 sampai 25 tahun, Gen Y atau *millennials* kelahiran 1981 sampai 1996 dengan rentanan umur kisaran 25 sampai 40, *baby boom* kelahiran 1946 sampai 1964 dengan rentanan umur kisaran 57-75 tahun, sedangkan *silent generation* kelahiran 1922 sampai 1945 dengan usia berkisaran 60 tahun lebih. Dengan adanya pengelompokan umur ini tentunya segmentasi pasar mempunyai karakternya masing masing mulai dari produk yang ditawarkan dan promosi yang digunakan untuk menarik minat calon nasabah atau konsumen.

Dengan melihat karakter dari segi umur tentunya pihak bank dapat melakukan pengelompokan untuk menawarkan produknya misalkan Gen Z dan Gen Y atau *Millenials* yang membutuhkan rekening tabungan untuk menabung atau sebagai media pembayaran untuk berbelanja dan lainnya. Pihak bank dapat dengan mudah menawarkan produk mereka seperti Tabungan *Easy Wadi'ah* atau Tabungan *Easy Mudha>rabah* tergantung minat nasabah ingin menggunakan jenis tabungannya sesuai karakteristik calon nasabah. Sedangkan untuk rentanan *baby boom* dan *silent generation* tidak hanya Tabungan *Easy Wadi'ah* atau Tabungan *Easy Mudha>rabah* saja tetapi lebih banyak produk yang dapat ditawarkan

seperti Tabungan Haji Indonesia, Tabungan AutoSave Qurban, dan Deposito. Semua jenis tabungan dapat dimiliki tergantung minat dari calon nasabah atau konsumen itu sendiri, namun biasanya karakter seperti gen Z dan Gen Y atau *millennials* biasanya hanya ingin membuka rekening tabungan sebagai media tabungan atau pembayaran, sedangkan untuk *baby boom* dan *silent generation* lebih variatif sesuai kebutuhan mereka.

Strategi penentuan pasar sasaran merupakan pemilihan besar atau luasnya segmen sesuai dengan kemampuan suatu perusahaan untuk memasuki segmen tersebut. Sebagian besar perusahaan memasuki sebuah pasar baru dengan melayani satu segmen tunggal kemudian jika berhasil maka mereka akan menambah segmen dan selanjutnya memperluas secara vertikal kemudian memperluas vertikal secara horizontal. Contoh dari penentuan pasar sasaran ini yaitu produk BSI Mobile dengan menambahkan fitur pembukaan rekening *online* yang dimana sebelumnya hanya melalui media *offline* (langsung kebank). Kemudian pihak BSI menawarkan produk buka rekening tabungan *online* yang dimana asalnya hanya ada pembukaan rekening tabungan *Easy Wadi'ah*, tabungan *Easy Mudha>rabah*, dan deposito sekarang mereka memperluas pemasarannya yaitu dengan menambahkan Tabungan Haji Indonesia, Tabungan Autosave Qurban. Bukan tidak mungkin nantinya pihak bank juga menambah salah satu dari ketiga belas produk lainnya untuk dapat dilakukan dengan metode pembukaan rekening *online* dikemudian waktu.

Terakhir strategi untuk menentukan sasaran pasar, penentuan posisi pasar (*positioning*) adalah strategi untuk merebut posisi dibenak konsumen atau menarik minat dan hati konsumen untuk memilih produk yang ditawarkan pihak bank dengan membangun kepercayaan, keyakinan dan kepribadian perusahaan dipihak pelanggan. Contoh dari sasaran pasar ini yaitu pihak bank yang menjaga data nasabah, dan selalu memperbaiki kekurangan yang mereka miliki dimasa mendatang seperti gangguan server dan maintance. Hal ini tentunya untuk kenyamanan nasabah dan tentunya dapat membentuk citra baik kepercayaan nasabah terhadap pihak Bank . Pihak Bank Syariah Indonesia juga dapat menawarkan beberapa jenis promo produk seperti *gift code* yang diterima dari pihak nasabah lama untuk menarik calon nasabah baru, dan voucher-voucher menarik lainnya.

