

BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah penerapan strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) dalam Produk Pembiayaan Cicil Emas di PT BSI KCP Cilacap Diponegoro.

3.1.1 Gambaran Umum PT Bank Syariah Indonesia

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri Keuangan Syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungan stakeholder yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah. Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri Perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan terhadap inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Pada 1 Februari 2021 pukul 13:00 WIB yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu PT Bank Syariah Indonesia

Tbk (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. Di dukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia di dorong untuk dapat bersaing di tingkat global. Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang di harapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah Perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil'Alamiin).

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah lembaga perbankan syariah. Bank ini berdiri Pada tanggal 1 Februari 2021, tiga Bank anak perusahaan BUMN itu merger secara nasional di bawah Kementrian BUMN. BNI Syariah, BRI Syariah dan Mandiri Syariah, dari ketiga bank tersebut merger menjadi Bank Syariah Indonesia. dari february sampai bulan juni hampir akan menginjak setengah tahun. Untuk sistemnya sendiri sudah terpisah dari masing-masing induk, yang awalnya BNI Syariah induknya dari BNI, BRI Syariah dari BRI, Bank Mandiri Syariah dari Bank Mandiri sudah terpisah dan sudah menjadi sendiri, Bank syariah yang besar di Indonesia. Diharapkan kedepannya proses migrasi dan roll out nya berjalan lancar karena sekarang ini masih di jadwalkan untuk proses migrasi nasabahnya karena nasabah masing-masing bank banyak, jadi dari Februari sampai 31 Oktober 2021 itu proses migrasi nanti setelah bulan Oktober, di bulan November itu semua tidak

ada lagi BNI Syariah, BRI Syariah, dan Bank Mandiri Syariah. Karena semuanya sudah terkumpul dan sudah menjadi legasi Bank Syariah Indonesia (BSI).

Proses merger tiga Bank Syariah besar di Indonesia menjadi salah satu tonggak sejarah yang akan membuka banyak peluang-peluang baru dalam mendukung perekonomian masyarakat secara nasional. Setiap Bank Syariah memiliki latar belakang dan sejarahnya sendiri sehingga semakin menguatkan posisi BSI kedepannya.

Berdirinya Bank Syariah Indonesia (BSI) di resmikan melalui surat yang di keluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Surat yang di rilis dengan Nomor: SR-3/PB.1/2021 tanggal 27 Januari 2021 perihal pemberian izin penggabungan PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah ke dalam PT Bank BRI syariah Tbk serta izin perubahan nama dengan menggunakan Izin Usaha PT Bank BRI syariah Tbk menjadi Izin Usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk sebagai Bank hasil penggabungan. Dengan di keluarkannya surat dari OJK ini maka semakin menguatkan posisi BSI untuk melakukan aktivitas perbankan berlandaskan konsep syariah dan penggabungan dari 3 Bank pembentuknya

Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, tentu potensi industri keuangan syariah cukup menjanjikan di masa depan. Hal ini tentu saja bisa terjadi jika adanya sinergi antara pemegang kebijakan dan juga kesadaran masyarakat terhadap transaksi halal berbasis syariah yang terus di tegakan dalam prinsip ekonomi. Adanya peningkatan yang signifikan beberapa tahun terakhir terhadap produk dan layanan berbasis syariah di Indonesia membuat pemerintah mencermati hal ini sebagai sebuah momen penting dalam tonggak perekonomian

syariah di Indonesia. Sikap optimis inilah yang membuat pemerintah akhirnya menggabungkan 3 daftar bank syariah besar besutan BUMN, yaitu PT Bank syariah Mandiri Tbk, PT Bank BNI Syariah Tbk, dan PT Bank BRI Syariah Tbk menjadi intensitas baru yang di beri nama Bank Syariah Indonesia.

