

**PERAN PEMBERIAN HADIAH DALAM PENINGKATAN
MINAT PENABUNG DI PT. BPR NUSAMBA RAMBIPUJI
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh:

WINDI WAHYUNI YATI
NIM. E20151027

Disetujui Pembimbing

Ahmadiono, M.E.I
NIP. 197604012003121005

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
OKTOBER 2019**

**PERAN PEMBERIAN HADIAH DALAM PENINGKATAN
MINAT PENABUNG DI PT. BPR NUSAMBA RAMBIPUJI
KABUPATEN JEMBER**

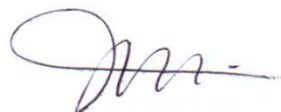
SKRIPSI

Diajukan kepada institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh:

WINDI WAHYUNI YATI
NIM. E20151027

Disetujui Pembimbing



Ahmadiono, M.E.I
NIP. 197604012003121005

**PERAN PEMBERIAN HADIAH DALAM PENINGKATAN
MINAT PENABUNG DI PT. BPR NUSAMBA RAMBIPUJI
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Rabu
Tanggal : 23 Oktober 2019

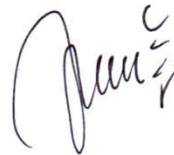
Tim Penguji

Ketua



Daru Anondo, SE., M.Si
NIP. 197503032009011009

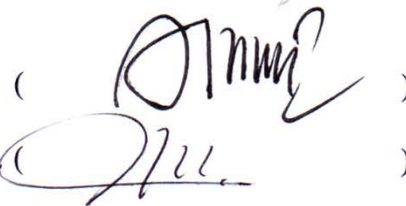
Sekretaris



Hikmatul Hasanah, S.E.I., M.E.
NUP. 201708173

Anggota:

1. Dr. Abdul Rokhim, M.E.I
2. Ahmadiono, S.Ag., M.E.I



Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si.
NIP. 196808072000031001

MOTTO

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ ۖ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا ۗ فَإِذَا جَاءَ وَعْدُ
الْآخِرَةِ لِيَسُوءُوا وُجُوهَكُمْ وَلِيَدْخُلُوا الْمَسْجِدَ كَمَا دَخَلُوهُ أَوَّلَ مَرَّةٍ
وَلِيُتَبَّرُوا مِمَّا عَلَّمُوا تَتَبِيرًا^١

Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik untuk dirimu sendiri. Dan jika kamu berbuat jahat, maka (kerugian kejahatan) itu untuk dirimu sendiri. Apabila datang saat hukuman (kejahatan) yang kedua, (Kami bangkitkan musuhmu) untuk menyuramkan wajahmu lalu mereka masuk kedalam masjid (Masjidil aqso), sebagaimana ketika mereka emasukinya pertama kali dan mereka membinasakan apa saja yang mereka kuasai (Al-Isra': 7)

¹ Departemen Agama RI, *Al qur'an dan Terjemah* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010), 282

PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT atas taburan cinta dan kasih sayang-Mu yang telah memberikanku kekuatan dan membekaliku dengan ilmu. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Ayah dan Ibu (Mujiono dan Nanik Sugiarningsih) yang selama ini sudah memberikan dukungan berupa do'a restu, selalu memberikan rasa ikhlas penuh kasih sayang dalam mendidik dan memberikan semangat dan motivasi.
2. Keluarga besarku, adikku Della Yunita Anggraeni dan calon suamiku Mohammad Affan Mas'udi terimakasih banyak atas semua do'a dan dukungannya selama penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak dan ibu dosen pembimbing, penguji dan pengajar yang telah ikhlas membimbing, menguji dan mengajarkan banyak ilmu pengetahuan.
4. Keluarga besar seperjuangan angkatan 2015 Perbankan Syariah dan rekan-rekan para pejuang toga khususnya Maliva Farah Nur Haliza, Ummu Khudzaifah Ansita Devi Ardilla, Linda Agesta, Dika Fahrina Asyari, Achmad Mahrudin, dan Bahrudin Nur Salam yang selalu memberikan doa, semangat juga dukungan.
5. Keluarga Unit Kegiatan Olahraga (UKOR)
6. Keluarga Asrama Putri Nusantara.
7. Serta Almamater Institut Agama Islam Negeri Jember dan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam tercinta.

KATA PENGANTAR



Segenap puji syukur penulis sampaikan kepada Allah Swt, karena atas ahmat karuniaNya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana, dapat terselesaikan dengan lancar.

Terselesainya skripsi ini tentu adanya dorongan semangat dan do'a, serta rasa tanggung jawab dari sebuah tugas yang dipikul oleh penulis. Namun selesainya skripsi ini bukan berarti menjadi akhir dari sebuah pencarian ilmu pengetahuan, akan tetapi menjadi langkah awal dari sebuah proses kehidupan untuk menuju insan yang lebih baik. Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu penulis menyadari dan menyampaikan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Babun Suharto, SE.MM., selaku Rektor IAIN Jember yang telah memberikan segala fasilitas yang membantu kelancaran atas terselesainya skripsi ini.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si. Selaku Dekan sekaligus dosen penasehat Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember.
3. Ibu Hj. Nurul Setianingrum, S.E., MM selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember. Bapak M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam IAIN Jember yang telah memberikan segala fasilitas yang membantu kelancaran atas terselesainya skripsi ini.
4. Bapak Ahmadiono, S,Ag., M.E.I selaku Dosen Pembimbing yang telah mengarahkan dan membimbing proses penyelesaian skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu dosen beserta staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember yang telah mengajarkan ilmu pengetahuannya dan turut membantu kelancaran penelitian ini.
6. Bapak Rofi'ul Qomar, SE selaku Pimpinan PT. BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember dan segenap karyawan yang telah memberikan izin sekaligus membantu kelancaran penelitian yang dilaksanakan oleh penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaa penulisan skripsi ini. Akhirnya, semoga amal baik yang telah Bapak/Ibu berikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah.

Jember, 29 Agustus 2019

Windi Wahyuni Yati
NIM: E20151027

IAIN JEMBER

ABSTRAK

Windi Wahyuni Yati. Ahmadiono, S.Ag.,M.E.I, 2019: “*Peran Pemberian Hadiah dalam Peningkatan Minat Penabung di PT. BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember*”.

Hadiah adalah sesuatu yang diberikan atas kesempatan untuk memenangkan uang kas, perjalanan atau barang dagang sebagai hasil membeli sesuatu. Dalam upaya menarik minat nasabah untuk menabung di lembaga keuangan dilakukan berbagai upaya. Salah satunya yaitu menerapkan promosi penjualan merupakan bauran promosi periklanan, penjualan tatap muka, publisitas dan periklanan langsung. Promosi penjualan berbagai kumpulan alat-alat insentif yang beragam biasanya berjangka waktu pendek, dirancang untuk mendorong pembelian suatu produk atau jasa tertentu secara lebih cepat dan atau lebih besar oleh konsumen atau pedagang.

Fokus masalah dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana mekanisme pemberian hadiah pada BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember? 2) Bagaimana peran pemberian hadiah dalam meningkatkan minat penabung pada BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember?

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mendeskripsikan mekanisme pemberian hadiah pada BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember. 2) Untuk mendeskripsikan peran pemberian hadiah dalam meningkatkan minat penabung pada BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Penentuan subjek penelitian menggunakan teknik *purposive*. Teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun analisis data dalam skripsi ini melalui tiga langkah yaitu kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Sedangkan untuk keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 1. Mekanisme pemberian hadiah pada BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember terdiri dari tiga bagian yaitu: a) Hadiah Berbasis Poin yakni nasabah dapat menjadi peserta program hadiah harus memenuhi ketentuan poin yang telah ditetapkan. b) Periode Perhitungan Poin yakni diakumulasikan dari bulan Januari sampai Desember dan c) Pengundian Hadiah yakni dilaksanakan pada bulan Februari dan per wilayah provinsi. 2. Peran pemberian hadiah dalam meningkatkan minat penabung pada BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember yaitu: a) sebagai sarana periklanan, b) sebagai ucapan terimakasih kepada nasabah, c) sebagai alat untuk mempertahankan nasabah yang lama ataupun mendapatkan nasabah baru. d) untuk meningkatkan loyalitas nasabah, dan e) untuk menyiratkan citra yang baik kepada nasabah.

Kata Kunci: Peran Pemberian Hadiah

ABSTRACT

Windi Wahyuni Yati. Ahmadiono, S.Ag.,M.E.I, 2019: *“The Role of Awarding the Prize in the Enhancement of the Savers Interest in PT. BPR Nusamba Rambipuji Jember Regency”*.

Prizes are something that is given over the opportunity to win cash, travel or merchandise as a result of buying something. To attract customers to save in financial institutions are made various efforts. One of them is implementing sales promotions are advertising promotion mix, face-to-face sales, publicity and direct advertising. The sales promotion of a diverse collection of incentive tools is usually short-term, designed to encourage the purchase of a particular product or service more quickly and or greater by consumers or traders.

The focus of the problem in this research is 1) how is the mechanism of awarding the prize on BPR Nusamba Rambipuji Jember regency? 2) How is the role of awarding in increasing the interest of the savers in the BPR Nusamba Rambipuji regency of Jember?

The purpose of this research is 1) to describe the mechanism of awarding the prize in the BPR Nusamba Rambipuji regency of Jember. 2) to describe the role of awarding the prize in increasing the interest of the savers in the BPR Nusamba Rambipuji regency of Jember.

This method of study uses a qualitative approach with descriptive type. Determination of the study subject using the purposive technique. Its data collection techniques use observations, interviews and documentation. The data analysis in this thesis through three steps is data condensation, data presentation and withdrawal of conclusions. As for the validity of data using source triangulation.

The results of this study indicate that 1. The mechanism of awarding on BPR Nusamba Rambipuji Jember Regency consists of three parts: a) point-based prizes that customers can become a participant of the reward program must fulfill the conditions of the stipulated points. b) The Point calculation period is accumulated from January to December and C) The prize draw is held in February and per the provincial region. 2. The role of awarding to increase the interest of the savers in the BPR Nusamba Rambipuji Jember District namely: a) as an advertising, b) as a thank you to the customer, C) as a tool to defend the customers who are old or Get new customers. d) To increase customer loyalty, and e) to imply a good image to the customer.

Keyword : The role of awarding the prize

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAM PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PESEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRACT	viii
ABSTRACK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Istilah	9
F. Sistematika Pembahasan	11
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	
A. Penelitian Terdahulu.....	12
B. Kajian Teori	27

1. Pemberian Hadiah.....	26
2. Minat Penabung.....	35

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	45
B. Lokasi Penelitian	46
C. Subyek Penelitian	46
D. Teknik Pengumpulan Data	47
E. Analisis Data	49
F. Keabsahan Data	52
G. Tahap-Tahap Penelitian	53

BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Obyek Penelitian	55
1. Sejarah BPR Nusamba Rambipuji	55
2. Visi & Misi BPR Nusamba Rambipuji	56
3. Struktur Organisasi	57
4. Job description BPR Nusamba Rambipuji.....	58
5. Produk-produk BPR Nusamba Rambipuji.....	70
B. Penyajian Data dan Analisis	77
1. Mekanisme pemberian hadiah pada BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember.....	78
2. Peran pemberian hadiah dalam meningkatkan minat penabung pada BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember.....	83

C. Pembahasan Temuan.....	89
1. Mekanisme pemberian hadiah pada BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember.....	89
2. Peran pemberian hadiah dalam meningkatkan minat penabung pada BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember.....	95
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	100
B. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	103
Lampiran – lampiran	
1. Keaslian Tulisan	
2. Matrik Penelitian	
3. Pedoman Penelitian	
4. Surat Izin Penelitian	
5. Surat Selesai Penelitan	
6. Jurnal Kegiatan	
7. Dokumentasi	
8. Biodata Penulis	

DAFTAR TABEL

Table 1.1	Data jumlah Bank Umum, BPR, BPRS Kabupaten Jember	2
Tabel 2.1	Mapping Penelitian Terdahulu	24
Tabel 4.1	Hadiah Tabungan Harmoni Plus	71
Tabel 4.2	Ketentuan Umum Deposito Super Plus.....	74
Tabel 4.3	Jenis Hadiah Deposito Super Plus.....	75
Tabel 4.4	Ilustrasi Angsuran Kredit Setiap Bulan.....	77



DAFTAR GAMBAR

4.1 Struktur Organisasi BPR Nusamba Rambipuji Jember 57



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berdasarkan Keputusan SK Menkeu RI NO. 792 Tahun 1990, pengertian lembaga keuangan ialah seluruh badan usaha yang bergerak dibidang keuangan dimana hal yang dilakukan adalah menghimpun dana dan menyalurkannya kepada masyarakat atau nasabah terutama untuk biaya investasi pembangunan. Sasaran perbankan saat ini lebih cenderung menaungi masalah universal dari pada masalah spesifik seperti permasalahan pada masyarakat kecil, sedangkan kondisi real pada masyarakat Indonesia adalah sebagian besar terdiri dari masyarakat dengan ekonomi kecil dan menengah. Perbankan dalam prosedurnya dianggap lebih rumit, sehingga kaum bawah belum bisa merasakan manfaat dari adanya perbankan.¹

Dalam menjalankan usahanya sebagai lembaga keuangan, kegiatan bank sehari-hari tidak akan terlepas dari bidang keuangan. Sama seperti halnya perusahaan lainnya, kegiatan pihak perbankan secara sederhana dapat kita katakan sebagai tempat melayani segala kebutuhan nasabahnya. Para nasabah datang silih berganti baik sebagai pembeli jasa ataupun penjual jasa yang

¹ Soraya Wiendi Griyanita Putri, *Pengaruh Undian Berhadiah, Profit Sharing, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Studi Kasus KSPPS Bina Insan Mandiri Karanganyar* (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri, Surakarta, 2017), 1.

ditawarkan. Hal ini sesuai dengan kegiatan utama suatu bank, yaitu membeli uang dari masyarakat (menghimpun dana) melalui simpanan dan kemudian menjual uang yang diperoleh dari penghimpunan dana dengan cara (menyalurkan dana) kepada masyarakat umum dalam bentuk kredit atau pinjaman.²

Saat ini masyarakat lebih cermat dalam kebutuhan mereka untuk memilih lembaga atau badan yang mampu memberikan fasilitas atau layanan yang berkaitan dengan kegiatan perekonomian tersebut, mereka sangat membutuhkan lembaga keuangan yang berkualitas baik dalam segi pelayanan maupun fasilitas yang diberikan. Dengan begitulah BPR hadir ditengah-tengah masyarakat dan menjawab sebagian permasalahan perekonomian mereka.