Pihak Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 2 juga menggunakan marketing *mix* sebagai strategi untuk pembukaan rekening *online* yaitu 4P (*product, place, price, promotion*) diuraikan sebagai berikut:

a. Produk (*product*)

Produk adalah barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen agar dapat dikonsumsi sehingga memberikan kepuasan atau manfaat kepada konsumen. Pembukaan rekening secara *online* yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 2, produk yang tersedia di Bank Syariah Indonesia yaitu delapan belas produk namun produk

yang dapat melakukan pembukaan rekening *online* hanya lima produk yaitu Tabungan Haji Indonesia, Tabungan *Easy Wadi'ah*, Tabungan *Easy Mudha>rabah*, Tabungan AutoSave Qurban, dan Deposito yang dimana diakses menggunakan *BSI Mobile*. Manfaat yang diperoleh nasabah adalah kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi, sehingga pembukaan rekening ini dapat diakses dimana saja dan kapanpun tanpa harus ke kantor untuk melengkapi data sebagai pembukaan rekening.

b. Tempat (*place*)

Tempat (*place*) merupakan salah satu bagian penting bagi suatu perusahaan sebagai lokasi untuk menawarkan ataupun melayani peminat atau pembeli. Untuk tempat pembukaan rekening *online* tentunya dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, yang diperlukan hanyalah *handphone* dan paket data (kuota) sebagai sarana untuk mendaftar pembukaan rekening dan mengisi biodata yang diperlukan seperti KTP, NPWP (jika memiliki), dan biodata seperti nama tempat dan terakhir melakukan *video call* sebagai konfirmasi bahwa anda setuju melakukan pembukaan rekening *online*, kemudian nantinya hanya memerlukan kode aktivasi untuk mengaktifkan rekening *BSI Mobile*.

Adapun tempat untuk mengaktifkan atau mendapatkan kode aktivasi serta mendapatkan buku tabungan dan kartu ATM yang diperlukan hanya mendatangi langsung Bank Syariah Indonesia KC

Palangka Raya 2 yang terletak di Jl. A.Yani No 75 Palangka Raya, Lankai , Kecamatan Pahandut, Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah, Kode Pos 74874.

c. Harga (*price*)

Harga menjadi unsur pendapatan bagi perusahaan, dimana harga merupakan ukuran yang dapat memperoleh hak dari kepemilikannya. Pada penerapan dari strategi harga pemasaran produk dari segi harga Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 2 tidak memberlakukan biaya untuk setiap pembukaan rekening nasabah. Nasabah hanya perlu mengisi saldo dengan minimum pengisian sebanyak Rp. 100.000, nasabah juga diberikan pilihan untuk menyetorkan uang pengisian saldo dengan datang langsung ke Cabang Bank Syariah Indonesia atau dengan mentransfer. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian nasabah yang ingin menitipkan dananya, pembukaan rekening tabungan *online* dengan pembayaran awal minimum tabungan Rp.100.000 yaitu Tabungan Haji Indonesia, Tabungan *Easy Wadi'ah*, Tabungan *Easy Mudharabah*. Sedangkan untuk pembukaan rekening tabungan *online* Deposito yang diperlukan yaitu sudah memiliki rekening tabungan yang kemudian nantinya akan diarahkan untuk melakukan pembukaan rekening Deposito. Adapun minimum transaksi awal yang wajib disetorkan yaitu Rp.10.000.000- Rp.50.000.000. Untuk pembukaan rekening *online* Tabungan *Autosave* tidak memiliki rincian biaya tabungan awal, namun nantinya akan

ditentukan pihak bank dan pemilik rekening tabungan untuk pembukaan rekening Tabungan *Autosave* dan menentukan penjadwalan transaksi pemindah bukuan setiap jatuh tempo tabungan *Autosave* yang telah ditentukan.

d. Promosi (*promotion*)

Promosi adalah salah satu cara yang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen agar tertarik dan membuat konsumen melakukan pembelian terkait produk yang ditawarkan. Promosi produk dan jasa yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 2 umumnya sama dengan kegiatan yang dilakukan Lembaga keuangan yang lainnya, yaitu menawarkan promosi pemasaran dengan iklan, brosur, berkerja sama dengan instansi Pendidikan, *gift* dan *voucher*.

