

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek dalam penelitian ini yaitu Strategi *direct marketing* yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Tasikmalaya HZ Mustofa dalam memasarkan produk Mitraguna.

##### **3.1.1 Gambaran Umum PT Bank Syariah Indonesia**

Industri perbankan di Indonesia mencatat sejarah baru dengan hadirnya PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang secara resmi lahir pada 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H. Presiden Joko Widodo secara langsung meresmikan bank syariah terbesar di Indonesia tersebut di Istana Negara.

BSI merupakan bank hasil merger antara PT Bank BRI syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank 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. Selanjutnya, pada 1 Februari 2021, Presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI.

Komposisi pemegang saham BSI adalah PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85%, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25%. Sisanya adalah pemegang saham yang masing-masing di bawah 5%.

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 (Rahmatan Lil ‘Aalamiin).

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.

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.

### **3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan**

Adapun visi dan misi bank Syariah Indonesia, sebagai berikut:

#### **A. Visi:**

Top 10 Global Islamic Bank.

#### **B. Misi:**

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.

2. Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
3. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.
4. Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
5. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.
6. Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

### **3.1.3 Statement Budaya Perusahaan**

#### **AKHLAK:**

1. Amanah  
Kami memegang teguh kepercayaan yang diberikan.
2. Kompeten  
Kami terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.
3. Harmonis  
Kami saling peduli dan menghargai perbedaan.
4. Loyal  
Kami berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara.
5. Adaptif  
Kami terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan.

## 6. Kolaboratif

Kami membangun kerja sama yang sinergis.

Maksud dari 6 point diatas yaitu:

### 1. Amanah

Bank BSI mengutamakan kepercayaan yang diberikan oleh nasabah, mitra, dan pihak-pihak terkait. Dengan fokus pada transparansi, integritas, dan profesionalisme. BSI bertekad untuk melaksanakan setiap amanah dengan tanggung jawab penuh sesuai dengan prinsip syariah.

### 2. Kompeten

BSI secara aktif berusaha untuk meningkatkan kualitas tenaga kerja dan layanan perbankan syariah melalui pembelajaran, inovasi, dan pengembangan kemampuan guna memberikan layanan terbaik bagi masyarakat.

### 3. Harmonis

Dalam menjalankan operasionalnya, BSI mengadopsi nilai kebersamaan dengan menghargai perbedaan dan menekankan pentingnya kepedulian sesama. Bank ini menciptakan lingkungan kerja yang inklusif dan menjaga hubungan baik dengan nasabah serta mitra bisnis.

### 4. Loyal

BSI berkomitmen kuat terhadap kepentingan bangsa dan negara dengan menyediakan layanan perbankan syariah yang tidak hanya menguntungkan, tetapi juga berkontribusi untuk kemajuan ekonomi nasional dan kesejahteraan masyarakat.

#### 5. Adaptif

Dalam menghadapi perkembangan zaman dan perubahan kebutuhan masyarakat, BSI terus berinovasi dalam produk dan layanan. Sikap terbuka terhadap teknologi dan semangat dalam menyongsong perubahan menjadi bagian dari strategi bank untuk tetap relevan dan bersaing.

#### 6. Kolaboratif

BSI meyakini bahwa keberhasilan diraih melalui sinergi dan kerjasama yang baik, baik dalam perusahaan maupun dengan pihak luar. Dengan membentuk hubungan yang saling menguntungkan, BSI berusaha menciptakan ekosistem perbankan syariah yang kuat dan memiliki daya saing tinggi.