Perkembangan aktivitas dari Bank Perkreditan Rakyat begitu berkembang dengan pesat dan keberadaan mereka ada di berbagai wilayah mulai dari perkotaan hingga di pedesaan. Masyarakat sudah merasakan bahwa peran dan fungsi dari BPR begitu terasa, termasuk urusan dana dalam bentuk pengajuan bantuan pinjaman kredit.³

Table 1.1
Data jumlah Bank Umum, BPR, BPRS Kabupaten Jember

Data Lembaga	Bank Umum	BPR	BPRS
Jumlah	24 kantor pusat	21 Kantor Pusat	1 Kantor Pusat

Sumber: Diolah dari Data OJK⁴

² Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2014) ,36.

³ Irham Fahmi, *Pengantar Perbankan Teori dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta CV, 2014), 21.

⁴ <https://www.ojk.go.id> (28 maret 2019)

Di Indonesia BPR telah merambah ke seluruh wilayah, khususnya di wilayah Jember salah satunya adalah BPR Nusamba Rambipuji yang merupakan salah satu Bank Perkreditan Rakyat yang berdiri di Kabupaten Jember sejak tanggal 17 Februari 1990, yang bergerak di bidang jasa perbankan dengan melayani penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk Tabungan dan Deposito serta melayani penyaluran dana berupa Kredit. BPR Nusamba Rambipuji telah berkompeten di bidangnya selama 27 tahun terakhir. Dengan berkedudukan di Jl. Airlangga No. 26 Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember-Jawa Timur, BPR Nusamba Rambipuji didirikan berdasarkan Akta Notaris No. 112 dibuat di Jakarta pada tanggal 29 September 1989 yang disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dan mendapatkan Surat Izin Uaha dari Menteri Keuangan Republik Indonesia, BPR Nusamba Rambipuji siap melayani nasabah melalui produk jasa keuangan.

Pada tahun 2015 BPR Nusamba Rambipuji telah menerima anugerah penghargaan dari majalah perbankan yaitu “Info Bank” dengan predikat kinerja keuangan Sangat Bagus dan pada tahun ini yaitu di 2019 BPR Nusamba Rambipuji mendapatkan The Best 500 BPR per Desember 2017-2018 dan sampai saat ini BPR ini telah memiliki delapan jaringan kantor, antara yaitu: Kantor Pusat Rambipuji, Kantor Kas Ambulu, Kantor Kas Tanggul, Kantor Kas Kencong, Kantor Kas Sukowono, Kantor Kas Jember, Kantor Kas Pakusari dan Kantor Kas Mangli. Hal ini ditujukan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada BPR Nusamba Rambipuji

sehingga di masa yang akan datang BPR Nusamba Rambipuji menjadi BPR yang berkembang bersama masyarakat.⁵

Produk yang ditawarkan untuk masyarakat meliputi produk tabungan, deposito dan kredit. Dengan beberapa produk unggulan yang ditawarkan diantaranya “Tabungan Harmoni Plus” merupakan produk tabungan nasional dengan sistem perhitungan poin dan mendapatkan hadiah yang diundi setiap bulan februari, “Tabungan Nusamba Premium” merupakan produk tabungan dengan bunga serasa deposito dengan suku bunga tidak melebihi bunga LPS, “Tabungan Simpanan Pelajar” merupakan produk tabungan untuk pelajar dan anak-anak agar menumbuhkan budaya menabung sejak dini, “Kredit Harmoni” merupakan produk kredit berhadiah 3 unit sepeda motor dan akan diundi pada bulan Februari 2019, dan “Deposito Super Plus” yaitu produk deposito berjangka dengan perhitungan poin dan dapat ditukarkan dengan hadiah tertentu dan dari setiap keunggulan yang ditawarkan tentunya agar dapat memikat menarik minat nasabah.

Bentuk promosi penjualan yang sering diterapkan lembaga keuangan bank adalah undian tabungan berhadiah. Gempol hadiah yang kini marak ditawarkan banyak bank, justru pertama kali dirintis oleh Bank Dagang Bali dengan nama Tabungan Berhadiah (sejak tahun 1971) menawarkan hadiah berupa barang-barang konsumtif keperluan rumah tangga, elektronik, sepeda motor, mobil, sampai dengan rumah KPR. Fenomena tabungan berhadiah sudah menjadi “senjata pamungkas” perbankan nasional dalam usaha

⁵ <http://www.bprnusamba-rambipuji.co.id/page/detail/profil-perusahaan> (28 Maret 2019)

menjaring nasabah baru. Hadiah-hadiah menggiurkan seperti rumah, uang tunai, umroh / naik haji, wisata keluar negeri hingga mobil mewah dijadikan umpan memikat yang begitu populer.⁶

Sebagai lembaga keuangan yang telah diterima oleh masyarakat BPR Nusamba Rambipuji tentunya mempunyai tuntutan untuk mempertahankan dan memenangkan persaingan dengan cara mempertahankan anggota yang telah dimiliki dan mendapatkan anggota baru. Mengingat semakin maraknya lembaga keuangan yang ditandai dengan semakin maraknya BPR bermunculan banyak cara dilakukan untuk memperebutkan nasabah baik dengan meningkatkan sarana prasarana, produk ataupun pelayanan.

Dalam upaya menarik minat nasabah untuk menabung di lembaga keuangan dilakukan berbagai upaya. Salah satunya yaitu menerapkan promosi penjualan merupakan bauran promosi periklanan, penjualan tatap muka, publisitas dan periklanan langsung. Promosi penjualan berbagai kumpulan alat-alat insentif yang beragam biasanya berjangka waktu pendek, dirancang untuk mendorong pembelian suatu produk atau jasa tertentu secara lebih cepat dan atau lebih besar oleh konsumen atau pedagang.⁷

Minat atau keinginan terhadap produk perbankan merupakan salah satu perilaku nasabah yang dimilikinya. Apabila manusia tertarik pada suatu barang, maka keputusan membelilah yang akan dilakukan oleh nasabah.

⁶ L. Bher Sadewi, *Pengaruh Program Undian Berhadiah Tabungan Simpedes Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Solo Kartasura* (Skripsi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga, 2012), 2.

⁷ Philip Kotler dan Keller, *Manajemen pemasaran* (ed.ke12) (Jakarta: Macana Jaya Cemerlang, 2006), 256.

Unsur-unsur yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah yaitu kebudayaan, kelas sosial, kelompok-kelompok yang mereka masuki, dan keluarga. Saran-saran, pandangan-pandangan dan kebiasaan-kebiasaan dari lingkungan tersebut. Akhirnya individu memiliki persepsi atau pandangan tertentu apakah ia akan membeli atau tidak dengan produk yang ditawarkan.⁸

Melihat fenomena yang terjadi saat ini, dalam meningkatkan pertumbuhan perbankan atau keberlangsungan dari sebuah perbankan salah satunya yaitu peningkatan jumlah nasabah baik tabungan maupun pinjaman, dalam hal ini pihak perbankan memberikan hadiah guna menarik keinginan nasabah dalam melakukan simpanan di perbankan. Semakin banyak nasabah dalam suatu bank, maka semakin tinggi pula tingkat profit yang didapatkan pada bank tersebut. Mengingat kembali bahwa dalam dunia bisnis, baik perbankan maupun perusahaan selalu menginginkan adanya keuntungan. Di sisi lain semakin banyak orang yang berminat menabung di bank, maka uang yang akan disalurkan bank kepada masyarakat juga akan semakin banyak.

BPR Nusamba Rambipuji mempunyai cara tersendiri dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat yaitu strategi pemasaran dengan menggunakan alat promosi undian berhadiah. Hadiah yang diberikan pada BPR sangat menarik minat nasabah yakni selain karena hadiahnya yang sangat banyak dengan peluang besar untuk dimenangkan karena pengundian dilakukan setiap tahun dengan tujuan pemberian berhadiah ini dapat menjalin hubungan yang baik antara BPR dengan nasabah.

⁸Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2014), 103.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Peran Pemberian Hadiah dalam Peningkatan Minat Penabung di PT. BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember.

B. Fokus Penelitian

Adapun fokus penelitian dalam peneliti ini yaitu:

1. Bagaimana mekanisme pemberian hadiah pada BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember?
2. Bagaimana peran pemberian hadiah dalam peningkatan minat menabung pada BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mendeskripsikan mekanisme pemberian hadiah pada BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember.
2. Untuk mendeskripsikan peran pemberian hadiah dalam meningkatkan minat menabung pada BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember.

D. Manfaat penelitian

Manfaat penelitian ini berisi tentang kontribusi proses peneliti yang didapatkan setelah melakukan penelitian. Manfaat penelitian dapat berupa manfaat secara teoritis dan manfaat praktis, tidak hanya itu penelitian juga harus realistis, dari penjabaran tersebut maka tersusunlah manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi semua pihak, khususnya bagi pihak-pihak yang berkompeten dengan permasalahan yang diangkat serta dapat memperkaya khazanah dan wawasan ilmu pengetahuan yang peneliti peroleh di bangku kuliah.

2. Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis diantaranya adalah:

a. Bagi Peneliti

1) Penelitian ini digunakan untuk melengkapi syarat memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah.

2) Untuk menambah wawasan serta pengembangan ilmu pengetahuan yang kurang spesifik tentang peran pemberian hadiah dalam peningkatan minat penabung di BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember.

b. Bagi BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember

1) Sebagai Bahan informasi sebuah pencapaian peran pemberian hadiah dalam peningkatan minat penabung di BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember.

2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi serta dapat dijadikan bahan pertimbangan dan acuan bagi BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember.

c. Bagi Kampus IAIN Jember

- 1) Diharapkan peneliti dapat memperluas khazanah keilmuan dan sebagai referensi serta pertimbangan bagi peneliti yang lebih lanjut, menambah kajian ataupun penelitian yang berkaitan.
- 2) Penelitian ini diupayakan dapat memberi kontribusi dalam menambah nuansa di lingkungan kampus IAIN Jember.

d. Bagi Masyarakat

- 1) Manfaat penelitian ini bagi pembaca dapat menambah pengetahuan khususnya dibidang perbankan.
- 2) Sebagai bahan masukan agar masyarakat menyadari akan pentingnya dunia perbankan.

E. Definisi Istilah

Dalam suatu tujuan penelitian, definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti didalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana oleh peneliti.⁹ Berdasarkan fokus dan rumusan masalah penelitian, maka uraian definisi istilah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pemberian Hadiah

Pemberian adalah sesuatu yang diberikan, sesuatu yang didapat dari orang lain (karena diberi), proses, cara, perbuatan memberi atau

⁹ Babun Suharto dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 45.

memberikan.¹⁰ Hadiah adalah tawaran kesempatan untuk memenangkan uang kas, perjalanan atau barang dagang sebagai hasil membeli sesuatu.¹¹

Jadi pemberian hadiah yang dimaksud peneliti adalah sesuatu yang diberikan atas kesempatan untuk memenangkan uang kas, perjalanan atau barang dagang sebagai hasil membeli sesuatu.

2. Minat Penabung

Minat adalah kecenderungan yang menetapkan subyek untuk merasa tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang berkecimpungan dalam hal atau hal itu. Perasaan senang akan menimbulkan pula minat yang diperkuat lagi oleh sikap yang positif yang sama diantaranya.¹² Penabung adalah orang yang menabung, menyimpan uang.¹³

Jadi minat penabung yang dimaksud peneliti adalah orang atau individu yang tertarik pada suatu bidang dan merasa senang berkecimpungan dalam hal tertentu untuk menyimpan uang.

Dari kesimpulan definisi istilah di atas bahwa peran pemberian hadiah dalam peningkatan minat penabung adalah peran dari sesuatu yang diberikan lembaga atas kesempatan untuk memenangkan uang kas, perjalanan atau barang dagang hasil dari pembelian sesuatu untuk

¹⁰ <https://kbbi.web.id/pemberian> (15 Maret 2015)

¹¹ Philip Kotler dan Susanto AB, *Manajemen Pemasaran Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 870.

¹² Winkle WS, *Psikologi dan Evaluasi Belajar* (Jakarta: Gramedia, 2008), 30.