3.1.2 Visi dan Misi

A. Visi BSI

“Menjadi 10 TOP GLOBAL ISLAMIC BANK”

B. Misi BSI

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia Melayani > 20 juta nasabah dan menjadi top 5 Bank 3 www.ir-bankbsi.com di akses pada tanggal 26 Juni 2021, Pukul 11:08 39 berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025
2. Menjadi Bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham Top 5 Bank yang paling Profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

3.1.3 Budaya Perusahaan

3.1.4 Nilai-nilai Perusahaan PT Bank Syariah Indonesia Tbk

1. AKHLAK



2. Amanah

Kami memegang teguh kepercayaan yang diberikan



3. Kompeten

Kami terus belajar dan mengembangkan kapabilitas



4. Harmonis

Kami saling peduli dan menghargai perbedaan



5. Loyal

Kami berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara



6. Adaptif

Kami terus berinovasi dan antusias dalam mengerjakan ataupun menghadapi perubahan



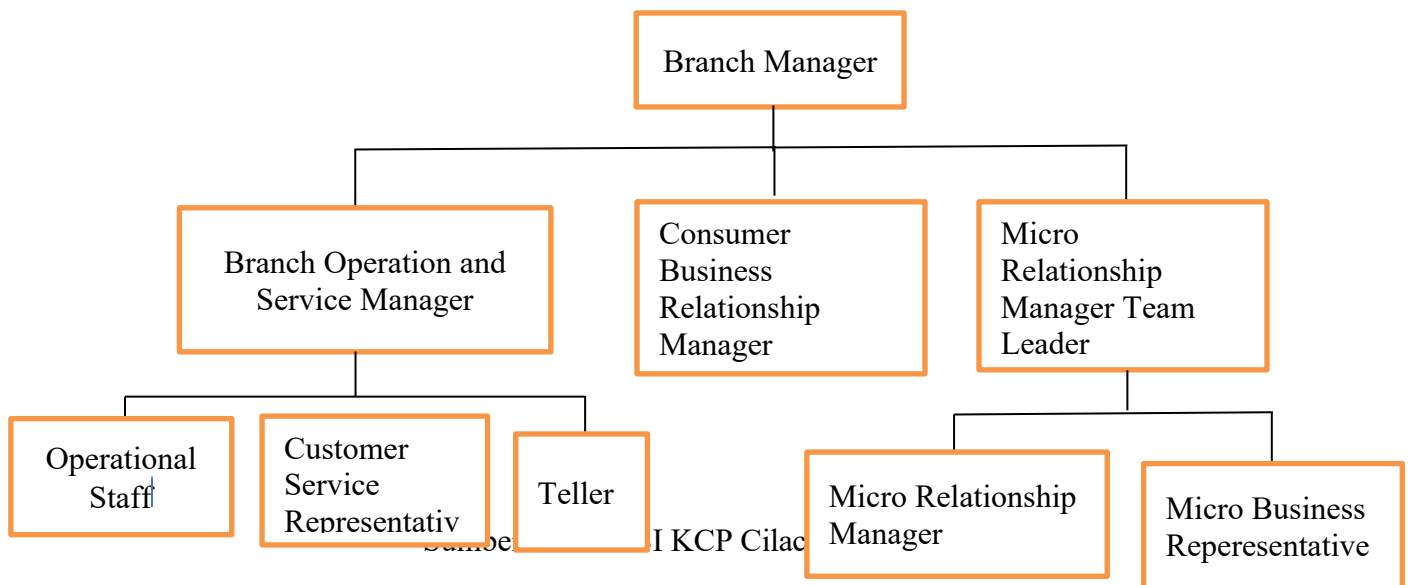
7. Kolaboratif

Kami membangun Kerjasama yang sinergis

3.1.5 Struktur Organisasi PT Bank BSI KCP Cilacap Diponegoro

Berikut adalah struktur organisasi PT Bank Syariah Indonesia Kantor

Cabang Pembantu Cilacap Diponegoro



Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Bank BSI KCP Diponegoro

3.1.6 Job Desk

Dalam stuktur organisasi PT Bank Syariah Indonesia (Persero) Tbk Kantor

Cabang Pembantu Cilacap Diponegoro dapat dijelaskan wewenang dari tanggung

jawab masing-masing bagian secara singkat adalah sebagai berikut:

1. Branch Manager

Branch Manager memiliki peran penting dalam perbankan syariah baik dalam kegiatan operasional perusahaan maupun kegiatan non operasional yang dibutuhkan bank untuk pengembangannya. Tugas dan wewenang Branch Manager diantaranya adalah mengawasi serta melakukan koordinasi kegiatan operasional, memimpin kegiatan pemasaran dalam perbankan, memonitor kegiatan operasional perbankan, memantau prosedur operasional manajemen risiko, melakukan pengembangan kegiatan operasional.

2. Branch Operational Service Manager

Branch Operational Service Manager bertugas memverifikasi seluruh data kegiatan operasional di banking hall dan menyetujui segala transaksi administrasi yang ada di banking hall sebelum di laporkan ke branch manager.

3. Consumer Business Relationship

Untuk tugas tim ini adalah mengkoordinir stafnya untuk mencari nasabah pembiayaan, mencari target bisnis dan melakukan pencairan, bertanggung jawab atas kegiatan semua anggota tim dan menjaga hubungan baik dengan nasabah

4. Micro Relationship Manager Team

Pada dunia perbankan syariah tugas Micro Relationship Manager Team yaitu mengkoordinir staff nya untuk hubungan baik dengan nasabah mikro, menawarkan produk keuangan yaitu memasarkan produk-

produk yang ada pada Bank Syariah selain produk pembiayaan KUR seperti griya, dana pensiun, pra pensiun, atau juga sesuai dengan beban target dan juga tanggung jawab atas pembiayaan tersebut.

5. Micro Business Representative

Tugasnya yaitu fokus pada pemasaran, meng akuisisi nasabah dan pengelolaan portofolio pembiayaan mikro.

6. Micro Relationship

Tugasnya untuk menjaga hubungan baik dengan nasabah, mencari dan menarik nasabah serta melakukan pelayanan yang optimsl kepada nasabah

7. Operational Staff

Memastikan berjalannya operasional dalam bank dengan baik, dan berkoordinasi untuk mendukung kelancaran operasional dalam pleyanan, administrasi dan pengelolaan sistem kerja .

8. Costumer Service

Costumer Service melayani kebutuhan nasabah, memberikan solusi terhadap permasalahan yang dialami nasabah, memberikan penawaran kepada nasabah mengenai produk-produk yang ada di Bank Syariah Indonesia.

9. Teller

Teller bertugas menangani, membantu dan memberikan solusi bagi semua nasabah yang ingin melakukan transaksi perbankan termasuk di dalamnya nanti memberikan jasa layanan uang tunai maupun non tunai.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena sosial dengan menggali data secara mendalam melalui observasi, wawancara, dan analisis dokumen. Menurut Sugiyono (2022: 9), penelitian kualitatif meneliti objek dalam kondisi alami, di mana peneliti bertindak sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data.

Metode deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menggambarkan kondisi dan karakteristik yang ada pada objek penelitian, yaitu penerapan *Integrated Marketing Communication* (IMC) pada produk pembiayaan cicil emas di PT Bank Syariah Indonesia KCP Cilacap Diponegoro. Pendekatan ini dipilih karena dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam tentang fenomena yang sedang diteliti, serta memberikan pemahaman mengenai bagaimana penerapan IMC dapat memengaruhi keputusan nasabah.

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data yang digunakan dalam penyusunan Tugas Akhir ini yaitu:

1. Wawancara Mendalam

Menurut Kriyantono (2020: 291-293) wawancara mendalam merupakan suatu cara mengumpulkan data dan informasi yang dilaksanakan dengan tatap muka dengan informan agar mendapatkan data

lengkap dan mendalam. Wawancara ini membedakan antara *responded* (orang yang akan diwawancarai hanya sekali) dengan *informan* (orang yang ingin periset ketahui atau pahami dan yang akan diwawancarai beberapa kali).