### 3.1.4 Logo dan Makna

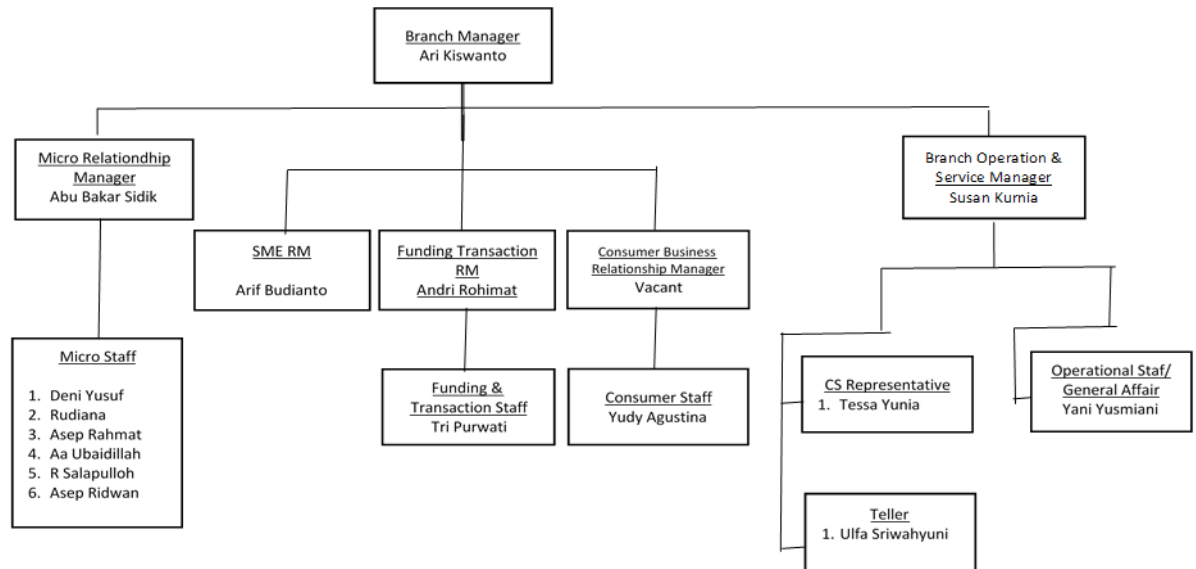


**Gambar 3. 1**  
**Logo Bank Syariah Indonesia**

**Sumber:** <https://www.bankbsi.co.id/>

Makna logo Bank Syariah Indonesia mencantumkan gambar bintang diatas huruf I dengan warna terang. Bintang itu didesain memiliki lima sudut yang memiliki arti khusus. Di bawah tulisan BSI disematkan kata “Bank Syariah Indonesia”. Filosofi yang terkandung dalam bintang kuning bersudut 5 mempresentasikan 5 sila Pancasila dan 5 rukun Islam. Tulisan BSI menjadi representasi Indonesia baik di tingkat nasional maupun di tingkat global.

### 3.1.5 Struktur Organisasi



**Gambar 3. 2**  
**Struktur organisasi BSI KCP Tasikmalaya HZ Mustofa**

**Sumber:** BSI KCP Tasikmalaya HZ Mustofa

### 3.1.6 Job Description

Susunan *job deskripsi* pegawai Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tasikmalaya Hz Mustofa terdiri dari:

#### 1. Branch Manager

- 1) Memastikan tercapainya target laba dan kinerja bisnis segmen bisnis pembiayaan (*micro, business banking, consumer*), 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 portfolio pembiayaan, penghimpunan dana pihak ketiga, perbaikan kualitas pembiayaan, 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.
- 6) Memastikan implementasi standar layanan nasabah berjalan sesuai dengan ketentuan.
- 7) Memastikan pengendalian kualitas dan risiko operasional.
- 8) Menindaklanjuti setiap temuan audit (*intern/ekstern*).
- 9) Menganalisa dan mereview sasaran kinerja seluruh bawahan.
- 10) Memonitor pelaporan baik internal dan eksternal.
- 11) Memonitor pelaksanaan prinsip Anti Pencucian Uang (APU) dan Pencegahan Pendanaan Teroris (PPT).

## 2. *Micro Relationship Manager*

- 1) Menjalankan kegiatan pemasaran & merekomendasikan produk-produk bisnis mikro kepada calon nasabah/nasabah
- 2) Menjalankan proses akuisisi terhadap calon nasabah pembiayaan mikro.
- 3) Menindaklanjuti pengajuan pembiayaan mikro oleh calon nasabah/nasabah
- 4) Mengulas profil, usaha, dan agunan calon nasabah pembiayaan mikro.
- 5) Menyusun proposal usulan pembiayaan permohonan calon nasabah/nasabah secara akurat dan benar sesuai ketentuan

- 6) Menjalankan seluruh proses pembiayaan mikro sesuai dengan SLA dan ketentuan yang berlaku
- 7) Memelihara hubungan baik dengan calon nasabah/ nasabah mikro
- 8) Melaksanakan pemantuan dan pengendalian kualitas pembiayaan mikro sesuai kelolaan.