¹³ Meity Taqdir Qodratilah dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia untuk Pelajar* (Jakarta: Badan Pembangunan dan Pengembangan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2011)

meningkatkan ketertarikan individu pada hal tertentu dan akan merasa senang berkecimpung didalamnya.

F. Sistematika Pembahasan

Agar pembahasan tidak keluar dari jalur yang telah ditentukan dan agar lebih berarti susunannya, maka perlu kiranya memberikan gambaran sistematik pembahasan sebagai berikut:

Bab I. Berupa pendahuluan, merupakan pertanggung jawaban metodologis yang terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan definisi istilah.

Bab II. Berupa kajian kepustakaan pada bab ini akan dipaparkan penelitian terdahulu dan kajian teori secara literature yang berhubungan dengan judul penelitian.

Bab III. Berupa metode penelitian yang terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitianm teknik pengumpulan data, analisis data, pembahasan temuan.

Bab IV. Berupa penyajian data dan analisis, yang terdiri dari gambaran objek penelitian, penyajian data analisis data, pembahasan temuan.

Bab V. Berupa penutup, yang terdiri atas kesimpulan dan saran sebagai acuan dan data yang dihasilkan dalam penyusunan penelitian ini akan dicantumkan kepustakaan dan lampiran-lampiran.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil peneliti terdahulu yang terkait dengan peneliti yang hendak dilakukan, yang kemudian membuat ringkasan atau belum terpublikasikan (skripsi, *tesis*, disertasi dan sebagainya). Dengan melakukan langkah ini, maka akan dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi peneliti yang hendak dilakukan.

1. Penelitian yang ditulis oleh Tri Warita yang berjudul Pemberian Hadiah Pada Program Tabungan Muamalat Berbagi Rejeki Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Study Pada PT. Bank Muamalat Tbk Cabang Pekanbaru tahun 2011. Fokus masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana motivasi dan criteria, bagaimana respon nasabah, dan bagaimana analisis terhadap motivasi, kriteria dan respon nasabah.

Metode penelitian yang ada dalam penelitian ini adalah data dikumpul melalui observasi, wawancara, angket dan dokumentasi yang kemudian dianalisa dengan teknik deskriptif kualitatif dengan metode deduktif, induktif dan deskriptif. Hasil dari penelitian ini yaitu Kriteria Program Tabungan Muamalat Berbagi Rejeki hadiahnya tergolong dalam Grand Prize, Main Prize, Reguler dan Hiburan, dan produk-produk yang termasuk dalam program tersebut yaitu Tabungan Muamalat, Tabungan Ummat, Tabungan Ku, dan Tabungan Haji Arafah. Sedangkan respon nasabah, yang tergambar di dalam angket bahwa nasabah yang mengikuti

program tersebut sudah mengikuti prosedur yang ditetapkan oleh bank, dan mengenai pencabutan undian dari program tersebut menggunakan komputerisasi yang dilaksanakan oleh PT. Bank Muamalat Tbk pusat (Jakarta). Dan tinjauan ekonomi Islam terhadap pelaksanaan program tersebut sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Yusuf Qhardhawi yang dipertegas dengan perbuatan Rasulullah SAW sering memberikan hadiah tertentu kepada para sahabat yang telah berhasil melakukan pelayanan untuk Islam guna memotivasi para sahabat untuk melakukan amalan shaleh, maka pelaksanaan program tersebut diperbolehkan oleh syara'.¹⁴

2. Penelitian yang ditulis oleh Hanifah berjudul Peranan Hadiah dalam Produk Tahapan Dana Mandiri Di KJKS-BMT Giri Muria Kudus, pada tahun 2015. Fokus masalah dari penelitian ini adalah apakah hadiah memberikan peranan dalam produk tahapan dana mandiri pada akad mudhrabah.

Dalam penelitian ini merupakan jenis penelitian dokumentasi yaitu penelitian data data yang diperoleh dari dokumen atau arsip produk tahapan dana mandiri, sumber data yang digunakan adalah data primer, data sekunder, dan analisis data yang digunakan penulis adalah deskriptif, dengan cara mendeskripsikan hasil dari penelitian, metode dalam pengumpulan yang digunakan adalah metode observasi dan wawancara.

¹⁴ Tri Warita, *Pemberian Hadiah Pada Program Tabungan Muamalat Berbagi Rejeki Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Study Pada PT. Bank Muamalat Tbk Cabang Pekanbaru)* (Skripsi, Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau, 2011)

Hasil dari penelitian ini adalah Dalam produk Tahapan Dana Mandiri ini hadiah mempunyai peranan yang sangat penting Perbankan atau lembaga keuangan BMT memegang peranan yang amat penting sebagai sumber modal dan perantara keuangan. Sebagai lembaga keuangan bank atau BMT amat dibutuhkan masyarakat, karena itu pengaturan gerak langkah perbankan sangat erat kaitannya dengan kebijakan moneter sebagaimana eratnya kaitan antara bank-bank atau BMT dan uang yang didukung dengan adanya proses pemasaran keberhasilan pemasaran harus di dukung dengan adanya promosi penjualan, kegiatan yang termasuk dalam promosi penjualan diantaranya pemberian hadiah dari KJKS-BMT Giri Muria sendiri biaya promosi. Adapun faktor-faktor dari peranan hadiah dalam Produk Tahapan Dana Mandiri Di KJKS-BMT Giri Muria adalah untuk meningkatkan pertumbuhan jumlah nasabah dan loyalitas nasabah di KJKS-BMT Giri Muria, untuk Menarik Minat Nasabah Di KJKS-BMT Giri Muria, untuk Meningkatkan kerja pelayanan, untuk Memotivasi Nasabah Di KJKS-BMT Giri Muria.¹⁵

3. Penelitian yang ditulis oleh Nur Hidayati berjudul Pengaruh Pemberian Bonus Tabungan Wadiah terhadap Minat Menabung Nasabah Tabungan BTN Batara iB di PT. BTN Kantor Cabang Pembantu Syariah (KCPS) Probolinggo *Payment Point* Nurul Jadid, tahun 2016. Fokus masalah dari penelitian ini adalah adakah pengaruh pemberian bonus tabungan *wadi'ah* terhadap minat menabung nasabah tabungan BTN Batara iB di PT. BTN

¹⁵ Hanifah, *Peranan Hadiah dalam Produk Tahapan Dana Mandiri Di Kjks-Bmt Giri Muria Kudus* (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2015)

KCPS Probolinggo *Payment Point* Nurul Jadid, seberapa besar pengaruh pemberian bonus tabungan *wadi'ah* terhadap minat menabung nasabah tabungan BTN Batara iB di PT. BTN KCPS Probolinggo *Payment Point* Nurul Jadid.

Metode penelitian yang ada dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kuantitatif dengan jenis *field research*. Hasil dari penelitian ini adalah:

- a. Pemberian bonus tabungan wadiah secara parsial berpengaruh terhadap minat menabung nasabah tabungan BTN Batara iB.
- b. Diperoleh dari nilai $T_{hitung} > t_{tabel}$ atau $10,191 > 1,660$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifika. Sedangkan hasil koefisien determinasi R Square menunjukkan angka sebesar 13,7%.

Berdasarkan analisis di atas dapat disimpulkan bahwa pemberian bonus tabungan *wadi'ah* di BTN KCPS Probolinggo *Payment Point* Nurul Jadid berpengaruh yang signifikan terhadap minat menabung nasabah tabungan BTN Batara iB.¹⁶

Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pemberian bonus terhadap minat menabung nasabah, sedangkan perbedaannya terletak pada metode penelitian yaitu kuantitatif dengan menggunakan *field Reseach* sedangkan penulis menggunakan metode kualitatif menggunakan jenis penelitian deskriptif.

¹⁶ Nur Hayati, *Pengaruh Pemberian Bonus Tabungan Wadiah terhadap Minat Menabung Nasabah tabungan BTN Batara iB di PT. BTN KCPS Probolinggo Payment Point Nurul Jadid* (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember, Jember, 2016)

4. Penelitian yang ditulis oleh Muhammad Pujiono yang berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di BNI Syariah Kantor Cabang Jember pada tahun 2017. Fokus masalah dalam penelitian ini yaitu apakah empati mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di BNI Syariah KC Jember, apakah kecepatan pelayanan mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di BNI Syariah KC Jember, apakah tata ruang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di BNI Syariah KC Jember, apakah lokasi mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di BNI Syariah KC Jember, bagaimana empati, kecepatan pelayanan, tata ruang dan lokasi secara simultan (bersama-sama) terhadap minat nasabah dalam menabung di BNI Syariah KC Jember secara bersama-sama, seberapa besar pengaruh empati, kecepatan pelayanan, tata ruang dan lokasi terhadap minat nasabah dalam menabung di BNI Syariah KC Jember.

Hasil dari penelitian ini adalah dari hasil Uji Parsial penelitian menunjukkan bahwa dari variabel independent Empati, Kecepatan Layanan, Tata Ruang dan Lokasi yang sangat berpengaruh terhadap minat nasabah menabung adalah kecepatan layanan yang menghasilkan H_0 ditolak H_a diterima. Dalam hasil uji Bersama-sama menunjukkan semua variabel independen berpengaruh menunjukkan nilai Signifikan sebesar

0,000. Dalam uji koefisien variabel independent memiliki pengaruh sebesar 4,79% terhadap minat nasabah menabung.¹⁷

5. Penelitian yang ditulis oleh Soraya Wiendi Griyanita Putri yang berjudul Pengaruh Undian Berhadiah, Profit Sharing, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Studi Kasus KSPPS Bina Insan Mandiri Karanganyar, tahun 2017. Fokus masalah dari penelitian ini adalah apakah undian berhadiah berpengaruh terhadap minat menabung anggota (nasabah) di KSPPS Bina Insan Mandiri Karanganyar, apakah profit sharing berpengaruh terhadap minat menabung anggota (nasabah) di KSPPS Bina Insan Mandiri Karanganyar, apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung anggota (nasabah) di KSPPS Bina Insan Mandiri Karanganyar.

Metode penelitian yang ada dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah variabel undian berhadiah berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menabung, variabel profit sharing berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menabung, dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menabung. Dari ketiga variabel di atas variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan yang paling tinggi.¹⁸

¹⁷ Muhammad Pujiono, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di BNI Syariah Kantor Cabang Jember* (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember, Jember, 2017)

¹⁸ Soraya Wiendi Griyanita Putri, *Pengaruh Undian Berhadiah, Profit Sharing, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Studi Kasus KSPPS Bina Insan Mandiri Karanganyar*

Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang undian berhadiah, sedangkan perbedaannya terletak pada penelitian terdahulu membahas tentang pengaruh pemberian hadiah sedangkan peneliti membahas tentang peran pemberian hadiah. Perbedaan selanjutnya juga terletak pada metode penelitian, penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif.

6. Penelitian yang ditulis oleh Juliana Sandra Agustin berjudul Pengaruh Program Undian Berhadiah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo pada tahun 2018. Fokus masalah dari penelitian ini adalah apakah ada Pengaruh Program Undian Berhadiah terhadap Keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo, seberapa besar pengaruh program undian berhadiah terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Bukopin kantor Cabang Sidoarjo.

Metode penelitian yang ada dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil dari penelitian ini adalah variabel Program Undian Berhadiah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung Di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t untuk variabel Program Undian Berhadiah diperoleh nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dengan nilai $2,519 \geq 1,984$ dan memiliki angka signifikan

(Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Surakarta, Surakarta, 2017)

0,000 dibawah 0,05 sehingga H_0 ditolak H_a diterima. Hasil koefisien determinasi yang diperoleh yaitu 0,348 atau 34,8% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Program Undian Berhadiah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo.¹⁹

Persamaan dari penelitian terdahulu adalah sama-sama membahas tentang pemberian undian berhadiah, sedangkan perbedaannya terletak pada metode penelitian yaitu menggunakan deskriptif kuantitatif dengan metode kualitatif deskriptif.

7. Penelitian yang ditulis oleh Umi Masta Andini berjudul Pengaruh Biaya Administrasi, Bonus Lebaran, dan Layanan Jemput Bola Terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Si Fitri pada BMT Harapan Ummat Sidoarjo, pada tahun 2018. Fokus masalah dari penelitian ini adalah Bagaimana pengaruh biaya administrasi, bonus lebaran, dan layanan jemput bola terhadap minat nasabah memilih produk Si Fitri pada BMT Harapan Ummat Sidoarjo secara parsial, bagaimana pengaruh biaya administrasi, bonus lebaran, dan layanan jemput bola terhadap minat nasabah memilih produk Si Fitri pada BMT Harapan Ummat Sidoarjo secara simultan.

Metode penelitian yang ada dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Hasil dari penelitian ini adalah

¹⁹ Juliana Sandra Agustin, *Pengaruh Program Undian Berhadiah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo* (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2018)

hasil uji pengaruh biaya administrasi, bonus lebaran, dan layanan jemput bola terhadap minat nasabah memilih produk Si Fitri pada BMT Harapan Ummat Sidoarjo menunjukkan bahwa secara parsial dan secara simultan, hasil uji variabel bebas biaya administrasi, bonus lebaran, dan layanan jemput bola berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat minat nasabah.

