

BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

3.1.1 Sejarah dan Profil Bank Syariah Indonesia Tbk

Hadirnya BSI menjadi sejarah baru bagi industri keuangan di Indonesia. BSI adalah salah satu bank yang berbasis syariah di Indonesia, bank ini menjadi bank nomor 1 yang paling besar diantara bank syariah lainnya. BSI resmi didirikan pada 1 Februari 2021. Bank ini merupakan merger atau penggabungan dari tiga bank syariah milik Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

1. PT Bank BRI syariah Tbk: Awalnya didirikan sebagai Bank Djasa Arta pada 3 Juli 1969. Setelah diakuisisi oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk pada 2007, bank ini bertransformasi menjadi bank syariah dengan nama BRI syariah pada 2008.
2. PT Bank Syariah Mandiri: Berasal dari Bank Susila Bakti yang didirikan pada 1955. Setelah krisis ekonomi 1998, bank ini diambil alih oleh PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dan diubah menjadi bank syariah pada 1999 dengan nama Bank Syariah Mandiri.
3. PT Bank BNI Syariah: Mulai beroperasi sebagai unit usaha syariah dari PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk pada 29 April 2000. Pada 2010, unit ini resmi menjadi entitas tersendiri dengan nama BNI Syariah.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Penggabungan ini menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah tersebut, sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, BSI didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

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

Potensi BSI untuk terus berkembang dan menjadi bagian dari kelompok bank syariah terkemuka di tingkat global sangat terbuka. Selain kinerja yang tumbuh positif, dukungan iklim bahwa pemerintah Indonesia memiliki misi lahirnya ekosistem industri halal dan memiliki bank syariah nasional yang besar serta kuat, fakta bahwa Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia ikut membuka peluang. Dalam konteks inilah kehadiran BSI menjadi sangat penting. Bukan hanya mampu memainkan peran penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal, tetapi juga sebuah ikhtiar mewujudkan harapan negeri.

BSI tidak hanya berfokus pada bisnis, tetapi juga berkontribusi dalam Pembangunan ekonomi umat melalui program-program social dan pemberdayaan masyarakat seperti pembiayaan UMKM, program zakat, dan wakaf. Dengan Sejarah dan perkembangannya, Bank Syariah Indonesia diharapkan dapat terus menjadi pionir dalam industry perbankan syariah di Indonesia dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkeadilan berbasis islam.

3.1.2 Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia Tbk

- Visi
 - “Menjadi Top 10 Global Islamic Bank”
- Misi
 1. Memberikan akses Solusi keuangan syariah di Indonesia
 2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
 3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia

3.1.3 Logo dan Makna Bank Syariah Indonesia Tbk



Gambar 3.1 Logo Bank Syariah Indonesia

Sumber: www.bankbsi.co.id

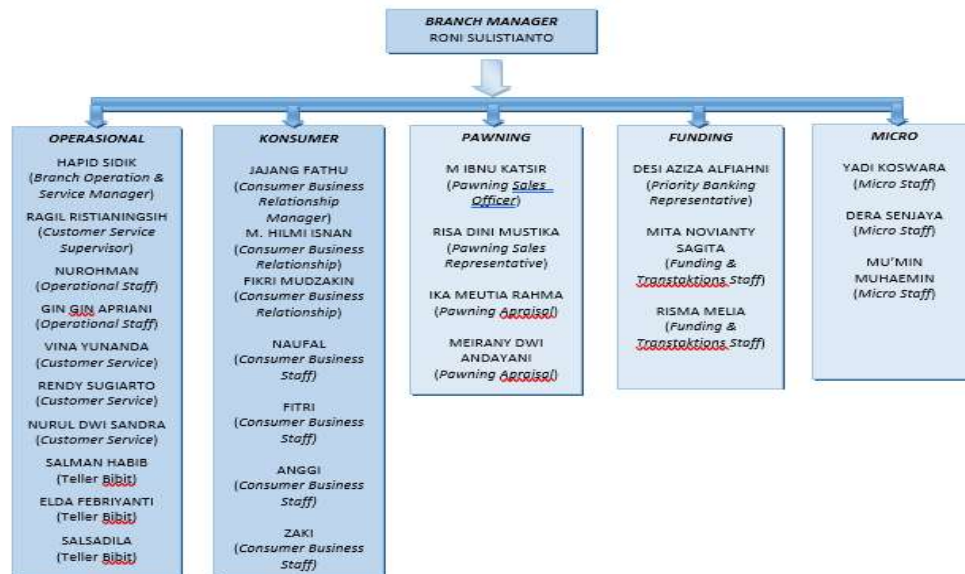
Logo Bank Syariah Indonesia diumumkan pada saat peresmian BSI yang disampaikan langsung oleh Direktur Utama PT. Bank Syariah Indonesia, Bapak Hery Gunardi. Di dalam logo Bank Syariah Indonesia memiliki arti dan makna, terdapat filosofi pada logo BSI seperti Bintang berwarna kuning yang melambangkan 5 sila Pancasila dan 5 rukun islam.

Hijau menjadi pilihan utama dalam logo Bank Syariah Indonesia. Warna ini secara tradisional dikaitkan dengan Islam dan sering digunakan dalam berbagai simbol keagamaan. Hijau dianggap sebagai warna yang melambangkan kesuburan, pertumbuhan, dan kemakmuran. Dalam konteks perbankan syariah, hijau mencerminkan komitmen BSI untuk mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan sesuai dengan prinsip syariah, yang bertujuan untuk mencapai kesejahteraan bersama tanpa merugikan pihak lain.

Warna hijau juga memiliki kaitan yang mendalam dengan alam, yang dalam ajaran Islam sering kali dijadikan sebagai simbol keberkahan. Ini juga dapat mencerminkan bagaimana Bank Syariah Indonesia berkomitmen untuk beroperasi secara etis dan adil, serta berkontribusi pada kesejahteraan sosial.

3.1.4 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Tbk KC Garut

Berikut adalah struktur organisasi dari Bank BSI KC Garut



3.1.5 Job Description Bank Syariah Indonesia Tbk KC Garut

- *Branch Manager*
 1. Memastikan tercapainya target laba dan kinerja bisnis segmrn pembiayaan, pendanaan, FBI, dan *contribution margin* dari Lokasi yang berada dalam koordinasinya,
 2. Mengidentifikasi dan menggali potensi bisnis di Lokasi yang berada dalam koordinasinya untuk meningkatkan portofolio pembiayaan, penghimpunan DPK, perbaikan kualitas pembiayaan, dan peningkatan pendapatan non operasional,

3. Melakukan penandatanganan PKS dan MoU instansi, travel umroh/dealer/toko emas/supplier emas sesuai dengan inisiator dan SK delegasi wewenang penandatanganan PKS/MoU,
 4. Menjaga dan memperbaiki kualitas pembiayaan,
 5. Memastikan implementasi segala aktivitas operasional dan proses bisnis telah memenuhi ketentuan dan prudensialitas.
- Operasional
 1. *Branch Operation and Service Manager (BOSM)*
 - a. Menjaga dan memperbaiki kualitas pembiayaan,
 - b. Menganalisa dan mereview sasaran kinerja seluruh bawahaan,
 - c. Melaksanakan prinsip Know Your Costumer (KYC) dan Anti Pencucian Uang (APU) dan Pencegahan Pendanaan Teroris (PPT),
 - d. Mengelola risiko bisnis dan operasional,
 - e. Memastikan *flow* operasional berjalan lancar.
 2. *Operational Staff*
 - a. Melakukan aktivitas transaksi kliring (SKNBI), transfer keluar, kliring keluar, dan masuk sesuai dengan ketentuan yang berlaku,
 - b. Melaksanakan transaksi domestic dan kliring lainnya (*payroll, payment point*, pelimpahan, transaksi valas) sesuai ketentuan yang berlaku,
 - c. Melakukan transaksi pembukaan, pencairan pembiayaan, pembayaran bagi hasil pembiayaan, biaya-biaya dan pembukuan lainnya,