1) Iklan

Iklan adalah salah satu komponen non individu dengan beban seluruh biaya yang dilakukan perusahaan melalui berbagai media. Media yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 2 adalah dengan menggunakan media sosial untuk mempromosikan produknya seperti media sosial Instagram *post*, Instagram *story*, penawaran melalui pesan *whatsapp*, video melalui tiktok.

2) Brosur

Brosur merupakan media yang sering digunakan dalam mempromosikan produk dengan menyebarkannya di bagian tertentu seperti pasar, swalayan, disamping mesin ATM, dan nasabah yang datang. Dengan brosur tentunya pihak bank lebih mudah mempromosikan produk pembukaan rekening *online* dikarekan hanya dengan kertas brosur dapat menarik minat calon nasabah untuk memilih atau mengetahui produk pembukaan rekening tabungan dapat dilakukan dengan *online*, dan tidak memerlukan banyak waktu karena hanya dibagikan atau ditempelkan pada dinding untuk media penyampaiannya. (dapat dilihat pada lampiran dibagian akhir halaman)

3) Berkerja sama dengan Instansi

Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 2 menjalin kerja sama dengan berbagai instansi untuk melakukan promosi terkait produk dan jasa yang dijual. Adapun instansi yang berkerja sama dengan Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 2 adalah berkerjasama dengan Instansi Pendidikan seperti Muhammadiyah Palangka Raya dan IAIN Palangka Raya, Muhammadiyah berkerjasama untuk media pembayaran iuran persemester. Sedangkan untuk IAIN Palangka Raya mewajibkan setiap dosen untuk melakukan pembayaran tunjangan yang dimana hal ini tentunya mewajibkan setiap dosen/nasabah wajib membuka rekening tabungan *online* untuk melakukan transaksi lainnya,

selain itu BSI kantor cabang Palangka Raya 2 juga berkerja sama dengan Kemenag, RSI PKU, Poltekeskes, CAA Grub dan lain-lain. Adapun kerjasama yang ditawarkan sama seperti IAIN Palangka Raya yaitu sebagai pembayaran tunjangan gaji dosen dan pegawai. Tidak hanya itu BSI kantor cabang Palangka Raya 2 juga bersosialisasi yang dilakukan untuk memasarkan pembukaan rekening secara *online*.

4) Kode-*IN* dan *Voucher*

Kode-*IN* merupakan jenis promosi untuk menarik minat nasabah dengan memberikan hadiah dan potongan terhadap nasabah lama dan dan nasabah baru. Adapun sistem Kode-*IN* yang diberikan pihak bank dengan memberikan kode tertentu kepada nasabah lama yang kemudian nantinya akan dimasukan oleh nasabah baru, dan nantinya nasabah lama akan mendapatkan Rp.20.000 nominal saldo dari bank dan pihak nasabah baru akan mendapatkan voucher pengurangan satu persen sampai dengan lima persen potongan harga yang dapat digunakan untuk transaksi pembayaran atau transaksi tagihan, seperti tagihan PLN Listrik, Tagihan internet, dan Pulsa (dapat dilihat pada lampiran). Dengan metode ini tentunya nasabah dan calon nasabah akan mendapatkan kenyamanan promo yang diberikan oleh pihak Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 2.

2. Kendala-kendala Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palangka Raya 2 untuk menarik minat nasabah dalam memasarkan produk pembukaan rekening *online*

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang peneliti lakukan pada *Branc Manager/ Branc Operation, Costumer Service (CS)* dan Informan tentang kendala-kendala mengenai pembukaan rekening secara *online* di Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 2 adalah sebagai berikut :

a. Kendala yang dihadapi pihak Bank Syariah Indonesia Palangka Raya KC 2 dalam Strategi pembukaan rekening *online*

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang peneliti lakukan pada *Branc Manager/ Branc Operation, Costumer Service (CS)* pihak Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palangka Raya 2.