Dari hasil penelitian di atas, ketiga variabel ini mampu menarik minat nasabah memilih produk Si Fitri, oleh karena itu agar pihak lembaga tetap mempertahankan adanya biaya administrasi yang murah, bonus lebaran berupa parcel, serta lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang prima kepada para nasabah untuk menjaga loyalitas nasabah terhadap produk Si Fitri maupun kepada pihak BMT sebagai lembaga keuangan.²⁰

Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang bonus terhadap minat nasabah, sedangkan perbedaannya terletak pada metode penelitian yaitu kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif.

8. Penelitian yang ditulis oleh Maulin Nimah berjudul Analisis Hukum Ekonomi Syariah terhadap Praktek Pemberian Undian Berhadiah Pada Produk Simpanan Hari Raya Idhul Fitri (SHaRi) Di Kspps Arthamadina Banyuputih Batang, pada tahun 2018. Fokus masalah dari penelitian ini

²⁰ Umi Masta Andini, *Pengaruh Biaya Administrasi, Bonus Lebaran, dan Layanan Jemput Bola Terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Si Fitri Pada BMT Harapan Ummat Sidoarjo* (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2018).

adalah Bagaimana praktek pemberian undian berhadiah pada produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SHaRi) di KSPPS Arthamadina Banyuputih Batang, Bagaimana pandangan hukum Islam terhadap praktek pemberian undian berhadiah Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SHaRi) di KSPPS Arthamadina Banyuputih Batang.

Metode penelitian yang ada dalam penelitian ini adalah field research dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberian hadiah yang pada produk simpanan di KSPPS Arthamadina belum sesuai dengan fatwa DSN-MUI No. 86/DSN-MUI/2012. Kesimpulan tersebut dikarenakan ada beberapa ketentuan yang belum sesuai. Dan pemberian yang dilakukan dengan cara undian dalam KSPPS Arthamadina diperbolehkan dalam Islam karena tidak terdapat unsur-unsur perjudiannya. Hadiah dalam Islam itu diperbolehkan, karena bertujuan terwujudnya hubungan baik dan mendapatkan pahala dari Allah SWT.

Praktik pemberian hadiah dalam penghimpunan dana di KSPPS Arthamadina dengan menggunakan sistem undian tidak bertentangan dengan hukum Islam karena tidak adanya unsur perjudian, tidak adanya unsur taruhan, dimana pihak yang menang mengambil harta atau sesuatu dari pihak yang kalah. Karena hadiah yang diberikan oleh pihak KSPPS adalah semata untuk hadiah. Pihak nasabah yang tidak mendapatkan hadiah dana simpanannya kembali sesuai perjanjian. Sedangkan yang tidak diperbolehkan adalah undian berhadiah yang hadiahnya berupa uang,

karena undiannya mirip dengan perjudian sesuai pertimbangan dalam fatwa DSN point 1 bahwa hadiah promosi yang diberikan LKS kepada nasabah harus dalam bentuk barang dan jasa, tidak boleh dalam bentuk uang.²¹

Persamaan penelitian ini adalah sam-sama membahas praktik pemberian undian berhadiah dan menggunakan metode dengan pendekatan kualitatif, sedangkan perbedaannya terletak pada analisis Hukum Ekonomi Syariah sedangkan penulis menganalisis peran hadiah.

9. Penelitian yang ditulis oleh Siti Kharisma Khoirunnisa yang berjudul Pengaruh *Trust* dan Mutu *E-Banking* terhadap Minat Nasabah BRI Syariah KCP Rogojampi untuk Bertransaksi secara *Online* tahun 2018. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis penelitian survei. Fokus masalah dalam penelitian ini yaitu apakah variable trust berpengaruh terhadap minat nasabah untuk bertransaksi secara online, apakah variable mutu e-banking berpengaruh terhadap minat nasabah untuk bertransaksi secara online, apakah variable *trust* dan mutu *e-banking* secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk bertransaksi secara online.

Metode penelitian yang digunakan adalah Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *trust* dan mutu *e-banking* secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk bertransaksi secara online dengan tingkat

²¹ Maulin Ni'mah, *Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktek Pemberian Undian Berhadiah Pada Produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri (SHaRi) Di KPPS Arthamadina Banyuputih Batang* (Skripsi, Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2018)

pengaruh 62,9%. Sedangkan melalui uji secara parsial terdapat pengaruh antara trust dengan signifikansi sebesar 0,000 dan mutu e-banking sebesar 0,000 terhadap minat nasabah untuk bertransaksi secara online.²²

10. Penelitian yang ditulis oleh Wahidatul Khofiyah yang berjudul Prosedur Pemberian Hadiah pada Akad Wadi'ah di BMT NU Jawa Timur Kantor Cabang Sumbersari Kabupaten Jember tahun 2018. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan analisis data deskriptif. Fokus masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana prosedur pemberian hadiah pada akad *wadi'ah* di BMT NU Jawa Timur cabang Sumbersari Jember, bagaimana praktek pelaksanaan pemberian hadiah pada akad *wadi'ah* di BMT NU Jawa Timur cabang Sumbersari Jember.

Hasil dari penelitian ini bahwa: 1. prosedur pemberian hadiah pada akad *wadi'ah* di BMT NU Jawa Timur cabang Sumbersari Jember yaitu calon nasabah menyerahkan foto copy KTP/ kartu identitas lainnya dengan mengisi formulir dan membayar biaya administrasi dengan Rp. 10.000 dan setoran minimal Rp. 5.000.000, 2. Praktek pelaksanaan pemberian hadiah pada akad *wadi'ah* di BMT NU Jawa Timur cabang Sumbersari Jember hadiah biberikn langsung setelah nasabah resmi terdaftar menjadi anggota nasabah di BMT dan nasabah melakukan kesepakatan baha dana yang

²² Siti Kharisma Khoirunnisa, *Pengaruh Trust dan Mutu E-Banking terhadap Minat Nasabah BRI Syariah KCP Rogojampi untuk Bertransaksi secara Online* (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember, Jember, 2018)

disimpan boleh dimanfaatkan oleh BMT dan sebagai bukti bahwa dana nasabah yang disimpan tidak boleh diambil sebelum jatuh tempo.²³

Tabel 2.1
Mapping Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Tri Warita	Pemberian Hadiah Pada Program Tabungan Muamalat Berbagi Rejeki Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Study Pada PT. Bank Muamalat Tbk Cabang Pekanbaru	Analisa data menggunakan teknik deskriptif kualitatif, dan sama-sama membahas tentang pemberian hadiah pada program tabungan.	Pada penelitian terdahulu membahas hadiah menurut pespektif islam sedangkan penulis membahas peran hadiah.
2.	Hanifah	Peranan Hadiah dalam Produk Tahapan Dana Mandiri Di Kjks-Bmt Giri Muria Kudus	Fokus masalah membahas apakah hadiah memberikan peranan dan pengumpulan data menggunakan metode observasi dan wawancara	Penelitian terdahulu menggunakan satu fokus masalah sedangkan penulis menggunakan dua fokus masalah yaitu mekanisme dan peran hadiah
3.	Nur Hidayati	Pengaruh Pemberian Bonus Tabungan Wadiah terhadap Minat Menabung Nasabah Tabungan BTN Batara iB di PT. BTN Kantor Cabang Pembantu Syariah (KCPS) Probolinggo <i>Payment Point</i> Nurul Jadid	Fokus sama-sama membahas tentang pemberian bonus terhadap minat menabung nasabah,	metode kuantitatif dengan menggunakan <i>field Reseach</i> sedangkan penulis menggunakan metode kualitatif menggunakan jenis penelitian deskriptif
4.	Muhammad Pujiono	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat	Sama-sama meneliti tentang	Penelitian terdahulu

²³ Wahidatul Kofiyah, *Prosedur Pemberian Hadiah pada Akad Wadiah di BMT NU Jawa Timur Kantor Cabang Sumpersari Kabupaten Jember* (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember, Jember, 2018)

		Nasabah Menabung di BNI Syariah Kantor Cabang Jember	minat nasabah dalam menabung.	menngunakan motode kualitatif sedangkan peneliti menggunakan motode kualitatif.
5.	Soraya Wiendi Griyanita Putri	Pengaruh Undian Berhadiah, Profit Sharing, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Studi Kasus KSPPS Bina Insan Mandiri Karanganyar,	Fokus masalah sama-sama membahas tentang ndian berhadiah,	Metode penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif.
6.	Juliana Sandra Agustin	Pengaruh Program Undian Berhadiah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo	Fokus masalah tentang pemberian undian berhadiah	metode penelitian dengan menggunakan deskriptif kuantitatif, peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif.
7.	Umi Masta Andini	Pengaruh Biaya Administrasi, Bonus Lebaran, dan Layanan Jemput Bola Terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Si Fitri pada Bmt Harapan Ummat Sidoarjo	Fokus masalah tentang bonus terhadap minat nasabah,	Metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif.
8.	Maulin Ni'mah	Analisis Hukum Ekonomi Syariah terhadap Praktek Pemberian Undian Berhadiah Pada Produk Simpanan Hari Raya Idhul Fitri (SHaRi) Di KSPPS	Fokus masalah membahas praktik pemberian undian berhadiah dan menggunakan metode dengan pendekatan	Fokus penelitian tentang analisis Hukum Ekonomi Syariah sedangkan penulis menganalisis peran hadiah.

		Arthamadina Banyuputih Batang,	kualitatif,	
9.	Siti Kharisma Khoirunnisa	Pengaruh <i>Trust</i> dan Mutu <i>E-Banking</i> terhadap Minat Nasabah BRI Syariah KCP Rogojampi untuk Bertransaksi secara <i>Online</i>	Sama-sama menggunakan variabel terikat yaitu minat nasabah.	Dalam penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif seangkan penulis menggunakan metode kualitatif.
10.	Wahidatul Khofiyah	Prosedur Pemberian Hadiah pada Akad Wadiah di BMT NU Jawa Timur Kantor Cabang Sumpersari Kabupaten Jember	Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu pada pemberian hadiah.	Penelitian terdahulu fokus pada mekanisme pemberian hadiah sedangkan penulis menggunakan dua fokus yaitu mekanisme dan peran pemberian hadiah.

Sumber: diolah dari penelitian terdahulu

B. Kajian Teori

1. Pemberian Hadiah

a. Teori Peran

Teori peran pada literatur perilaku organisasi, menyatakan bahwa sebuah lingkungan organisasi dapat mempengaruhi harapan setiap individu mengenai perilaku peran mereka. Harapan tersebut meliputi norma-norma atau tekanan untuk bertindak dalam cara tertentu. Individu akan menerima pesan tersebut, menginterpretasikannya, dan merespon dalam berbagai cara.²⁴

²⁴ Ahmad, Z., dan D. Taylor. 2009. "Commitment to Independence by Internal Auditor: The Effects of Role Ambiguity and Role Conflict." *Managerial Auditing Journal*, Vol. 24, No. 9, pp. 899-925.

b. Pengertian hadiah

Hadiah adalah tawaran kesempatan untuk memenangkan uang kas, perjalanan atau barang dagang sebagai hasil membeli sesuatu.²⁵ Hadiah merupakan salah satu alat promosi penjualan, hadiah kadang diperlukan untuk meningkatkan volume penjualan. Promosi penjualan mengandung insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa. Pemberian hadiah/penghargaan kepada konsumen atau langganan lama dapat mendorong mempopulerkan nama perusahaan.²⁶

Premium (hadiah) merupakan kompensasi yang nyata atau suatu insentif yang diberikan bagi tujuan tertentu, biasanya bagi pembelian suatu produk.²⁷ Terdapat empat variasi program hadiah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- 1) Premium sederhana, yaitu memberikan sesuatu secara terpisah sebagai hadiah atas produk yang dibeli.
- 2) Melekat pada produk. Misalnya sebuah hadiah dalam kemasan (*in pack*) dimana hadiah diberikan gratis bagi pelanggannya.
- 3) Premium berbentuk wadah khusus. Premium ini adalah dengan menambahkan wadah tertentu yang berfungsi sebagai wadah bagi produk itu sendiri.

²⁵ Philip Kotler dan Susanto AB, *Manajemen Pemasaran Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 870.

²⁶ Bagus Indra Nugraha, *Analisis Pemberian Hadiah Kepada Nasabah Akun Reguler (Studi di PT. Agrodana Futures Cabang Bandung)* (Skripsi, Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bandung, Bandung, 2017). 14.

²⁷ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran* (Malang: PT. Gelora Aksara Pratama, 2012), 137-138.

- 4) Premium yang diberikan melalui surat (*email premium*), tidak seperti premium lainnya premium ini diberikan kepada pelanggan yang mau menindaklanjuti penawaran yang dilakukan oleh produsen dengan mengembalikan surat yang dikirim.

c. Tujuan pemberian hadiah

Ada beberapa tujuan diberikannya hadiah yaitu:²⁸

- 1) Menarik para pembeli baru.
- 2) Meningkatkan daya pembelian ulang dari konsumen lama.
- 3) Menghindarkan konsumen lari ke merk lain.
- 4) Mempopulerkan merek atau meningkatkan loyalitas.

d. Peran Pemberian Hadiah

Dalam melakukan pemberian hadiah oleh perusahaan, terdapat berbagai tujuan yang hendak dicapai oleh perusahaan disamping untuk menyenangkan penerima hadiah tersebut. Beberapa alasan perusahaan dalam memberikan hadiah dimana hadiah tersebut berfungsi sesuai dengan keinginan perusahaan sebagai berikut:

- 1) Sarana periklanan perusahaan

Hadiah yang diberikan oleh perusahaan biasanya telah dibubuhi nama atau logo perusahaan, sehingga hadiah tersebut bisa mengingatkan penerimanya setiap kali menggunakan hadiah yang diberikan.

²⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Indeks, 2005), 19.

2) Meningkatkan atau menimbulkan *goodwill*

Pemberian hadiah bertujuan untuk meningkatkan *goodwill* perusahaan karena pemberian hadiah berperan untuk menyiratkan citra perusahaan yang baik bagi penerimanya, yang mana membuat penerima hadiah bangga atas pemberian tersebut.

3) Menciptakan loyalitas

Loyalitas yang diciptakan pemberian hadiah timbul karena nasabah atau konsumen merasa diperhatikan oleh perusahaan. Sehingga menimbulkan rasa keterikatan antara pemberi dan penerima hadiah tersebut.

4) Sebagai ucapan terima kasih

Hadiah dipergunakan sebagai ucapan terima kasih atas suatu even atau partisipasi penerima hadiah tersebut, hadiah digunakan sebagai pertanda bahwa perusahaan dan penerima saling bekerja sama antar satu dan yang lain.

5) Mempertahankan nasabah yang sudah ada

Pemberian hadiah kepada nasabah yang sudah ada dalam artian bahwa nasabah tersebut telah lama menggunakan jasa atau produk perusahaan, yang mana loyalitas nasabah tersebut layak untuk diberikan apresiasi dalam bentuk pemberian hadiah.

6) Untuk meningkatkan penjualan

Pemberian hadiah merupakan salah satu cara dalam mempromosikan produk atau jasa perusahaan. Pemberian hadiah

bisa digunakan sebagai tambahan produk atau jasa yang dibeli atau dipakai oleh nasabah atau konsumen, hal ini bertujuan untuk menambah nilai ekstra produk atau jasa yang ditawarkan.

7) Untuk memenangkan bisnis

Hadiah digunakan sebagai salah satu sarana dalam menjalin suatu relasi bisnis, yang mana hadiah digunakan untuk memberi pengaruh kepada penerimanya dalam pengambilan suatu keputusan kerjasama.

8) Insentif kepada karyawan

Pemberian hadiah kepada karyawan merupakan salah satu bentuk apresiasi perusahaan karena karyawan tersebut telah menunjukkan kinerjanya kepada perusahaan. Oleh karena itu pemberian hadiah bisa digunakan untuk memotivasi kinerja pada karyawan sebagai bentuk penghargaan.

9) Sebagai permohonan maaf pada nasabah yang komplain

Pemberian hadiah kepada nasabah yang komplain menunjukkan bahwa perusahaan mengapresiasi pendapat nasabah tersebut, karena perusahaan dapat meningkatkan atau memperbaiki hal-hal yang dipermasalahkan oleh nasabah tersebut.²⁹

e. Promosi

Strategi promosi adalah tindakan perencanaan, implementasi, dan pengendalian komunikasi dari organisasi kepada pelanggan dan

²⁹ Nugraha, *Analisis Pemberian Hadiah Kepada Nasabah Akun Reguler (Studi di PT. Agerodana Futures Cabang Bandung)*, 15.

audiens (*target audience*) lainnya. Aktivitas promosi memberikan pengaruh yang penting untuk keberhasilan penjualan. Adapun tujuan diadakannya promosi diantaranya yaitu:³⁰

- 1) Melahirkan atau meningkatkan kesadaran pembeli akan suatu produk atau merek.
- 2) Mempengaruhi setiap pembeli terhadap suatu perusahaan, produk atau merek.
- 3) Meningkatkan preferensi pembeli terhadap merek dalam suatu segmen yang dipilih.
- 4) Meraih peningkatan penjualan dari pangsa pasar untuk konsumen sasaran khusus dan calon konsumen sasaran.
- 5) Mendorong pembeli agar mau kembali membeli suatu merek.
- 6) Mendorong pembeli untuk mencoba suatu produk baru.
- 7) Menarik konsumen-konsumen baru.

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan produk, harga dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal Bank. Oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi Bank adalah menginformasikan

³⁰ Lingga Purnama, *Strategic Marketing Plan* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama), 150-151.

segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank mempromosikan baik produk maupun jasanya. Keempat sarana promosi yang dapat digunakan adalah:³¹

1) Periklanan (*advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik, dan memengaruhi calon nasabahnya. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti lewat:

- a) Pemasangan *billboard* di jalan-jalan strategis.
- b) Pencetakan brosur, baik disebar di setiap cabang atau pusat-pusat perbelanjaan.
- c) Pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang strategis.
- d) Pemasangan melalui koran.
- e) Pemasangan melalui majalah.
- f) Pemasangan melalui televisi.
- g) Pemasangan melalui radio.
- h) Dan menggunakan media lainnya.

Tujuan penggunaan dan pemilihan media iklan tergantung dari tujuan bank. Masing-masing media memiliki tujuan yang berbeda. Terdapat paling tidak empat macam tujuan penggunaan iklan sebagai media promosi, yaitu sebagai berikut.

³¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, 246.

- a) Untuk memberitahu tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan jasa bank yang dimiliki oleh suatu bank. Seperti peluncuran produk baru, keuntungan dan kelebihan suatu produk atau informasi lainnya.
 - b) Untuk mengingatkan kembali kepada nasabah tentang keberadaan atau keunggulan jasa bank yang ditawarkan.
 - c) Untuk menarik perhatian dan minat para nasabah baru dengan harapan akan memperoleh daya tarik dari para calon nasabah.
 - d) Memengaruhi nasabah saingan agar berpindah ke bank kita.
- 2) Promosi Penjualan (*sales promotion*)

Di samping promosi lewat iklan, promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan atau *sales promotion*. Tujuan promosi penjualan adalah meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, agar nasabah tertarik untuk membeli maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin.

Bagi bank promosi penjualan dapat dilakukan melalui.

- a) Pemberian bunga khusus (*special rate*) untuk jumlah dana yang relative besar, walaupun hal ini akan mengakibatkan persaingan tidak sehat (misalnya untuk simpanan yang jumlahnya besar).

- b) Pemberian insentif kepada setiap nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu.
- c) Pemberian cendera mata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah yang loyal.

3) Publicitas (*publicity*)

Promosi yang ketiga adalah publisitas. Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bukti sosial, perlombaan cerdas cermat, kuis serta kegiatan lainnya melalui berbagai media.

Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank dimata nasabahnya, baik secara langsung atau tidak langsung. Oleh karena itu, kegiatan publisitas perlu diperbanyak lagi.

4) Penjualan Pribadi (*personal selling*)

Kegiatan promosi yang keempat adalah penjualan pribadi atau *personal selling*. Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari cleaning service, satpam sampai pejabat bank. Secara khusus *personal selling* dilakukan oleh petugas *Customer Service* atau *Service Assistensi*.

Terdapat pula beberapa faktor yang turut berkontribusi untuk membuat promosi penjualan menjadi penting, yaitu:³²

³² Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, 130-131.

- a) **Konsumen telah menerima bahwa promosi penjualan merupakan bagian dari kriteria pengambilan keputusan pembeliannya.** Melalui promosi penjualan yang ditawarkan konsumen berkesempatan untuk mendapatkan lebih dari apa yang mereka pikirkan.
- b) **Promosi penjualan telah menjadi bagian integral dari proses pembelian dan konsumen mengharapkannya.** Perkembangan promosi penjualan telah didorong oleh bisnis, terutama bisnis besar. Para manajer puncak dan manajer produk memiliki peran langsung dalam mendorong pertumbuhan promosi penjualan. Tujuan dan keinginan manajer produk telah menjadi pendorong utama agar produk cepat terjual. Promosi penjualan dapat memberikan penjualan segera yang diinginkan oleh pimpinan perusahaan yang berfokus meningkatkan sirkulasi penjualan dalam waktu singkat.
- c) **Teknologi baru.** khususnya computer telah memungkinkan para manajer promosi penjualan menganalisis efektivitas promosi penjualan yang mereka terapkan dari data hasil penjualan yang dapat terukur dengan segera.

2. Minat Penabung

a. Pengertian Minat

Minat adalah kecenderungan yang menetapkan subyek untuk merasa tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang

berkecimpungan dalam hal atau hal itu. Perasaan senang akan menimbulkan pula minat yang diperkuat lagi oleh sikap yang positif yang sama diantaranya.³³

Minat berkaitan dengan perilaku membeli dan perilaku nasabah, untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dibutuhkan bidang ilmu perilaku nasabah. Studi tentang perilaku nasabah merupakan bagian dari studi tentang pemasaran (*marketing*). Menganalisis perilaku nasabah akan lebih mendalam dan lebih berhasil apabila didasari oleh aspek-aspek psikologi manusia secara keseluruhan, kekuatan faktor social budaya, dan prinsip-prinsip ekonomi berarti keberhasilan dalam menyelami jiwa nasabah dalam memenuhi kebutuhan.³⁴

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat penabung.

1) Faktor sosial

a) Kelompok Acuan

Kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau pengaruh tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok-kelompok yang mempunyai pengaruh langsung terhadap seseorang disebut kelompok kenggotaan (*membership groups*) ini merupakan kelompok di mana orang tersebut ikut serta dan berinteraksi. Sebagian merupakan

³³ Winkle WS, *Psikologi dan Evaluasi Belajar*, 30.

³⁴ Vina Sri Yunarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 45.

kelompok primer seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerha, yang mana orang tersebut secara terus menerus berinteraksi dengan mereka. Seseorang juga termasuk kelompok sekunder seperti kelompok religiu, kelompok profesi dan kelompok asosiasi perdagangan.

b) Keluarga

Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Keluarga *orientasi* (*family of orientation*) terdiri dari orang tua seseorang. Dari orang tua seseorang memperoleh orientasi terhadap agama, politik dan ekonomi serta pemahaman atas ambisi pribadi, penghargaan dan cinta. Pengaruh yang lebih langsung terhadap perilaku pembelian sehari-hari adalah keluarga *prokreasi* (*family of procreation*) seseorang, yakni pasangan hidup (suami/istri) dan anak-anaknya.

c) Peran dan status

Seseorang berpartisipasi dalam banyak kelompok sepanjang hidupnya, keluarga, klub dan organisasi. Posisi orang tersebut dalam setiap kelompok dapat ditentukan berdasarkan peran dan status.

2) Faktor pribadi

a) Usia dan Tahap Siklus Hidup

Orang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya. Mereka makan makanan bayi pada masa balita, makan hamper semua jenis makanan pada masa pertumbuhan dan dewasa. Selera orang pakaian, perabot mebel, dan rekreasi juga berhubungan dengan usia. Para pemasar sering memilih kelompok siklus hidup sebaragi pasar sasaran.

b) Pekerjaan

Pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya. Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang mempunyai minat lebih dari rata-rata pada produk dan jasa mereka.

c) Keadaan ekonomi

Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh kondisi ekonomi seseorang. Kondisi ekonomi meliputi pendapatan yang bisa dibelanjakan (tingkat pendapatan, stabilitas, dan pola waktunya), tabungan kekayaan, utang, kemampuan untuk meminjam, dan sikap terhadap belanja versus menabung.

d) Gaya hidup

Orang-orang yang berasal dari subkultur, kelas social, dan pekerjaan mungkin saja mempunyai gaya hidup yang berbeda.³⁵

3) Faktor Psikologi

a) Motivasi

Berasal dari Bahasa Latin *movere* yang artinya “menggerakkan”. Motivasi adalah kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi untuk tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan upaya untuk memenuhi beberapa kebutuhan individual, sementara menurut Sopiah motivasi adalah daya pendorong yang mengakibatkan seseorang anggota mau dan rela untuk menggerakkan kemampuan dalam bentuk keahlian atau kemampuan, tenaga dan waktunya untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya dalam rangka pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi yang telah ditentukan sebelumnya.³⁶

Motivasi memiliki arti yang menjelaskan intensitas, arah dan ketekunan seorang individu untuk mencapai tujuannya. Tiga elemen utama dalam definisi ini adalah

³⁵ Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016), 115-119.

³⁶ Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: Cv Andi Offset, 2013), 154.

intensitas, arah dan ketekunan seorang individu. Motivasi juga diartikan sebagai dorongan dalam individu yang memaksa mereka untuk bertindak, yang timbul sebagai akibat kebutuhan yang tidak terpenuhi. Motivasi nasabah mewakili dorongan untuk memuaskan kebutuhan, baik yang bersifat fisiologi maupun psikologis melalui pembelian dan penggunaan suatu produk.³⁷

Pada prinsipnya motivasi mempunyai tiga fungsi dalam kehidupan manusia, antara lain:

- (1) Mendorong manusia untuk berbuat, dalam arti motivasi pengerak dari setiap kegiatan yang akan dikerjakan oleh wirausahawan;
- (2) Penentu arah perbuatan, sehingga motivasi dapat memberikan arah dan kegiatan yang harus dikerjakan sesuai dengan rumusan tujuannya;
- (3) Menyeleksi perbuatan yang harus dikerjakan yang serasi untuk mencapai tujuan, dengan menyisihkan perbuatan yang tidak bermanfaat bagi tujuan tersebut.

Adapun tujuan motivasi adalah sebagai berikut:

- (1) Meningkatkan kepuasan;
- (2) Mempertahankan loyalitas;
- (3) Efisiensi;

³⁷ Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015) 79.