- d. Memelihara administrasi dan dokumentasi seluruh transaksi,
- e. Melaksanakan aktivitas administrasi penutupan asuransi seluruh asset milik bank,
- f. Melakukan pemeriksaan atas kebenaran dan kewajaran pencatatan laporan keuangan.

3. *Customer Service (CS)*

- a. Melakukan dan memproses penyelesaian pengaduan nasabah,
- b. Melakukan aktivitas layanna pembukaan dan penutupan rekening kepada nasabah dan calon nasabah,
- c. Menyerahkan dokumen berharga bank kepada nasabah berupa buku Tabungan, kartu ATM, bilyet deposito dan lainnya,
- d. Memproses transaksi haji dan umroh,
- e. Memelihara persediaan dokumen berharga,
- f. Melakukan penginputan dan *maintenance* data nasabah.

4. Teller

- a. Melakukan layanan transaksi dana baik tunai dan non tunai berdasarkan kebutuhan transaksi nasabah,
- b. Melakukan pengelolaan uang kas,
- c. Memeriksa uang layak edar dan tidak layak edar,
- d. Membuat laporan sesuai dengan ketentuan baik dari pihak internal maupun eksternal
- e. Melaksanakan standar layanan sesuai ketentuan.

- Konsumer

1. Menjalankan kegiatan pemasaran dan merekomendasikan produk-produk pembiayaan konsumen dan dana ritel kepada calon nasabah atau nasabah,
2. Menjalankan proses akuisisi terhadap calon nasabah pembiayaan consumer dan dana ritel,
3. Menindaklanjuti pengajuan pembiayaan consumer dan dana ritel oleh calon nasabah atau nasabah,
4. Menyusun proposal usulan pembiayaan permohonan calon nasabah atau nasabah secara akurat dan benar sesuai dengan ketentuan,
5. Menjalankan seluruh proses pembiayaan sesuai dengan SLA dan ketentuan yang berlaku,
6. Melaksanakan pemantauan dan pengendalian kualitas pembiayaan sesuai kelolaan,
7. Membuat laporan kunjungan dalam melakukan aktivitas *selling* atau *cross selling* baik kepada calon nasabah atau nasabah yang menjadi target market atau consumer.

- *Pawning*

1. Menjalankan kegiatan pemasaran & merekomendasikan produk-produk pawning dan dana kepada calon nasabah/nasabah,

2. Memastikan pencapaian target bisnis Gadai Emas yang telah ditetapkan meliputi: pembiayaan gadai dan *fee based income* gadai baik kuantitatif maupun kualitatif,
 3. Melakukan aktivitas marketing meliputi *telemarketing*, *marketing on site*, dan promosi lainnya untuk mencapai target bisnis yang ditetapkan dan meningkatkan hubungan bisnis antara bank dengan nasabah,
 4. Mengidentifikasi dan memitigasi *fraud* dan potensi risiko lainnya (pemalsuan emas, dll) yang dapat merugikan bank,
 5. Memastikan kepatuhan, tingkat kesehatan dan prudentialitas seluruh aktivitas gadai,
 6. Memastikan pelaksanaan Standar Layanan nasabah bisnis gadai emas,
 7. Memastikan ketepatan waktu dan akurasi pelaporan bisnis gadai emas (intern dan ekstern),
 8. Memastikan kelengkapan, kerapihan, dan keamanan dokumentasi sesuai ketentuan yang berlaku.
- *Funding*
 1. Melakukan identifikasi dan pemetaan potensi kompetensi penghimpunan dana/jasa layanan transaksional untuk mendukung pencapaian target bisnis cabang,
 2. Melaksanakan aktivitas penjualan atas nasabah eksisting yang dikelola mencakup *calling*, *visiting*, dan *closing*,