### 3. *Branch Opration & Service Manager*

- 1) Memperbaiki dan meningkatkan standar layanan *branch office*.
- 2) Meningkatkan kualitas penanganan penyelesaian *handling complaint*.
- 3) Memonitor pengelolaan aktivitas umum, pembukuan, transaksi kliring dan kegiatan operasional lainnya agar berjalan lancar dan sesuai dengan ketentuan.
- 4) Memonitor terkait terkait pengelolaan kas.
- 5) Bertanggung jawab terhadap pengelolaan (penyimpanan, pengambilan dan pengeluaran) agunan Gadai Emas.
- 6) Mengecek dan melakukan *review* uji kualitas terhadap karatase dan berat agunan emas sesuai PTO Penaksiran Emas.
- 7) Mengelola aktifitas layanan *financing operation* pada masa transisi.
- 8) Mengelola dan memonitor kegiatan analisa / pelayanan nasabah dengan implementasi Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme (APU-PPT).
- 9) Melaksanakan tugas dan tanggung jawab lainnya sebagaimana diatur dalam ketentuan internal Bank, serta memenuhi prinsip kehati-hatian,



*sharia compliance* dan tidak bertentangan dengan GCG (*Good Corporate Governance*).

#### 4. *SME Relationship Manager*

- 1) Menjalankan kegiatan pemasaran produk-produk bisnis SME kepada calon nasabah/nasabah.
- 2) Mengidentifikasi permasalahan dan kebutuhan nasabah sehingga dapat merekomendasikan suatu solusi atau produk SME
- 3) Bertanggung jawab atas seluruh aktivitas sebagai berikut:
- 4) *Collecting* data/dokumen serta verifikasi permohonan baru, perpanjangan pembiayaan dan tambahan limit pembiayaan restruktur.
- 5) Menyusun Nota Analisa debitur baru, perpanjangan, tambahan limit *debitur eksisting*, dan penanganan pembiayaan bermasalah kolektibilitas 1 dan 2.
- 6) Melakukan OTS ke tempat usaha dan jaminan calon debitur untuk meyakini informasi dan kondisi usaha nasabah (*trade checking dan investigasi*), serta membuat *call report* calon nasabah dan nasabah eksisting, sesuai ketentuan.
- 7) Memenuhi kelengkapan data keputusan Komite Pembiayaan/Pemegang Kewenangan yang tertuang dalam SP3 dan Akad.
- 8) Melakukan monitoring dan *review* kondisi nasabah secara periodik.
- 9) Melakukan penagihan (*collection*) nasabah sesuai kelolaan.
- 10) Memonitor dan memelihara kualitas portfolio pembiayaan SME kelolaan.

- 11) Memelihara hubungan baik dengan calon nasabah/ nasabah SME.
- 12) Melaksanakan tugas dan tanggung jawab lainnya sebagaimana diatur dalam ketentuan internal Bank, serta memenuhi prinsip kehati-hatian, *sharia compliance* dan tidak bertentangan dengan *GCG (Good Corporate Governance)*.

5. *Consumer Business Relationship Manager*

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

- 9) Melaksanakan kegiatan analisa / pelayanan nasabah dengan implementasi Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme (APU-PPT).
- 10) Melaksanakan tugas dan tanggung jawab lainnya sebagaimana diatur dalam ketentuan internal Bank, serta memenuhi prinsip kehati-hatian, *sharia compliance* dan tidak bertentangan dengan *GCG (Good Corporate Governance)*.

#### 6. *Operational Staff*

- 1) Melakukan aktivitas transaksi kliring (SKNBI), transaksi transfer keluar, kliring keluar, dan masuk sesuai dengan ketentuan yang berlaku
- 2) Melaksanakan transaksi domestik dan kliring lainnya (*payroll, payment point*, pelimpahan transaksi valas) sesuai ketentuan yang berlaku.
- 3) Melakukan transaksi pembukuan, pencairan pembiayaan, pembayaran bagi hasil pembiayaan, biaya-biaya dan pembukuan lainnya
- 4) Memelihara administrasi dan dokumentasi seluruh transaksi.
- 5) Melakukan pemeriksaan atas kebenaran dan kewajaran pencatatan laporan keuangan
- 6) Melaksanakan aktivitas administrasi penutupan asuransi seluruh aset milik bank.
- 7) Mengelola penyimpanan dan pengambilan agunan dalam brankas besar di ruang khasanah secara *dual custody* dengan BOSM.
- 8) Menyediakan alat-alat penaksiran untuk *review* uji kualitas oleh BOSM terhadap karatase dan berat agunan emas.