(4) Efektivitas;

(5) Menciptakan suatu hubungan yang harmonis antara produsen atau penjual dengan pembeli atau konsumen.³⁸

b) Persepsi

Persepsi didefinisikan sebagai proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur dan menafsirkan stimuli kedalam gambar yang berarti masuk akal mengenai dunia.³⁹

Secara etimologi, persepsi berasal dari Bahasa Latin, *perceptio* yang berarti menerima atau mengambil. Persepsi adalah proses pemilihan pengorganisasian dan penginterpretasian sebagai stimulus menjadi informasi yang bermakna. Menurut Desiderato persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberi makna pada stimulus inderawi (*sensory stimuli*). Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi motivasi dan memori.⁴⁰

Persepsi merupakan proses dimana seorang memilih, mengatur dan menerjemahkan masukan informasi untuk

³⁸ Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, 82-83.

³⁹ Leon Schiffman dan Leslie Lazar K, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT Macanan Jaya Cermelang, 2018), 137.

⁴⁰ Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011), 50.

menciptakan gambaran dunia yang berarti. Poin utama adalah bahwa persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilingi dan kondisi dalam diri seseorang.⁴¹

c) *Belief and Attitude* (Keyakinan dan Sikap)

Keyakinan dan sikap melalui pengalaman dan pembelajaran, masyarakat mendapatkan keyakinan dan sikap. Selanjutnya, keyakinan dan sikap mempengaruhi perilaku pembelian. Keyakinan (*belief*) yaitu pemikiran deskriptif yang dipegang seseorang tentang yang disesuatu. Sama pentingnya dengan sikap (*attitude*) yaitu evaluasi dalam waktu lama tentang yang disukai atau yang tidak disukai seseorang, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan terhadap beberapa objek atau ide. Orang mempunyai sikap hampir terhadap segala hal, agama, politik, pakaian, musik, makanan. Sikap menempatkan seseorang dalam kerangka pikiran. Menyukai atau tidak menyukai sebuah objek, bergerak menuju atau beralih darinya. Sikap menuntun seseorang untuk berperilaku dengan cara yang konsisten terhadap objek yang sama. Karena sikap menghemat energi dari pikiran, sikap sangat sulit diubah.

⁴¹ Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), 180.

Perusahaan disarankan untuk menyesuaikan produknya dengan sikap yang ada dan tidak berusaha mengubah sikap itu.⁴²

Sikap merupakan kecenderungan bertindak, berpresepsi, berfikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu terhadap objek sikap. Objek boleh berupa benda, orang, tempat, gagasan atau situasi atau kelompok. Sikap mempunyai daya dorong atau motivasi. Sikap bukan sekedar rekaman masa lalu, tetapi juga menentukan apakah orang harus pro ataupun kontra terhadap sesuatu menentukan apa yang disukai. Diharapkan, dan diinginkan, mengenyampingkan apa yang tidak diinginkan, apa yang harus dihindari.⁴³

4) Faktor kebudayaan.

a) Subkultur

Subkultur mencakup kebangsaan, agama, kelompok, ras, dan daerah geografis. Banyak subkultur membentuk segmen pasar yang penting dan para pemasar kerap kali merancang produk dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka.

⁴² Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 186-187.

⁴³ Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, 39.

b) Kelas Sosial

Kelas sosial adalah devisi atau kelompok yang relative homogen dan tetap dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarkis dan anggota-anggotanya memiliki nilai, minat, dan perilaku yang mirip.⁴⁴



⁴⁴ TAbdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran* , 114.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan ilmu yang mempelajari tentang cara penelitian ilmu tentang alat-alat dalam suatu penelitian. Oleh karena itu metode penelitian membahas tentang konsep teoritis berbagai metode, kelebihan dan kelemahan yang dalam suatu karya ilmiah. Kemudian dilanjutkan dengan pemilihan metode yang akan digunakan dalam penelitian nantinya.⁴⁵ Metodologi penelitian membahas konsep teoritik berbagai metode, kelebihan dan kelemahannya yang dalam karya ilmiah diajukan dengan pemilihan metode yang digunakan. Sedangkan metode penelitian menggunakan secara teknis tentang metode-metode yang digunakan dalam penelitian.

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Dengan demikian penelitian kualitatif adalah penelitian yang tidak menghasilkan angka-angka, akan tetapi menghasilkan data-data deskriptif yang berupa ucapan dan perilaku dari subjek yang diteliti.

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif, yang dimaksud penelitian deskriptif yaitu penelitian yang hanya menggambarkan apa adanya, tentang suatu variabel, gejala atau keadaan dan tidak dimaksud untuk menguji hipotesis tertentu.

Penelitian kualitatif harus bersifat "*Perspektif Emic*" artinya memperoleh data "sebagaimana seharusnya", bukan berdasarkan apa yang di

⁴⁵ Noeng Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Rake Sarasin, 2000), 3.

pikirkan oleh peneliti, tetapi berdasarkan sebagaimana adanya yang terjadi dilapangan, yang dialami, dirasakan, dan dipikirkan oleh informan.⁴⁶

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan dimana penelitian tersebut hendak dilakukan. Wilayah penelitian biasanya berisi tentang lokasi (desa, organisasi, peristiwa, teks, dan sebagainya).⁴⁷ Adapun lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti ialah BPR Nusamba Rambipuji Jember. Jl Airlangga No. 26 Rambipuji Kabupaten Jember Jawa Timur.

BPR Nusamba Rambipuji Jember menjadi alasan peneliti karena BPR Nusamba Rambipuji Jember merupakan salah satu BPR yang menggunakan sistem pemberian hadiah dalam meningkatkan jumlah nasabah dan mendapatkan penghargaan kinerja sangat bagus dari majalah perbankan sebagai predikat kinerja “Sangat Bagus” pada tahun 2015, dan pada tahun 2019 BPR ini meraih penghargaan dari infobank sebagai “The Best 500 BPR Per Desember 2017-2018”

C. Subyek Penelitian

Subyek penelitian merupakan sumber informasi untuk mencari data data masukan masukan dalam mengungkap masalah penelitian atau yang biasa dikenal dengan istilah “informan” yaitu orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan tektik pengambilan sampel sumber data dengan

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2016), 295-296.

⁴⁷ Tim penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 46.

pertimbangan tertentu.⁴⁸ Pertimbangan pemilihan narasumber dianggap sebagai orang yang paling tahu terkait dengan fokus penelitian yang di gali oleh peneliti. peneliti dapat memperoleh data dengan mewawancarai informan yang terdiri dari:

1. Direktur Utama BPR Nusamba Rambipuji (Bapak Rofiul Qomar, SE)
2. Kabid Pemasaran (Bapak Andy Faturrohman)
3. Funding Officier (Lianita M)
4. Nasabah (Bapak Abdurrahim, Bapak Habiburrahman, Ibu Harizatul Izza, Ibu Siti Aisa dan Ibu Siti Mu'rifah)

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah cara-cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, menghimpun dan memperoleh data yang tepat dan valid.

Peneliti memilih dan mencari dimana sumber data bearbeda. Oleh kerana itu peneliti harus mampu menentukan dengan cepat dan tepat dimana sumber data dapat diperoleh dengan jalan menggunakan metode yang ada. Dalam penelitian ini metode yang digunakan oleh peneliti untuk menghimpun data, antara lain: metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.

1. Observasi

Observasi atau disebut pula dengan pengamatan merupakan kegiatan pemuatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra.⁴⁹ Dalam melakukan metode observasi ini, peneliti melakukan

⁴⁸ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 300.

⁴⁹Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jember: PT Rineka Cipta, 2006), 98.

pengamatan dilokasi tempat peneliti untuk menggali informasi dan mencatat hal-hal yang menjadi fokus permasalahan peneliti terkait dengan gejala-gejala penelitian.

Jenis observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi partisipan, karena peneliti melakukan interaksi dengan orang yang diteliti. Dalam hal ini, Spardley membagi jenis observasi partisipan menjadi empat, diantaranya pasif, moderat, aktif dan full. Dari beberapa pembagian itu peneliti termasuk dalam bagian pasif partisipan.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan tanya jawab langsung dengan staff BPR Nusamba Rambipuji Jember. Peneliti menggunakan wawancara semi stuktur. Dalam hal ini pewawancara menanyakan sejumlah pertanyaan yang sudah terstruktur, kemudian satu persatu diperdalam dengan menggali keterangan lebih lanjut. Dengan demikian jawaban yang diperoleh meliputi semua variable dengan keterangan yang lengkap dan mendalam. Adapun wawancara yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu:

- a. Mengenai mekanisme pemberian hadiah
- b. Mengenai peran pemberian hadiah
- c. Mengenai waktu pemberian hadiah

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.⁵⁰ Teknik ini digunakan untuk memperoleh data yang dianggap bisa membantu memberikan keterangan terhadap apa yang menjadi pembahasan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, metode documenter digunakan untuk memperoleh data:

- a. Struktur organisasi BPR Nusamba Rambipuji Jember
- b. Dokumen-dokumen yang diperlukan
- c. Proses pemberian hadiah di BPR Nusamba Rambipuji Jember

E. Analisis Data

Data dianalisis dengan menggunakan beberapa langkah sesuai teori Milles, Huberman dan Salda yakni menganalisis data dengan tiga langkah: Kondensi data (*data condensation*), menyajikan data (*data display*), dan menarik kesimpulan atau Verikasi (*conclusion drawing and verification*). Kondensasi data merujuk pada proses pemilihan (*selecting*), dan transformasi data (*transforming*).⁵¹

1. Pengumpulan data

Pengumpulan data merupakan prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan.⁵² Dalam tahap ini, pertama peneliti menemui bagian umum kemudian diarahkan ke kabid pemasara

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, 240.

⁵¹ Milles Huberman dan Saldana, *Qualitative Data Analysis A. Methods Edisi 3* (Unnited States Of America: SAGE Publcation, 2014), 14.

⁵² Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), 153.

untuk menggali informasi terkait promosi kepada nasabah. Kedua, peneliti menemui nasabah untuk melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi. Kemudian peneliti mencatat perkataan narasumber, beserta mengamati proses sesuai dengan fokus penelitian sesuai dengan pedoman penelitian. Mengumpulkan beberapa dokumentasi sesuai dengan fokus penelitian. Selanjutnya peneliti mencari beberapa tambahan referensi sesuai dengan data yang diperoleh dilapangan.

2. Kondensasi Data (*Data condensation*)

“Data condensation refers to the process of selecting data, focusin, simplifying, abstracting, and transforming the data that appea in written-up field notes or transcriptions”. Dalam kondensi data merujuk kepada proses menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi dan mentransformasi data yang terdapat pada catatan lapangan maupun transkrip dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut.

a. *Selecting*

Menurut Millez Huberman peneliti harus bertindak selectif. Yaitu menentukan dimensi dimensi mana yang lebih penting, hubungan hubungan mana yang lebih bermakna, dan sebagai konsekensinya, informasi apa yang dapat dikumpulkan dan dianalisis, informasi informasi yang berhubungan dengan mekanisme dan peran pemberian hadiah dalam meningkatkan minat penabung dikumpulkan pada tahapan ini. Peneliti mengumpulkan seluruh informasi tersebut untuk memperkuat penelitian.

b. *Focusing*

Menurut Millez Huberman menyatakan bahwa memfokuskan data merupakan bentuk praanalisis. Pada tahap ini, peneliti memfokuskan data yang berhubungan dengan rumusan masalah penelitian. Tahap ini merupakan tahap kelanjutan dari tahap seleksi data. Peneliti hanya membatasi data yang berhubungan dengan rumusan masalah.

Fokus data pada rumusan masalah pertama yaitu Bagaimana mekanisme pemberian hadiah pada PT. BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember. Dalam rumusan masalah yang kedua yaitu Bagaimana peran pemberian hadiah dalam peningkatan minat menabung pada PT. BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember.

c. *Abstracting*

Abstraksi merupakan usaha memfokuskan data menjadi rangkuman yang inti, proses, dan pernyataan pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada di dalamnya. Pada tahap ini, data yang telah terkumpul dievaluasi, khususnya yang berkaitan dengan kualitas dan kecukupan data. Jika data yang menunjukkan peran pemberian hadiah dalam peningkatan minat penabung di BPR Nusamba Rambipuji Jember sudah dirasakan baik dan jumlah data sudah cukup, data tersebut digunakan untuk menjawab masalah yang diteliti.

d. *Simplifying dan Transforming*

Data dalam penelitian ini selanjutnya disederhanakan dan ditransformasikan dalam berbagai cara, yakni melalui seleksi yang ketat, melalui ringkasan atau uraian singkat, menggolongkan data untuk menyederhanakan data peneliti mengumpulkan data peran pemberian hadiah dalam peningkatan minat penabung di BPR Nusamba Rambipuji Jember ke dalam analisis data dan pembahasan temuan.

3. Penyajian data (Data display)

Peneliti menyajikan data dalam bentuk uraian singkat, tabel dan bagan yang menggambarkan peran pemberian hadiah dalam peningkatan minat penabung. Dirancang untuk menggabungkan informasi yang tersusun dan mudah diraih.

4. Kesimpulan, penarikan/ verifikasi (*conclusion, drawing/ verivication*)

Peneliti menyimpulkan data sesuai dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan. Data data yang sudah dideskripsikan disimpulkan secara umum. Simpulan tersebut meliputi peran pemberian hadiah dalam peningkatan minat penabung Setelah disimpulkan, analisis data kembali pada tahap awal sampai semua data kompleks.