Menurut Berger (2020: 289) wawancara mendalam merupakan percakapan antara periset (seseorang yang ingin mendapatkan informasi) dan informan (seseorang yang dinilai mempunyai informasi penting terhadap satu objek).

Daftar itu, dapat pula dilengkapi dengan catatan *point* pertanyaan-pertanyaan penting yang akan diajukan untuk menggali (membangkitkan) data atau informasi dari para informan dan atau para partisipan penelitian. catatan pertanyaan- pertanyaan penting itu singkat saja dan bersifat terbuka, sehingga memerlukan jawaban panjang, tidak seperti pada penelitian kuantitatif yang jawaban tegas “ya” atau “tidak” atau semacamnya yang jawabannya tidak secara panjang lebar (jawaban tertutup) dan biasa dilakukan secara sistimatis. Wawancara mendalam adalah percakapan dua arah dalam suasana kesetaraan, akrab dan informal.

Wawancara mendalam bersifat luwes, terbuka, tidak terstruktur, dan tidak baku. Intinya ialah pertemuan berulang kali secara langsung antara peneliti dan subyek penelitian. Tujuannya untuk memahami pandangan subyek penelitian tentang kehidupan, pengalaman, atau situasi subyek penelitian, sebagaimana diungkapkan dalam bahasanya sendiri.

Dalam status sebagai teknik *metodologis*, maka pewawancara dituntut untuk memenuhi dua hal sekaligus:

- a) mempelajari pertanyaan yang ditanyakan, dan bagaimana menjawabnya.
- b) memperoleh jawaban dari pertanyaan yang diajukan. Tidak ada gunanya mengajukan pertanyaan yang peneliti sendiri tidak mengerti bagaimana harus menjawabnya.

2. Observasi Langsung

Menurut Arikunto (2020: 272), Observasi adalah pengamatan secara langsung terhadap suatu objek yang terdapat di lingkungan baik yang sedang berlangsung saat itu atau masih berjalan yang meliputi berbagai aktifitas perhatian terhadap suatu kajian objek dengan menggunakan penginderaan. Ini berarti bahwa para peneliti terlibat dalam pengamatan ini dalam kegiatan sehari-hari orang yang diamati atau digunakan sebagai sumber data penelitian.

Observasi langsung yang dilakukan peneliti pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Cilacap Diponegoro dalam rangka memperoleh data dengan melihat objek dan mengamati secara langsung di lapangan, dan hasil pengamatan data kualitatif diperlukan deskripsi terhadap fenomena yang diamati, sehingga lebih terperinci, dan terstruktur sesuai dengan data yang ada di lapangan

3. Dokumentasi

Menurut Kriyantono (2020: 308-309) metode ini bisa digunakan untuk riset kualitatif maupun kuantitatif. Metode dokumentasi ini dapat digunakan untuk menggali data-data masa lampau secara sistematis dan objektif, *framing*, semiotik, analisis wacana, analisis isi kualitatif. Berita media massa, buku teks, tulisan prasasti, peraturan hukum, status facebook, cuitan Twitter, chatting, program televisi, film, video di Youtube, iklan, majalah, laporan polisi, memo, surat pribadi, catatan telepon, buku harian individu, atau website merupakan jenis-jenis dokumentasi. Dokumen kantor termasuk lembaran jurnal internal, komunikasi bagi publik yang beragam, file siswa dan pegawai, deskripsi program dan data-data tentang statistik lembaga/institusi).

Peneliti menggunakan metode dokumentasi untuk mendapatkan literatur untuk pembahasan analisis penerapan Komunikasi Pemasaran Terintegrasi (IMC) pada produk pembiayaan cicil emas, yang kemudian dapat diterapkan pada topik permasalahan penelitian. Selain itu dokumentasi juga digunakan untuk memperoleh informasi seperti letak geografis, panduan produk BSI, sejarah, visi, misi, tujuan dan struktur organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Cilacap Diponegoro.