- 9) Melaksanakan tugas dan tanggung jawab lainnya sebagaimana diatur dalam ketentuan internal bank.
- 10) Melaksanakan tugas dan tanggung jawab lainnya sebagaimana diatur dalam ketentuan internal bank, serta memenuhi prinsip kehati-hatian, *sharia compliance* dan tidak bertentangan dengan *GCG (Good Corporate Governance)*.

#### 7. *Customer Service Representative*

- 1) Melakukan aktivitas layanan pembukaan dan penutupan rekening kepada nasabah dan calon Nasabah
- 2) Menyerahkan dokumen berharga bank kepada nasabah berupa buku tabungan, kartu ATM, bilyet deposito dan lainnya
- 3) Melakukan aktivitas layanan penggunaan *e-channel* dan transaksi lainnya kepada nasabah.
- 4) Memproses transaksi haji dan umroh.
- 5) Melakukan aktivitas *cross selling* produk dana, jasa dan pembiayaan.
- 6) Memelihara persediaan dokumen berharga.
- 7) Melakukan dan memproses penyelesaian pengaduan nasabah.
- 8) Melakukan penginputan dan maintenance data nasabah.
- 9) Membuat laporan baik dari pihak internal maupun pihak eksternal.
- 10) Melaksanakan prinsip *Know Your Customer (KYC)* dan Anti Pencucian Uang (APU) dan Pencegahan Pendanaan Teroris (PPT).

#### 8. *Teller*

- 1) Melakukan layanan transaksi dana baik tunai dan non tunai berdasarkan kebutuhan transaksi nasabah
- 2) Melakukan pengelolaan uang kas.
- 3) Memeriksa uang layak edar dan uang tidak layak edar
- 4) Membuat laporan sesuai dengan ketentuan baik dari pihak internal maupun pihak eksternal
- 5) Melaksanakan prinsip Anti Pencucian Uang (APU) dan Pencegahan Pendanaan Teroris (PPT)
- 6) Melaksanakan standar layanan sesuai ketentuan.
- 7) Melaksanakan tugas dan tanggung jawab lainnya sebagaimana diatur dalam ketentuan internal bank, serta memenuhi prinsip kehati-hatian, *sharia compliance* dan tidak bertentangan dengan *GCG (Good Corporate Governance)*.

#### 9. *Consumer Staff*

- 1) Melakukan aktivitas sales seperti presentasi, *canvassing*, dan menjelaskan produk, biaya serta program guna mencapai target pencairan.
- 2) Melakukan tindak lanjut komitmen bank kepada nasabah dari closing aktivitas penjualan.
- 3) Mengumpulkan aplikasi pembukaan rekening nasabah sesuai ketentuan dan SLA.

- 4) Membuat laporan kunjungan dalam melakukan aktivitas *selling* atau *cross selling* baik kepada nasabah maupun calon nasabah yang menjadi target market atau *customer*-nya.
- 5) Melaksanakan kegiatan analisa / pelayanan nasabah dengan implementasi Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme (APU-PPT).
- 6) Melaksanakan tugas dan tanggung jawab lainnya sebagaimana diatur dalam ketentuan internal Bank, serta memenuhi prinsip kehati-hatian, *sharia compliance* dan tidak bertentangan dengan *GCG (Good Corporate Governance)*.

#### 10. *Funding Transaction Staff*

- 1) Melakukan identifikasi dan pemetaan potensi kompetisi 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 nasabah maupun calon nasabah yang menjadi target market atau *customer*-nya.
- 6) Melaksanakan kegiatan analisa / pelayanan nasabah dengan implementasi Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme (APU-PPT).
- 7) Melaksanakan tugas dan tanggung jawab lainnya sebagaimana diatur dalam ketentuan internal Bank, serta memenuhi prinsip kehati-hatian, *sharia compliance* dan tidak bertentangan dengan *GCG (Good Corporate Governance)*.