3. Melakukan pemasaran produk *funding* atau *transactional banking*: *cash management*, *trade finance*, *treasury*, giro, Tabungan, dan deposito kepada nasabah eksisting yang telah ditetapkan,
 4. Melakukan tindak lanjut komitmen bank kepada nasabah dari *closing* aktivitas penjualan,
 5. Membuat laporan kunjungan dalam melakukan aktivitas *selling* atau *cross selling* baik kepada calon nasabah atau nasabah yang menjadi target market.
- *Micro*
 1. Menjalankan kegiatan pemasaran dan merekomendasikan prosuk-produk bisnis mikro kepada calon nasabah atau nasabah,
 2. Menjalankan proses akuisisi terhadap calon nasabah pembiayaan mikro,
 3. Menindaklanjuti pengajuan pembiayaan mikro oleh calon nasabah atau nasabah,
 4. Mengulas profil, usaha, dan agunan calon nasabah pembiayaan mikro,
 5. Menyusun proposal usulan pembiayaan permohonan calon nasabah atau nasabah secara akurat dan benar sesuai dengan ketentuan,
 6. Menjalankan seluruh proses pembiayaan mikro sesuai dengan SLA dan ketentuan yang berlaku,
 7. Melaksanakan pemantauan dan pengendalian kualitas pembiayaan mikro sesuai dengan kelolaan.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian termasuk bagian penting dari suatu pengetahuan guna memainkan peran penting dalam pembangunan ilmu pengetahuan. Penelitian menempatkan posisi yang paling urgen di dalam ilmu pengetahuan, artinya untuk mengembangkan dan melindunginya dari kepunahan. Dalam hal ini, fungsi penelitian mempunyai kemampuan untuk *upgrade* ilmu pengetahuan sehingga tetap *up-to-date*, canggih, applied, dan aksiologis bagi masyarakat.

Metode penelitian adalah cara atau langkah-langkah sistematis yang digunakan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menyajikan data dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian atau untuk menguji hipotesis.

Menurut (Sugiyono, 2019:30) menyatakan bahwa, “Metode penelitian dan pengembangan data diartikan sebagai cara ilmiah untuk meneliti, merancang, memproduksi, dan menguji validitas produk yang telah dihasilkan.” Berdasarkan pengertian tersebut, kegiatan penelitian dan pengembangan dapat disingkat menjadi 4P (penelitian, perancangan, produksi, pengujian). Penelitian dan pengembangan sering disebut jembatan antara penelitian dasar dengan penelitian terapan.

3.2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dalam bentuk deskriptif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang (KC) Garut dalam menarik minat nasabah melalui produk tabungan emas. Menurut Sugiyono (2019:7) menyatakan

bahwa, “Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, gerak tubuh, ekspresi wajah, bagan, gambar dan foto.”

Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemahaman tentang bagaimana pihak bank merancang dan melaksanakan strategi pemasaran serta dampaknya terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan emas. Selain strategi pemasaran, penelitian ini juga membahas tentang minat nasabah dalam menggunakan produk tabungan emas BSI yang dideskripsikan dengan rinci semua hal yang berkaitan dengan minat nasabah. Penelitian kualitatif memungkinkan pengumpulan data yang lebih mendalam dan kontekstual melalui wawancara, observasi, serta analisis dokumen yang relevan.

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri. Oleh karena itu peneliti sebagai instrumen juga harus “divalidasi” seberapa jauh peneliti kualitatif siap melakukan penelitian yang selanjutnya terjun ke lapangan.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data atau menggunakan teknik triangulasi. Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada (Sugiyono 2019:242). Triangulasi teknik, berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber

yang sama. Dalam penelitian ini, digunakan lima teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, kuesioner, studi kepustakaan, dan studi dokumentasi.