F. Keabsahan Data

Pemeriksaan terhadap keabsahan data merupakan salah satu bagian yang sangat penting di dalam penelitian kualitatif yaitu untuk mengetahui derajat kepercayaan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Apabila peneliti melaksanakan pemeriksaan terhadap keabsahan data secara cermat dan

menggunakan teknik yang tepat, maka akan diperoleh hasil penelitian yang benar-benar dapat dipertanggung jawabkan dari berbagai segi.

Untuk memeriksa keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *triangulasi*. Menurut Sugiyono triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Namun dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Menurut Sugiyono triangulasi sumber berarti untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.⁵³

G. Tahap-tahap Penelitian

Tahapan yang perlu dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari tiga tahapan, yaitu tahap pra lapangan, tahap pekerjaan lapangan dan tahap analisis data.

1. Tahap pra lapangan

Dalam tahap awal ini, terdapat enam langkah yang dilakukan oleh peneliti yaitu :

a. Menyusun rancangan penelitian

Rencana penelitian ini diawali dengan pengajuan judul, menyusun matriks penelitian yang kemudian dikonsultasikan pada dosen pembimbing dan berlanjut dengan penyusunan proposal hingga seminar proposal

⁵³ Sugiyono, *Memahami penelitian kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2016),127.

b. Memilih lapangan penelitian

Lokasi penelitian yang akan diteliti adalah BPR Nusamba Rambipuji Jember. Pemilihan lokasi tersebut disertai alasan-alasan tertentu, sebagaimana yang telah dijelaskan pada topik sebelumnya yaitu pada topik lokasi penelitian.

c. Menjajaki dan menilai lapangan

Tahap ini merupakan pengenalan awal terhadap kondisi lapangan, sebagai bekal permulaan penelitian yang akan dilakukan.

d. Memilih dan memanfaatkan informan

Pada tahap ini, peneliti memilih informan yang sesuai dengan judul meliputi Pimpinan BPR Nusamba Rambipuji , Staff Tabungan, bagian Keuangan dan Administrasi dan Nasabah.

2. Tahap pekerjaan lapangan

Setelah menyelesaikan tahapan-tahapan pada tahap pra lapangan, peneliti dapat mengawali dan memulai penelitian sesuai rancangan penelitian yang telah disusun sebelumnya.

3. Tahap analisis data

Pada tahap terakhir ini, peneliti menganalisa data sesuai dengan teknik analisis yang dipergunakan, yaitu analisis deskriptif, kemudian dilanjutkan dengan menyusun laporan penelitian.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah BPR Nusamba

Sekitar tahun 1987-1988, terjadi urbanisasi besar-besaran hal itu diakibatkan perkembangat perekonomian di ibu Kota Jakarta sangat pesat, sedangkan di daerah sangatlah lambat dan hampir tidak berkembang. Dari kondisi tersebut, PT. BPR Nusamba mempunyai niat membantu Pemerintah dan masyarakat dalam upaya pemerataan ekonomi dengan cara mendirikan bank pada awal februari tahun 1990, BPR Nusamba di dirikan serentak di pulau Jawa dan Bali sebanyak 20 kantor pusat. Pada akhir tahun 2005 terdapat 38 kantor pelayanan dan pada tahun 2006 bertambah menjadi 70 kantor pelayanan, sedangkan target tahun 2007-2008 adalah lebih dari 100 kantor pelayanan. PT. BPR Nusamba Rambipuji merupakan salah satu Bank Perkreditan Rakyat yang berdiri di Kabupaten Jember sejak tanggal 17 Februari 1990, bergerak di bidang jasa perbankan dengan melayani penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk Tabungan dan Deposito serta melayani penyaluran dana berupa Kredit, BPR Nusamba Rambipuji telah berkompeten di bidangnya selama 27 tahun terakhir. Dengan berkedudukan di Jl. Airlangga No. 26 Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember – Jawa Timur, BPR Nusamba Rambipuji didirikan berdasarkan Akta Notaris No. 112 dibuat di Jakarta pada tanggal 29 September 1989 yang disahkan oleh Menteri Kehakiman

Republik Indonesia dan mendapatkan Surat Izin Usaha dari Menteri Keuangan Republik Indonesia, BPR Nusamba Rambipuji siap melayani anda melalui produk jasa keuangan. Hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan kepercayaan kepada masyarakat kepada BPR Nusamba Rambipuji sehingga dimasa yang akan datang BPR Nusamba Rambipuji menjadi BPR yang berkembang bersama masyarakat.

2. Visi dan Misi

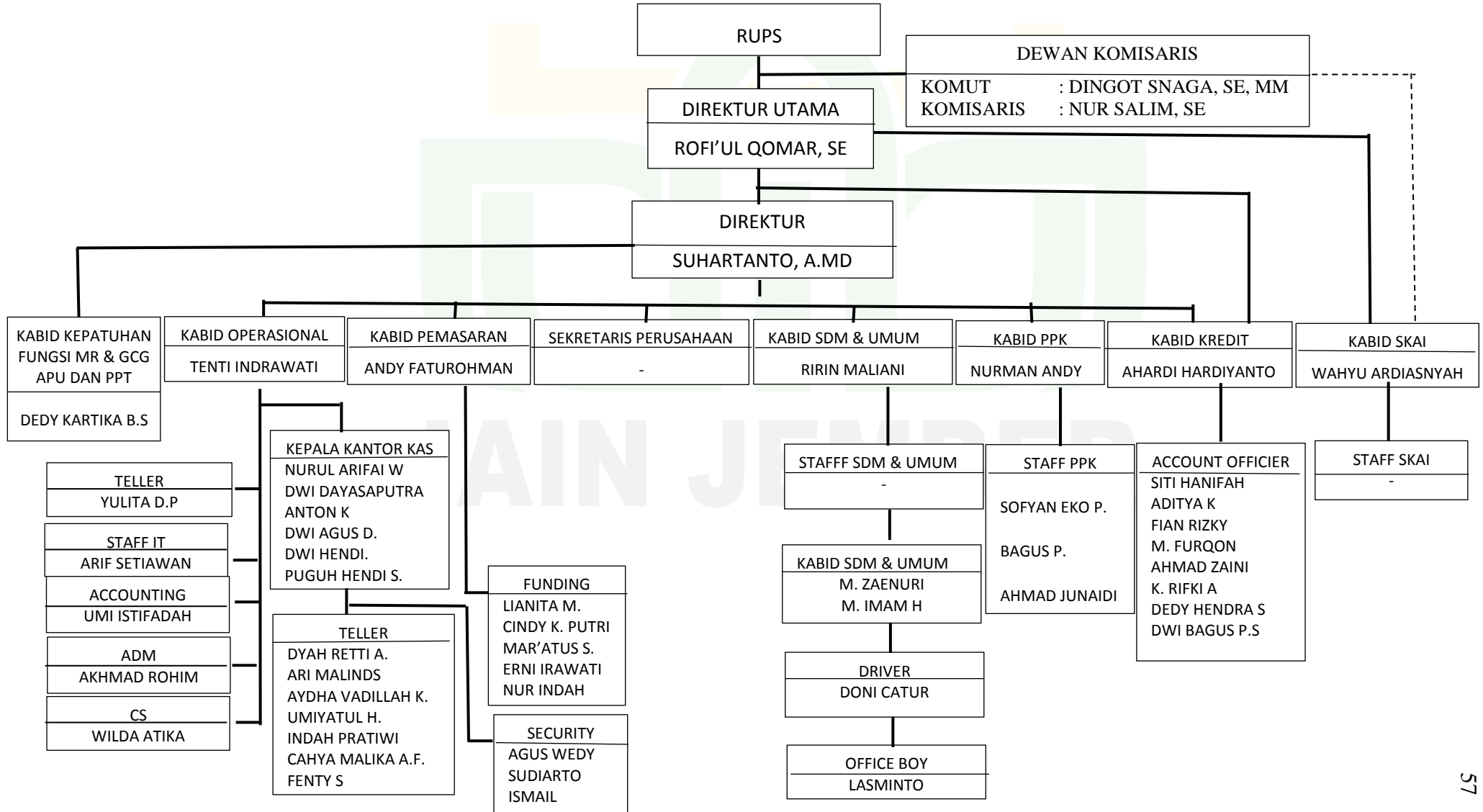
Visi

Menjadi bank yang terpercaya dan membangun masa depan di wilayah Kabupaten Jember khususnya dan skala Nasional pada umumnya.

Misi

- a. Mendayagunakan seluruh asset perusahaan dengan maksimal dan seefisien mungkin.
- b. Menjalin kemitraan secara professional dan saling menguntungkan dengan seluruh stakeholder untuk kelangsungan dan pertumbuhan bisnis.
- c. Mengoptimalkan seluruh potensi sumber daya yang dimiliki secara kreatif, inovatif, dan produktif guna memberikan nilai tambah positif bagi stakeholder.
- d. Berperan terhadap masa depan yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.
- e. Berperan dalam membangun UMKM dengan memberi pelayanan yang terbaik.

3. Struktur Organisasi BPR Nusamba Rambipuji Jember.



4. Deskripsi Jabatan (Job Description)

a. Komisaris Utama

- 1) Mengawasi kebijakan direksi.
- 2) Melakukan pengawasan aktif terhadap pelaksanaan penerapan program anti pencucian uang (APU) dan pencegahan pendanaan terorisme (PPT)
- 3) Menyetujui seluruh standar operasional prosedur yang dibuat oleh direksi.
- 4) Menyetujui rencana bisnis bank yang telah dibuat oleh direksi dan mengkomunikasikan kepada pemegang saham.

b. Komisaris

- 1) Bersama-sama komisaris utama mengawasi kebijakan direksi.
- 2) Bersama-sama komisaris utama melakukan pengawasan aktif terhadap pelaksanaan penerapan terhadap program APU dan PPT
- 3) Bersama-sama komisaris utama menyetujui seluruh SOP yang dibuat oleh direksi.
- 4) Bersama-sama komisaris utama menyetujui rencana bisnis Bank yang telah dibuat oleh direksi dan mengkomunikasikan kepada pemegang saham.
- 5) Bersama-sama komisaris utama melakukan pengawasan aktif terhadap pelaksanaan kebijakan pengkreditan dan melaporkan hasil pengawasan kepada instansi yang berwenang secara semesteran.

c. Direktur Utama

- 1) Mewakili BPR di dalam dan di luar Pengadilan tentang segala hal dan dalam segala kejadian, menjalin kerja sama dengan pihak ketiga serta menjalankan segala tindakan kepengurusan maupun kepemilikan dengan Batasan-batasan yang jelas.
- 2) Melaporkan kepada perseroan tentang saham yang dimilikinya dan/atau keluarganya dalam perseroan dan perseroan lain untuk selanjutnya dicatat dalam daftar khusus.
- 3) Membuat daftar pemegang saham, daftar khusus, risalah RUPS dan risalah rapat Direksi.
- 4) Membuat laporan tahunan dan dokumen keuangan BPR.
- 5) Memelihara seluruh daftar, risalah dan dokumen keuangan dan dokumen perseroan.

d. Direktur

- 1) Mewakili BPR di dalam dan di luar Pengadilan tentang segala hal dan dalam segala kejadian, menjalin kerja sama dengan pihak ketiga serta menjalankan segala tindakan kepengurusan maupun kepemilikan dengan Batasan-batasan yang jelas.
- 2) Melaporkan kepada perseroan tentang saham yang dimilikinya dan/atau keluarganya dalam perseroan dan perseroan lain untuk selanjutnya dicatat dalam daftar khusus.
- 3) Membuat daftar pemegang saham, daftar khusus, risalah RUPS dan risalah rapat Direksi.

e. Kepala Kantor Pusat Operasional

- 1) Menyusun rencana bisnis Bank kantor pusat operasional
- 2) Mengkoordinasikan aktifitas operasional, penghimpun dan penyaluran dana serta menjaga kualitas kredit dengan baik.
- 3) Menyampaikan laporan keuangan bulanan dan laporan lainnya kepada direksi.
- 4) Memastikan seluruh system dan prosedur dilaksanakan sesuai ketentuan.
- 5) Menjaga likuiditas perusahaan dengan baik.

f. Kepala Cabang

- 1) Menyusun rencana bisnis Bank Kantor Cabang.
- 2) Mengkoordinasikan aktifitas operasioanal, penghimpunan dan penyaluran dana serta menjaga kualitas kredit dengan baik.
- 3) Menyampaikan laporan keuangan bulanan dan laporan lainnya kepada Direksi.
- 4) Memastikan seluruh system dan prosedur dilaksanakan sesuai ketentuan.
- 5) Menjaga likuiditas perusahaan dnegan baik.

g. Kepala Bidang Satuan Kerja Audit Internal

- 1) Mengkoordinir pelaksanaan pemeriksaan yang dilakukan oleh staff pengawasan
- 2) Pengawasan atas penerapan program inti pencucian uang (APU) dan pencegahan pendanaan terorisme (PPT)

3) Melaporkan dengan segera kepada direksi terhadap transaksi-transaksi nasabah yang dianggap mempunyai risiko tinggi atau nasabah yang mempunyai transaksi mencurigakan (Suspicious Transaction)

4) Pengawasan atas penerapan SOP yang telah dibuat oleh Direksi.