#### 11. *Micro Staff*

- 1) Menjalankan kegiatan pemasaran dan merekomendasikan produk-produk bisnis mikro kepada calon nasabah/nasabah.
- 2) Menjalankan proses akuisisi terhadap calon nasabah pembiayaan mikro.
- 3) Menindaklanjuti pengajuan pembiayaan mikro oleh calon nasabah/nasabah.
- 4) Mengulas profil, usaha, dan agunan calon nasabah pembiayaan mikro.
- 5) Menyusun proposal usulan pembiayaan permohonan calon nasabah/nasabah secara akurat dan benar sesuai ketentuan.
- 6) Menjalankan seluruh proses pembiayaan mikro sesuai dengan SLA dan ketentuan yang berlaku.
- 7) Memelihara hubungan baik dengan calon nasabah/ nasabah bisnis mikro menggunakan asas profesionalitas.

- 8) Melaksanakan pemantuan dan pengendalian kualitas pembiayaan mikro sesuai kelolaan.

### **3.1.7 Jaringan Usaha Perusahaan**

Jaringan usaha kegiatan dan kinerja usaha PT Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya HZ Mustofa:

1. Kantor Pusat PT Bank Syariah Indonesia Kantor Pusat Gedung The Tower.  
Jl. Gatot Subroto No. 27 Jakarta Selatan 12930 Telp:(021) 30405999 Fax:  
(021) 30421888.
2. Kantor Regional Bandung.  
Jl. Asia Afrika No.174, Paledang, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40261 Telepon: (022) 20545906.
3. Kantor Area Cirebon.  
Jl. DR. Cipto Mangunkusumo No.89, 17 Pekiringan, Kec. Kesambi, Kota Cirebon, Jawa Barat 45111 Telepon: (0622) 31202760.
4. Kantor Cabang Tasikmalaya Sutisna Senjaya  
Jl. Sutisna Senjaya No.76 - 78, Empangsari, Kec. Tawang, Kab. Tasikmalaya, Jawa Barat 46113 Telepon: (0265) 312999.
5. Kantor Cabang Pembantu Tasikmalaya Masjid Agung.  
Jl. Mesjid Agung Blok Kaum Kaler No.26, Yudanagara, Kec. Cihideung, Kab. Tasikmalaya, Jawa Barat 46112 Telepon: (0265) 2354002
6. Kantor Cabang Pembantu Tasikmalaya Unsil  
Univ. Siliwangi Tasikmalaya, Jl. Siliwangi No.24 (0265) 328613.
7. Kantor Cabang Pembantu Singaparna.



Jl. Raya Tim. No.74, Sukamulya, Kec. Singaparna, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat 46416 Telepon: (0265) 545090.

8. Kantor Cabang Pembantu Ciawi Jl. Raya Sumedang - Cibeureum 18 No.302, Pakemitan, Kec. Ciawi, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat 46156.

### **3.1.8 Pembiayaan Mitraguna**

Pembiayaan Mitraguna *Online* adalah layanan pembiayaan secara online yang dapat digunakan untuk ragam kebutuhan (Multiguna) yang halal, dengan sumber pembayaran dari gaji/pendapatan pegawai tetap (*payroll* melalui Bank Syariah Indonesia) dan tanpa menggunakan agunan. Pembiayaan mitraguna online menggunakan Akad *Refinancing Syariah* dengan skema *Al-Bai'* dalam rangka *Musyarakah Mutanaqishah (MMQ)*. Keunggulan mitraguna *online* yaitu proses mudah dan cepat, limit pembiayaan s.d. 100 juta, tenor s.d 8 tahun (96 bulan) dan dapat diakses kapanpun.

Produk BSI Mitraguna Berkah, menawarkan limit pembiayaan hingga 1,5 miliar dengan jangka waktu hingga 15 tahun. Produk ini juga tidak memerlukan agunan dan ditujukan untuk memenuhi berbagai kebutuhan konsumtif serta memberikan kemudahan bagi pegawai *payroll* BSI. Keunggulannya yaitu limit pembiayaan s.d 1.5 miliar, jangka waktu pembiayaan s.d 15 tahun, angsuran tetap s.d lunas tanpa agunan, dan proses mudah.

Adapun syarat dan ketentuan melakukan pembiayaan Mitraguna yaitu:

1. WNI cakap hukum.

2. Usia minimal 21 tahun dan maksimal 52 tahun pada saat jatuh tempo pembiayaan.
3. Pegawai tetap dan ber-*payroll* dengan BSI.
4. Memiliki *BSI Mobile*.
5. Belum memiliki pembiayaan eksisting jenis mitraguna *online* hingga Rp100 Juta.
6. Riwayat Pembiayaannya lancar.