Kendala yang dihadapi Bank Syariah Indonesia Palangka Raya KC 2 dalam pembukaan rekening secara *online* salah satunya terdapat pada aplikasi *BSI Mobile*, dimana sering terjadi gangguan pada server yang terkadang *maintance*, dan *bug* pada aplikasi. *Maintance* merupakan hal yang biasa terjadi pada aplikasi ataupun server yang berada dalam lingkup internet, *maintance* memang pada umumnya sangat mengganggu namun tetap dapat diatasi. Akan tetapi hanya pihak tertentu yang dapat diperbaiki atau *repair*, hal inilah biasanya yang membuat pihak bank sulit menghadapinya sebelum server dari pusat sebagai pemegang kendali bank memperbaikidnya. Waktu

estimasi juga beragam, enam jam, 2 belas jam, bahkan sampai sehari. Karna hal inilah pihak nasabah terkadang mengurungkan niatnya untuk menyelesaikan pembukaan rekening secara *online* melalui BSI *mobile*.

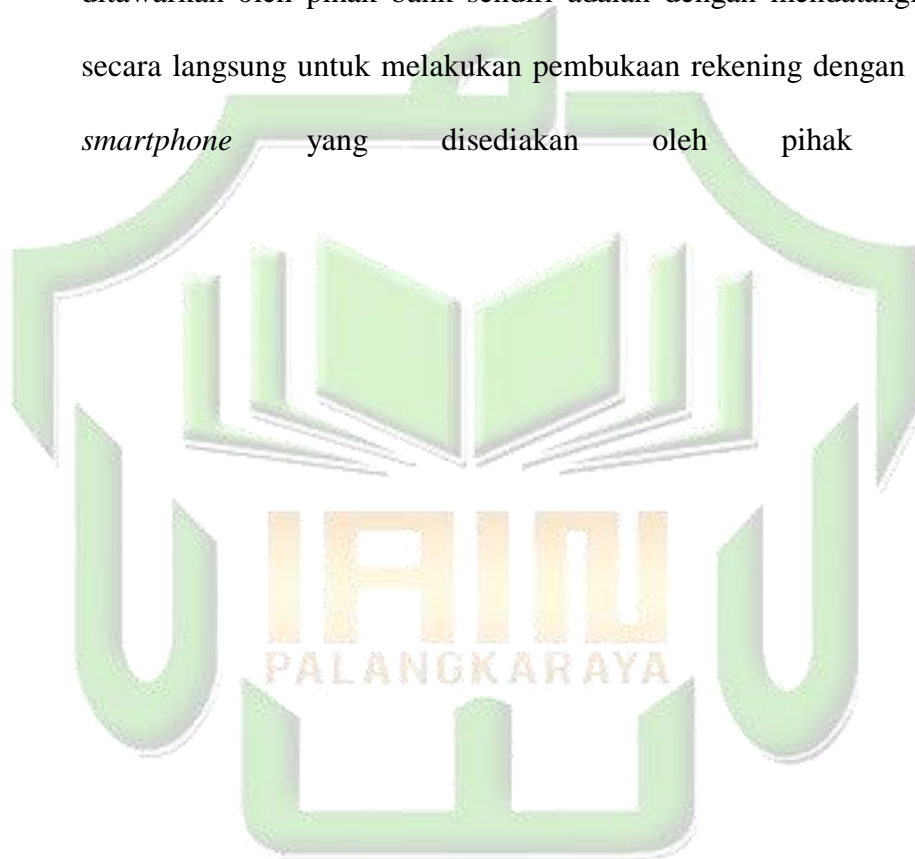
Bug merupakan kesalahan pada beberapa hal yang dapat merugikan untuk ke2 belah pihak. *Bug* yang ada pada pembukaan rekening tabungan Haji Indonesia yang dimana pada bagian awal pendaftaran ketika ingin mengklik bagian syarat dan ketentuan sebagai acuan untuk persetujuan pembukaan rekening, hal ini tidak dapat diakses. Jadi pihak nasabah tidak dapat membaca syarat yang tersedia ataupun ketentuan yang tertera seperti akad dan lainnya. (dapat dilihat pada lampiran)

b. Kendala yang dihadapi calon nasabah dalam pembukaan rekening *online* di Bank Syariah Indonesia Palangka Raya KC 2

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan pada beberapa kriteria nasabah dewasa awal dan dewasa tentang kendala yang mereka hadapi dalam pembukaan rekening secara *online*.