3.2.2.1 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang dimanfaatkan adalah data kualitatif. Data kualitatif merujuk pada informasi yang tersaji dalam bentuk verbal atau kata-

kata, bukan dalam bentuk numerik. Peneliti menggunakan sumber data primer dan sekunder dalam penelitian ini.

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2022: 213) Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumbernya melalui teknik seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi.

2. Data Sekunder

Pengambilan data sekunder tidak boleh dilakukan secara sembarangan, oleh karena itu kita memerlukan metode tertentu. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber yang telah ada, termasuk buku, skripsi, dan jurnal yang relevan dengan topik *Integrated Marketing Communication* (IMC) dalam meningkatkan jumlah nasabah produk pembiayaan Cicil Emas PT Bank Syariah Indonesia di KCP Cilacap Diponegoro.

3.2.3 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, peneliti menerapkan metode analisis deskripsi kualitatif. Metode ini melibatkan penggunaan kata dan frasa yang berasal dari hasil wawancara mendalam dan pengamatan dengan pihak yang relevan, yaitu staf pemasaran, nasabah BSI Cicil Emas dan BOSM tentang strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) produk pembiayaan cicil emas.

Menurut Kurniawan (2023:482) Analisis data adalah proses pengolahan data untuk menemukan informasi yang berguna sebagai dasar pengambilan keputusan dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan

kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih dimana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Analisis data dilakukan dengan mengumpulkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi serta menyusun data secara sistematis.

Teknis Analisis Data menurut Miles dan Huberman (2018: 15) mencakup tiga hal antara lain , yaitu :

1. Pengumpulan data

Menurut Sugiyono (2022: 230). Pengumpulan data adalah proses sistematis untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam menjawab rumusan masalah penelitian. Metode ini harus disesuaikan dengan jenis data dan pendekatan penelitian (kualitatif atau kuantitatif) Peneliti merangkum dan menjelaskan tema-tema dan pola-pola (hasil) dalam bentuk naratif. Pada penelitian ini, penulis mengumpulkan data terkait Reaktualisasi *Integrated Marketing Communication* (IMC) dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan cicil emas dengan mewawancarai staff pemasaran, nasabah dan BOSM.

2. Reduksi data

Sahir (2021: 47) Reduksi data adalah proses di mana seorang peneliti melakukan telaahan terhadap data yang telah dikumpulkan, merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan mencari tema serta polanya.

3. Penyajian Data

Sahir (2021: 48) bahwa penyajian data adalah sekumpulan informasi tertata yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Hal ini dilakukan dengan alasan data-data yang diperoleh selama proses penelitian kualitatif sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi isinya. Penyajian data merupakan tahapan kedua dari tahap analisis data kualitatif. Peneliti harus mengkaji sebelumnya data pada proses reduksi data sebagai dasar “pemaknaan” terhadap data. Penyajian data yang lebih terfokus meliputi ringkasan terstruktur (*structured summaries*) dan sinopsis, deskripsi singkat dan juga diagram-diagram serta matriks dengan teks bukan angka-angka dalam sel.

4. Penarikan Kesimpulan

Sahir (2021: 48). Tahap pengambilan kesimpulan dan verifikasi ini adalah suatu tahapan lanjutan dari tahap pertama reduksi data dan kedua penyajian data, dimana pada tahap ini peneliti menarik kesimpulan dilakukan dengan cara membandingkan kesesuaian pernyataan dari objek peneliti dengan makna yang terkandung dalam konsep-konsep dasar penelitian tersebut. Setelah kesimpulan diambil, maka peneliti selanjutnya mengecek lagi kesahihan dari interpretasi dengan cara triangulasi atau mengecek ulang proses koding dan penyajian data untuk memastikan bahwa tidak ada lagi kesalahan yang telah dilakukan terhadap data. Setelah tahap ketiga ini dilakukan, maka peneliti telah memiliki temuan penelitian berdasarkan analisis data yang telah dilakukannya terhadap sebuah data hasil wawancara

mendalam atau sebuah data hasil observasi lapangan atau data dari dokumentasi.