Biaya – Biaya:

1. Biaya Administrasi 0,5% x plafon pembiayaan (sesuai pengajuan pembiayaan).
2. Biaya Asuransi (sesuai pengajuan pembiayaan).
3. Biaya Materai: Rp10.000.

### **3.2 Metode Penelitian**

#### **3.2.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Menurut Sugiyono (2015), data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, skema, dan gambar. Pendekatan ini dipilih karena sejalan dengan fokus penelitian, yaitu untuk mengeksplorasi secara menyeluruh bagaimana strategi direct marketing diterapkan dalam memasarkan produk Mitraguna di PT Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya HZ Mustofa, serta sejauh mana efektivitas strategi tersebut.

Menurut Sugiyono (2019), Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih

tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain

Pendekatan kualitatif bersifat interpretatif, yang bertujuan menggali makna dan pemahaman terhadap peristiwa atau praktik pemasaran langsung di lingkungan bank tersebut. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh informasi yang mendalam mengenai realitas yang terjadi, termasuk bagaimana nasabah merespons strategi pemasaran serta berbagai dinamika yang mempengaruhinya.

Metode deskriptif digunakan untuk menyajikan data dan temuan lapangan secara rinci, akurat, dan faktual. Metode ini membantu peneliti mendeskripsikan:

1. Proses pelaksanaan *direct marketing* produk Mitraguna oleh pihak bank.
2. Berbagai faktor yang menunjang maupun menghambat pelaksanaannya.
3. Tingkat efektivitas strategi tersebut dalam membangun ketertarikan dan loyalitas nasabah.

### **3.2.2 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga teknik utama untuk mengumpulkan data, yaitu wawancara langsung, observasi, dan dokumentasi. Ketiga teknik ini dipilih untuk mendapatkan informasi yang mendalam, menyeluruh, serta akurat terkait penerapan strategi *direct marketing* di BSI KCP Tasikmalaya HZ Mustofa.

#### **1. Wawancara Langsung**

Wawancara dilakukan secara langsung kepada informan yang dianggap memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam pelaksanaan strategi pemasaran langsung, khususnya untuk produk Mitraguna. Informan utama dalam penelitian ini adalah staf bagian marketing, pimpinan cabang, serta

beberapa nasabah yang pernah menjadi sasaran dari strategi direct marketing tersebut. Wawancara dilakukan agar peneliti mendapatkan data yang sesuai dengan kebutuhan penelitian, namun tetap terbuka terhadap informasi tambahan yang relevan.

## 2. Observasi

Teknik observasi digunakan untuk mengamati secara langsung proses pelaksanaan kegiatan pemasaran langsung di lingkungan kerja PT Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya HZ Mustofa. Peneliti mengamati interaksi antara pihak bank dengan calon nasabah, cara penyampaian informasi produk Mitraguna, serta suasana dan respons selama proses pemasaran berlangsung. Observasi ini membantu peneliti memahami konteks dan situasi secara nyata, serta memperkuat data yang diperoleh melalui wawancara.

## 3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data tertulis atau visual yang berkaitan dengan objek penelitian. Dokumen yang dikumpulkan diantaranya brosur produk Mitraguna, laporan kegiatan pemasaran, arsip komunikasi pemasaran (seperti pesan *WhatsApp*, *e-mail* promosi), serta foto kegiatan yang mendukung pelaksanaan strategi *direct marketing*. Dokumentasi ini berfungsi sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil wawancara dan observasi.

Melalui kombinasi ketiga teknik ini, peneliti dapat memperoleh data yang lebih lengkap, kredibel, dan saling menguatkan, sehingga hasil penelitian menjadi lebih valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

### **3.2.2.1 Jenis dan Sumber Data**

#### **1. Jenis data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif. Data kualitatif sendiri adalah data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka. Jenis data kualitatif yang diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan *branch manager*, tim marketing serta nasabah BSI KCP Tasikmalaya HZ Mustofa juga melalui sumber-sumber lain seperti buku, jurnal, maupun penelitian terdahulu. Membahas mengenai implementasi *direct marketing*, efektivitas *direct marketing* dalam pemasaran produk mitraguna BSI KCP Tasikmalaya HZ Mustofa, analisis faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan *direct marketing*, serta upaya menangani hambatan *direct marketing* pembiayaan mitraguna, data tersebut dijadikan sebagai bahan referensi oleh penulis untuk menyusun laporan penelitian Tugas Akhir ini.