1. Observasi (pengamatan)

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati, mencatat, serta dilakukan secara sengaja. Observasi dapat diartikan sebagai pengamatan, di mana peneliti mengamati fenomena-fenomena yang terjadi yang berkaitan dengan penelitian saat penelitian dilakukan. Observasi dilakukan dengan cara peneliti terlibat langsung dalam aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh pihak BSI KC Garut, seperti kegiatan promosi produk Tabungan Emas di kantor cabang, serta interaksi antara petugas bank yang berminat dengan produk tersebut. Melalui teknik observasi ini, peneliti dapat menangkap nuansa interaksi yang mungkin tidak tercakup dalam wawancara, serta mengidentifikasi elemen-elemen pemasaran yang secara langsung mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk ini.

2. Wawancara (*interview*)

Wawancara atau *interview* adalah teknik pengumpulan data dengan cara bertatap langsung antara pewawancara dengan informan. Wawancara dilakukan jika data yang diperoleh melalui observasi kurang mendalam dan penulis mengetahui hal-hal dari informan yang lebih. Menurut Sugiyono (2019:210), wawancara adalah teknik pengumpulan data di mana

pewawancara (peneliti atau yang diberi tugas melakukan pengumpulan data) dalam mengumpulkan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai. Dalam penelitian ini, wawancara bertujuan dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai strategi pemasaran yang diterapkan BSI KC Garut, tantangan yang dihadapi dalam menarik minat nasabah, serta persepsi nasabah terhadap produk tabungan emas. Proses wawancara ini dilakukan secara semi-terstruktur, di mana peneliti telah menyiapkan sejumlah pertanyaan pokok, namun tetap memberi ruang bagi responden untuk mengungkapkan pandangan atau pengalaman mereka lebih bebas dan mendalam.

3. Studi kepustakaan (*library research*)

Pengumpulan data melalui bahan pustaka menjadi bagian yang penting dalam penelitian ketika peneliti memutuskan untuk melakukan kajian pustaka dalam menjawab rumusan masalahnya. Pendekatan studi kepustakaan (*library research*) sangat umum dilakukan dalam penelitian karena penelitian tak perlu mencari data yang terjun langsung ke lapangan tapi cukup mengumpulkan dan menganalisis data yang tersedia dalam pustaka. Studi kepustakaan bertujuan untuk mengkaji teori-teori yang berkaitan dengan pemasaran produk, khususnya dalam sektor perbankan syariah, serta untuk menggali lebih dalam tentang konsep strategi pemasaran yang efektif dalam menarik minat nasabah. Selain itu, studi ini juga membantu peneliti untuk memahami penelitian-penelitian terdahulu mengenai tabungan emas, produk

investasi di bank, dan strategi komunikasi pemasaran yang digunakan untuk mempromosikan produk tersebut.

4. Studi dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu, bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumentasi dilakukan dengan menganalisis berbagai dokumen yang terkait dengan produk tabungan emas, seperti brosur, materi promosi, laporan penjualan dan data lainnya yang relevan. Melalui teknik ini, peneliti dapat memperoleh informasi terkait strategi pemasaran yang secara tertulis disampaikan oleh pihak bank dan bagaimana materi promosi disusun untuk menarik perhatian nasabah. Dokumentasi ini juga berguna untuk melihat sejauh mana strategi pemasaran yang diterapkan tercermin dalam materi komunikasi yang disampaikan kepada nasabah.

3.2.2.1 Jenis dan Sumber data

Data adalah elemen kunci dalam penelitian yang memungkinkan peneliti untuk menjawab pertanyaan, menguji hipotesis, dan menarik kesimpulan yang valid. Dengan memahami jenis-jenis data, sumbernya, dan proses pengumpulannya, peneliti dapat merancang studi yang lebih efektif dan menghasilkan temuan yang bermanfaat.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti untuk tujuan penelitian tertentu.