Kendala yang diperoleh oleh pihak calon nasabah dari Bank Syariah Indonesia Palangka Raya 2 berbeda-beda, dari usia nasabah millennial (dewasa awal) hanya memiliki kendala dari segi aplikasi yang sering terjadinya gangguan sistem ataupun *maintance*. Sedangkan untuk kriteria calon nasabah dewasa, memiliki kendala kurangnya memahami teknologi *smartphone* , dan bahkan bukan tidak mungkin pihak nasabah dewasa juga tidak memiliki *smartphone* untuk

membuka rekening tabungan *online* yang menjadi permasalahan utama mereka dalam pembukaan rekening, sehingga cara untuk menghadapi kendala ini mereka akan meminta bantuan untuk pembukaan rekening *online* kepada anak, keluarga, dan kerabat yang lebih memahami untuk melakukan pembukaan rekening *online*. Adapun solusi yang ditawarkan oleh pihak bank sendiri adalah dengan mendatangi bank secara langsung untuk melakukan pembukaan rekening dengan tablet, *smartphone* yang disediakan oleh pihak bank.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Strategi Bank Syariah Indonesia Palangka Raya KC 2 untuk menarik minat nasabah melalui pembukaan rekening *online*, strategi yang terkait dari Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 2 adalah prosedur tiga langkah secara sistematis yaitu bermula dari strategi segmentasi pasar, strategi penentuan pasar sasaran, dan strategi penentuan posisi pasar. Ketiga strategi tersebut merupakan kunci didalam manajemen strategi pemasaran. Bank syariah Indonesia KC Palangka Raya 2 juga menggunakan bauran pemasaran, yaitu strategi 4P (*product, place, price, promotion*) yang dimana setiap strateginya digunakan. Produk yang ditawarkan ada rekening tabungan BSI *wadi'ah* dan tabungan BSI *Mudha>rabah*. Tempat yang pilih juga sangat strategis, dikarenakan daerah ramai penduduk, dekat dengan area pasar dan tentunya dapat diakses dimana saja hanya memerlukan *smartphone* dan kouta internet. Untuk harga pembukaan rekening *online* yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 2 minimal mulai dari Rp.100.000 yang kemudian akan diberikan buku tabungan BSI *wadi'ah* atau BSI *Mudha>rabah* dan ATM BSI. Untuk promosi yang digunakan Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 2

ada Iklan promosi berupa brosur yang ditempel dan dibagikan di samping mesin ATM dan iklan yang di-



sebar di Media Sosial seperti Instagram, Tiktok dan lainnya di Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 2. Berkerjasama dengan beberapa instansi pendidikan dan kantor untuk pembayaran UKT, slip gaji dan lainnya juga menawarkan promosi-promosi menarik seperti promo tambahan *voucher* dan *KODE-In*.

2. Kendala yang dihadapi Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 2 dalam menarik minat nasabah melalui pembukaan rekening *online* sering terjadinya kendala server dari aplikasi BSI *Mobile* seperti *maintance*, dan *bug*, hal inilah yang sering turunya minat nasabah ketika ingin membuka rekening tabungan. Sedangkan kendala yang dihadapi calon nasabah adalah aplikasi yang terlalu rumit untuk mengisi data untuk nasabah dewasa yang kurang memahami *smartphone* sehingga sering meminta bantuan kepada kerabat atau keluarga atau bahkan pihak Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 2 untuk pengisian data