#### **2. Sumber data**

Pada metode kualitatif, kegiatan pengumpulan data dilakukan secara sistematis dan terarah kepada tujuan yang diperlukan dalam memperoleh informasi. Beberapa sumber data yang akan dimanfaatkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian baik secara perorangan, kelompok, dan atau organisasi. Hasil data yang diperoleh berupa hasil observasi dan wawancara.

Dalam penelitian ini, penulis memperoleh data primer dari hasil wawancara mendalam dan observasi langsung terhadap beberapa narasumber yang terlibat langsung dengan apa yang menjadi pembahasan dalam penelitian ini yaitu *branch manajer*, tim marketing, dan nasabah BSI KCP Taikmalaya HZ Mustofa.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau data yang diperoleh dari media perantara seperti artikel, buku, dan jurnal penelitian, tetapi data sekunder adalah data yang dapat dimanfaatkan kembali dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data sekunder yang bersumber dari buku, artikel, maupun jurnal penelitian terdahulu.

### 3.2.2.2 Penentuan Sempel

Dalam penelitian kualitatif, penentuan sampel dilakukan secara *purposive* atau bertujuan, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang dinilai paling mengetahui dan memahami topik yang diteliti. Sampel tidak ditentukan berdasarkan jumlah, melainkan pada kualitas informasi yang dapat diberikan oleh informan untuk menjawab rumusan masalah.

Peneliti menetapkan tiga kategori informan sebagai sumber data utama, yaitu:

### 1. Pimpinan Cabang (*Branch Manager*)

Karena memiliki peran strategis dalam perencanaan, pengawasan, dan evaluasi pelaksanaan strategi *direct marketing* di BSI KCP Tasikmalaya HZ Mustofa. Informasi dari pimpinan cabang dibutuhkan untuk mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai arah kebijakan dan efektivitas program pemasaran Mitraguna.

### 2. Tim Marketing

Informan dari tim marketing dipilih karena mereka adalah pelaksana langsung strategi *direct marketing* di lapangan. Mereka memiliki pengalaman teknis dan praktis dalam menggunakan berbagai metode pemasaran seperti *whatsapp blast*, *personal selling*, telepon, dan pengiriman surat. Data dari tim ini penting untuk memahami proses, kendala, serta respon dari calon nasabah.

### 3. Nasabah Mitraguna

Sampel dari nasabah dipilih berdasarkan mereka yang pernah menjadi sasaran *direct marketing* dan telah atau belum melakukan pembiayaan Mitraguna. Pemilihan ini bertujuan untuk menggali persepsi, pengalaman, serta tanggapan mereka terhadap strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak bank.

Jumlah informan tidak ditentukan secara pasti di awal, namun akan disesuaikan dengan prinsip kecukupan informasi (*saturation*), yakni proses pengambilan data dihentikan jika informasi yang diperoleh sudah dianggap cukup, tidak lagi ditemukan data atau perspektif baru yang signifikan.

### 3.3.3 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yaitu proses analisis yang bertujuan untuk memahami dan menggambarkan fenomena yang diteliti berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis dilakukan secara sistematis melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

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 Efektivitas *Direct Marketing* Dalam Pemasaran Produk Mitraguna.

2. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Menurut 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. Tahap pertama adalah merangkum dan menyederhanakan data mentah yang telah dikumpulkan dari lapangan. Peneliti memilih data yang relevan dengan fokus penelitian, yaitu penerapan dan efektivitas direct marketing dalam pemasaran produk Mitraguna. Data



yang tidak relevan atau berulang dieliminasi agar analisis menjadi lebih fokus dan terarah.

3. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data dirangkum, peneliti menyajikan data dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, atau kutipan hasil wawancara untuk mempermudah pemahaman dan penarikan kesimpulan. Penyajian data dilakukan berdasarkan tema atau kategori tertentu seperti strategi *direct marketing*, hambatan, faktor pendukung, serta indikator efektivitas.

4. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing and Verification*)

Langkah terakhir adalah menarik kesimpulan berdasarkan data yang telah dianalisis. Penarikan Kesimpulan adalah interpretasi atau mengemukakan makna dari data yang disajikan. Penarikan Kesimpulan bertujuan untuk mencari makna data yang sudah dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan dan juga perbedaan yang nantinya hasil kesimpulan ini dapat menjadi jawaban atas permasalahan yang ada.