3.2.2.2 Penentuan Sampel

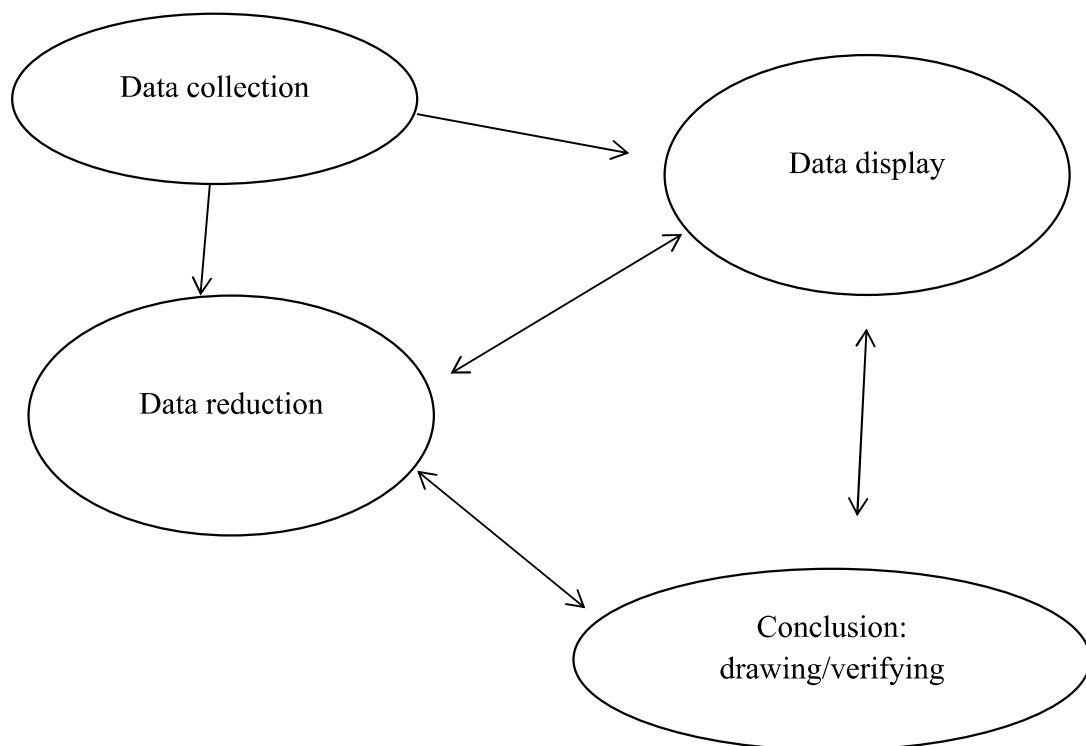
Menurut Sugiyono (2019:131) sampel penelitian adalah faktor dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak memungkinkan mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus bentuk-bentuk representatif (mewakili).

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik *sampling* yang digunakan. Dalam penelitian ini teknik *sampling* yang digunakan adalah *probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. (Sugiyono, 2019:142). Adapun untuk jenis *sampling* yang digunakan adalah *simple random sampling*, yang mana merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

3.2.3 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit,

melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.



Gambar 1.2 Analisis Data Model Interaktif

Sumber: (Sugiyono, 2019)

Berdasarkan gambar tersebut, penelitian ini menggunakan analisis data interaktif model Miles dan Huberman, yang dibagi menjadi tiga macam aktivitas dalam analisis data kualitatif, yaitu:

1. Reduksi data (*data reduction*)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfo

kuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis data dengan cara mereduksi data, memilih hal-hal pokok, dan memfokuskan hal-hal yang penting untuk penelitian ini.

2. Penyajian data (*data display*)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan lain-lain. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3. Verifikasi (*conclusion drawing*)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.