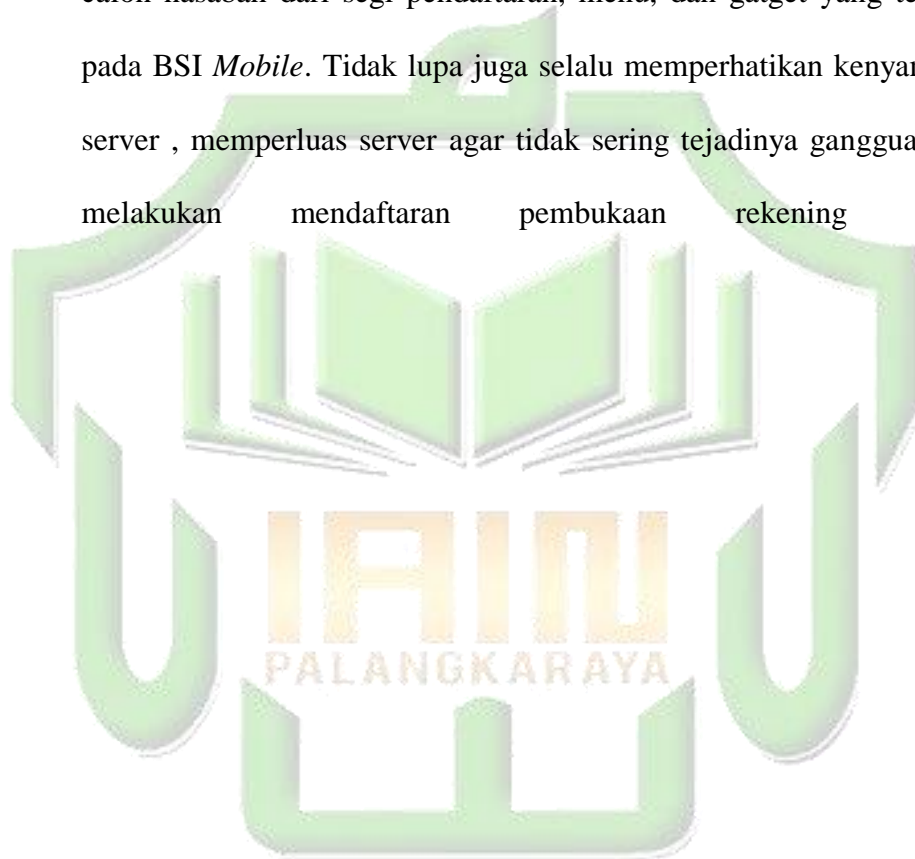
B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan dari hasil penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagi Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya agar lebih meningkatkan strateginya dalam memasarkan produk-produknya khususnya pada pembukaan rekening secara *online* tabungan BSI *Wadi'ah* dan tabungan BSI *Mudharabah* melalui BSI *Mobile*, dikarenakan produk ini masih hanya terdengar mayoritas kalangan

anak muda, dan lebih mempermudah lagi untuk melakukan pendaftarannya bagi orang dewasa yang kurang memahami *smarphone* dan tentunya agar dapat bersaing dengan produk bank lainnya.

2. Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 2 agar dapat terus mengembangkan dan selalu memperhatikan kehendak konsumen atau calon nasabah dari segi pendaftaran, menu, dan gadget yang tersedia pada *BSI Mobile*. Tidak lupa juga selalu memperhatikan kenyamanan server , memperluas server agar tidak sering terjadinya gangguan saat melakukan mendaftaran pembukaan rekening *online*



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Arififudin, dkk. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Pustaka Setia. 2018.
- Bungin, Burhan. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2005.
- Bungin, M. Burhan. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial*. Jakarta: Kencana. 2007.
- Blocher, Edward J. dkk. *Manajemen Biaya Penekanan Strategis*. Buku 2 Edisi 5. Jakarta: Salemba Empat. 2014
- Fathoni, Abdurrahmat. *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta. 2011.
- Ferdianand, Agusty. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2006.
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*, Bogor:Ghalia Indonesia, 2010
- Hansen, Don R. dkk. *Management Accounting*. Edisi 7. Buku 1. Jakarta: Salemba 4. 2004.
- Hansen, Don R. dkk. *Manajemen Biaya: Akuntansi dan Pengendalian*. Edisi 1. Jakarta: Salemba 4. 2001
- J. Moleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kotler, Philip. *Marketing Management*. Jakarta : Pren Hallindo. 1997.
- Patilima, Hamid. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. 2011.

- P Sondang, Siagian. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Bumi Aksara. 1998.
- Ritonga, Zuriani. *Manajemen Strategi Teori dan Aplikasi*. Sleman : CV Budi Utama. 2019.
- Shaleh, Abdul Rahman. Abdul Wahab, Muhbid. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam*. Jakarta: Prenada Media. 2004.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. 2012.
- Suprayogo, Imam dkk. *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2003.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi offset. 2002.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran Edisi III*. Yogyakarta: Andi Offset. 2008.
- Umar, Husein. *Desain Penelitian Manajemen Strategi*. Jakarta : Rajawali Pers. 2010
- Yulianti, Farida. Dkk. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Budi Utama. 2019.

B. Jurnal dan Skripsi

1. Jurnal

Alhusain, Achmad Sani. *BSI: Tantangan dan Strategi Dalam Mendorong Perekonomian Nasional*. Jurnal Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI. 2020.

Chaniago, Siti Aminah. *Perumusan Manajemen Strategi Pemberdayaan Zakat*. Jurnal Hukum Islam (JHI). Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Pekalongan. 2014.

Entaresmen, R. Ajeng, dkk. *Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan iB Hasanah Di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X*. Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti Jakarta. Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa. Vol.9 No.1. 2016.

Husna, Fathayatul. *Wajah Ekonomi 4.0: Perbankan Syari'ah Digital. Peningkatan Daya Saing Dan Strategi Dakwah Islam*. Banda Aceh: Jurnal Kajian Manajemen Dakwah. 2020

Manampiring, Andreas S, dkk. *Analisis produk, harga, lokasi, promosi, terhadap keputusan kosumen pada kartu kredit PT. Bank TBK. Manado* Jurnal EMBA 165 Vol.4 No.2 Juni 2016.

Nurlina. *Minat Masyarakat Gunung Toar Terhadap Pembukaan Rekening Proses Burekol (Buku Rekening Online) Melalui Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Teluk Kuantan*. Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Kuantan Singing. Jurnal Juhan Perak vol 2 No.2 Hukum, Adminitrasi Negara Perbankan Syariah, Akuntansi. 2021. /

Pertiwi, Desy Putri. *Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan IB Hasanah Di PT. Bank Negara Indonesia Syariah*

Kantor Cabang X. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti. Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa. 2016.

Putri, Yulia, dkk. *Strategi meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas. Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa Vol.16. Universitas Bina Sarana Informatika. 2019.*

Qodriyah, Ida Lailatul. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Muamalat Cabang Madiun. Program Studi Akuntansi FPIPS IKIP PGRI Madiun. Jurnal FIPA Vol 4 No.1. 2016.*

Wibowo, Dimas Hendika, dkk. *Analisis Strategi Pemasran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada batik Dianjeng Solo). Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. Jurnal Adminitrasi Bisnis Vol 29 No.1. 2015.*

Widiawati, Andi. *Analisis Perkembangan Giro, Tabungan dan Deposito terhadap perkembangan kredit pada PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Cabang Pembantu Latimojong Makasar. Jurnal Ilmiah AKMEN Vol.12 No.2. 2015.*

2. Skripsi

Ainina, Wida. *Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta. Fakultas Ekonomi. Yogyakarta. 2018.*

Cahyana, Indra. *Sistem Layanan Digital Perbankan Syariah (Studi Kasus Pembukaan Rekening Tabungan Faedah Berbasis E-Form Pada BRISyariah Kc Semarang. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo. 2019.*

Lisa, Ananda. *Strategi Pemasaran Pembukaan Rekening Online Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Batusangkar.2021.*

Norjanah. *Strategi Pemasaran Pembukaan Rekening Secara Online Pada Bank Syariah Mandiri KCP A.Yani Banjarmasin*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. 2020.

C. Internet

BSI, Buka Rekening *online*.

<https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/digitalbanking/1618199273buka-rekening-online>

BSI, Produk Tabungan.

<https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/digital-banking>

BSI, Tabungan easy. <https://webform.bsm.co.id/catalog/keterangan/1>

UU 10 No.1 Tahun 1998. Undang-undang mengenai Perbankan.

<https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1998/10tahun~1998uu.htm>

OJK, Peraturan bank Indonesia tentang penetapan manajemen resiko dalam penggunaan teknologi informasi oleh bank umum.

<https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/regulasi/peraturan-bank-indonesia/Documents/192.pdf>

Kurnia, Riza Dian. Cara buka rekening BRI *Online* mudah dan anti ribet.

<https://www.qoala.app/id/blog/keuangan/tabungan/cara-buka-rekening-bri-online/>