5) Memastikan pelaksanaan pemeriksaan yang dilakukan oleh staff pengawasan telah dijalankan sesuai SOP bidang pengawasan.

h. Kepala Bidang Kepatuhan Manajemen Risiko APU & PPT

1) Menyusun dan mengkinikan pedoman kerja, sistem dan prosedur sesuai dengan kondisi dan perkembangan terkini.

2) Menyusun laporan atas pelaksanaan pemantauan dan evaluasi terhadap kepatuhan Bank dan disampaikan kepada Direktur yang membawahkan fungsi kepatuhan dan manajemen risiko.

3) Memastikan bahwa semua aktifitas Bank telah dilaksanakan dengan mematuhi peraturan perundang-undangan, perjanjian dan komitmen dengan OJK serta kebijakan internal yang berlaku.

4) Melaporkan hasil penilaian dan evaluasi terhadap tingkat kepatuhan Bank kepada Direktur yang membawahkan fungsi kepatuhan dan manajemen risiko.

5) Membuat rekapitulasi hasil penilaian kepatuhan Bank secara berkala sebagai bahan evaluasi Direktur yang membaahkan fungsi kepatuhan untuk pelaksanaan perbaikan lebih lanjut.

i. Sekretaris Perusahaan

- 1) Melaksanakan administrasi, korespondensi, dan komunikasi untuk kepentingan pengurus dan perusahaan.
- 2) Mengadakan alat kantor dan kebutuhan umum pengurus.
- 3) Mengurus baju, keperluan operasional dan akomodasi pengurus.
- 4) Membuat laporan secara berkala untuk disampaikan kepada instansi yang berwenang dan pihak terkait tentang struktur kelompok usaha, laporan semesteran dan laporan keuangan tahunan.
- 5) Membuat dan menata usahkan notulen rapat pengurus.

j. Kepala Bidang Operasional

- 1) Mengkoordinir kegiatan teller, customer service, accounting, TI, administrasi, serta Kepala Kantor Kas.
- 2) Memastikan kegiatan teller, CS, accounting, TI, dan administrasi, serta kantor kas telah sesuai dengan prosedur dan peraturan.
- 3) Memeriksa keabsahan slip transaksi harian dibidangnya serta menjaga keakuratan proses pembukuan.
- 4) Memaraf keabsahan specimen penabung dan deposan.
- 5) Memeriksa pencadangan bunga deposito.

k. Kepala Bidang Pemasaran

- 1) Mengkoordinir proses kegiatan pemasaran dana dan produk jasa Bank

- 2) Melaksanakan kebijakan pemasaran dana dan produk jasa Bank sesuai anggaran.
- 3) Melakukan negosiasi dengan calon nasabah potensial.
- 4) Memberikan penjelasan berbagai keunggulan produk dana dan produk jasa bank kepada calon nasabah.
- 5) Memberikan masukan perihal pemasaran dana dan produk jasa Bank kepada direksi dalam pembuatan anggaran.

l. Kepala Bidang Sumber Daya Manusia & Umum

- 1) Mengkoordinasikan pelaksanaan kesekretariatan, administrasi korespondensi dan komunikasi kepentingan kantor.
- 2) Melaksanakan proses dan fungsi kepegawaian, meliputi penerimaan tenaga kerja, Pendidikan dan pelatihan, konsultasi, pembayaran gaji/tunjangan karyawan, sampai pada pemutusan hubungan kerja.
- 3) Pencatatan dan pengelolaan aset perusahaan.
- 4) Melakukan inventarisasi kebutuhan alat tulis kantor dan kebutuhan umum kantor.
- 5) Mengelola dan membuat laporan kas kecil.

m. Kepala Bidang Pembinaan Dan Penyelesaian Kredit.

- 1) Menjaga agar portofolio kredit tetap dalam kondisi lancar.
- 2) Memonitor angsuran kredit.
- 3) Membuat target penagihan angsuran kredit dan memantau hasilnya.

- 4) Membuat target penagihan kredit yang telah hapus buku.
- 5) Memberikan masukan perihal perkreditan kepada KKPO/ Kepala Cabang dalam pembuatan anggaran.

n. Kepala Bidang Kredit

- 1) Mengkoordinir proses pelaksanaan dan penyaluran kredit.
- 2) Melaksanakan kebijakan penyaluran kredit sesuai anggaran.
- 3) Melakukan negosiasi dengan calon nasabah kredit potensial.
- 4) Memastikan proses pelaksanaan dan penyaluran kredit telah sesuai dengan prosedur.
- 5) Memberikan penjelasan berbagai keunggulan produk kredit kepada calon debitur.

o. Kepala Kantor Kas

- 1) Mengkoordinir kegiatan operasional, dikantor kas.
- 2) Memastikan bahwa kegiatan operasional sistim dan prosedur dilaksanakan sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang berlaku.
- 3) Memeriksa keabsahan slip transaksi harian di kantor kas.
- 4) Membuat laporan penerimaan dan pengeluaran kas kepada kantor [usat operasional / kantor cabang.
- 5) Menjaga keamanan likuiditas secara optimal.

p. Staff Satuan Kerja Audit Internal

- 1) Memeriksa bahwa jalannya operasional perusahaan, semua kebijakan dan prosedur telah dijalankan sesuai ketentuan yang berlaku.

- 2) Memeriksa bahwa semua asset perusahaan telah diadministrasikan secara baik dan benar.
- 3) Melakukan pemeriksaan kas, persediaan dan dokumen kredit secara berkala.
- 4) Memeriksa rekonsiliasi antar bank aktiva.
- 5) Memeriksa catatan-catatan administrasi (uku register) Bank.

q. Staff Kepatuhan

- 1) Bersama-sama Kepala Bidang Menyusun dan mengkinikan pedoman kerja, sistem dan prosedur sesuai dengan kondisi dan perkembangan terkini.
- 2) Menyusun laporan atas pelaksanaan pemantauan dan evaluasi terhadap penerapan Tata Kelola, kepatuhan, Manajemen Risiko serta APU & PPT dan disampaikan kepada Kepala Bidang Kepatuhan.
- 3) Memastikan bahwa semua aktivitas Bank telah dilaksanakan dengan mematuhi peraturan perundnag-undangan, perjanjian dan komitmen dengan OJK serta peraturab dan kebijakan internal yang baru.
- 4) Melaporkan hasil penilaian dan evaluasi terhadap tingkat kepatuhan Bank kepada Kepala Bidang Kepatuhan.
- 5) Bersama-sama Kepala Bidang Kepatuhan membuat rekapitulasi hasil penilaian Tata Kelola, kepatuhan, Manajemen Risiko serta penerapan APU dan PPT secara berkala sebagai bahan evaluasi

direktur yang membawakan fungsi kepatuhan untuk pelaksanaan perbaikan lebih lanjut.

r. Teller

- 1) Melaksanakan penarikan pembayaran dan pencairan dana.
- 2) Mencatat transaksi tunai, menyusun rekapitulasi in and out flow (uang masuk dan uang keluar)
- 3) Memproses dan mengadministrasikan pengambilan dan penyetoran uang ke vault.
- 4) Menerima uang setoran atau warkat sendiri.
- 5) Memproses transaksi kas dan uang tunai.

s. Customer Service

- 1) Memberikan informasi mengenai produk dan/ atau layanan termasuk semua persyaratannya kepada konsumen, secara jelas, lengkap, dengan Bahasa yang mudah dimengerti.
- 2) Memastikan terlaksananya penerapan APU dan PPT sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 3) Pengkinian data dan identifikasi nasabah.
- 4) Mencetak bunga tabungan di buku nasabah.
- 5) Memperbarui buku tabungan yang rusak atau penuh.

t. Teknologi dan Informasi (TI)

- 1) Install, perbaikan, pemeliharaan, semua peralatan computer termasuk PC, printer dan peripheral lainnya.

- 2) Membantu pengguna dalam mempelajari pengoperasian peralatan computer dan perangkat lunak.
- 3) Melakukan pemeliharaan dan perbaikan pada setiap unit alat kerja (computer)
- 4) Memeriksa dan memantau koneksi jaringan.
- 5) Memantau penanganan Back Up File untuk database server utama.

u. Accounting

- 1) Melaksanakan pembukuan atas transaksi yang dilaksanakan setiap hari.
- 2) Membuat laporan neraca dan rugi/laba hari dan bulanan.
- 3) Memproses, mengelola pembukuan transaksi Bank.
- 4) Mentatalaksanakan buku yang menjadi tanggung jawab pembukuan.
- 5) Membuat laporan bulanan setiap periode baik untuk kepentingan internal maupun eksternal.

v. Adminstrasi (KKPO & Kantor Cabang)

- 1) Menerima dokumen permohonan kredit.
- 2) Meregister permohonan kredit.
- 3) Mempersiapkan berbagai sarana administrasi pengikatan kredit.
- 4) Mengatur jadwal pengikatan kredit.
- 5) Memberikan penjelasan mengenai hak dan kewajiban para pihak pada saat pengikatan kredit.

w. Administrasi (Penempatan Kantor Kas)

- 1) Menerima dokumen permohonan kredit.
- 2) Meregister permohonan kredit.
- 3) Mempersiapkan berbagai sarana administrasi pengikatan kredit.
- 4) Mengatur jadwal pengikatan kredit.
- 5) Memberikan penjelasan mengenai hak dan kewajiban para pihak pada saat pengikatan kredit.

x. Funding Officier (FO)

- 1) Melaksanakan kegiatan pemasaran dana dan produk jasa Bank untuk mencapai target yang telah ditetapkan kepala bidang pemasaran.
- 2) Membuat perencanaan pengembangan dana dan produk jasa Bank.
- 3) Memasarkan produk tabungan, deposito dan produk jasa Bank.
- 4) Mencari nasabah-nasabah potensial.
- 5) Melayani jemputan setoran / penarikan tabungan dan deposito.

y. Staf SDM & Umum

- 1) Melaksanakan administrasi korespondensi dan komunikasi kepentingan kantor
- 2) Menyimoan dan mengeluarkan serta mengelola kearsipan masing-masing kantor.
- 3) Meminta informasi data dari kantor pusat operasional atau kepala kantor cabang.
- 4) Mengadakan alat tulis kantor dan kebutuhan karyawan

5) Mengurus gaji dan akomodasi karyawan, pejabat, dan kepala kantor.

z. Staff Pembinaan Dan Penyelesaian Kredit (P2K)

- 1) Memoitor perkembangan usaha debitur dan angsuran kredit.
- 2) Membuat rencana penagihan kredit.
- 3) Aktif melakukan oenagihan kredit baik bagi ytang lancer, kredit bermasalah maupun kredit hapus buku.
- 4) Membuat surat teguran/ peringatan kepada debitur.
- 5) Melaporkan hasil penagihan kepada kepala bidnag PPK.

aa. Account Officier (AO)

- 1) Melakukan kegiatan pemasaran kredit
- 2) Melakukan investigasi berkas permohonan/ permintaan kredit
- 3) Melakukan peninjauan langsung ke lapangan dan menilai kelayakan calon usaha calon debitur.
- 4) Menilai kelayakan jaminan.
- 5) Memasarkan produk kredit,

bb. Driver

- 1) Mengantar karyawan perusahaan untuk tujuan setoran dan penarikan dana di Bank lain dengan dampingan satpam.
- 2) Mengantar petugas Bank melakukan oengambilan atau penyetoran dana masyarakat.
- 3) Memngantar bagian kredit untuk melakukan on the spot secara team.

- 4) Merawat dan menjaga keamanan mobil mobil

cc. Security

- 1) Menjaga keamanan di dalam dan di luar lingkungan kantor sesuai jam kerja.
- 2) Menerima tamu atau surat-surat masuk
- 3) Mengantar tamu kepada yang dituju.

dd. Office Boy

- 1) Membersihkan semua bagian kantor baik dalam maupun luar kantor.
- 2) Membantu kabid SDM & UMUM dalam mengirim surat dinas.
- 3) Menyediakan makanan dan minuman karyawan dan tamu.
- 4) Membersihkan segala inventaris kantor.
- 5) Membuka dan menutup ruang kantor.

5. Produk-produk BPR Nusamba Rambipuji Jember

a. Penghimpun dana Masyarakat

- 1) Tabungan:
 - a) Tabungan Harmoni plus, tabungan berhadiah mobil, sepeda motor, dll yang diundi setahun sekali. Syarat dan ketentuan:
 - (1) Saldo maksimum tidak dibatasi
 - (2) Setoran awal Rp. 100.000,-
 - (3) Setoran selanjutnya Rp. 50.000,-
 - (4) Biaya administrasi Rp. 2.000,-
 - (5) Saldo minimum Rp. 100.000,-

(6) Bunga/ bagi hasil 0,00% s/d 4,00%

(7) Perhitungan bunga saldo terendah

Tabel 4.1 Hadiah Tabungan Harmoni Plus

Hadiah	Jumlah	Jenis Hadiah	Keterangan
Utama	1 UNIT	MOBIL TOYOTA INNOVA SERI J MANUAL	Wilayah Jawa Timur
1.	1 Unit	HONDA VARIO 125 FI	Masing-masing BPR
2.	2 Unit	LEMARI ES 2 PINTU L	Masing-masing BPR
3.	3 Unit	TV LED 32" LG	Masing-masing BPR
4.	3 Unit	SEPEDA MTB POLYGON	Masing-masing BPR

Sumber: Brosur Tabungan Harmoni Plus

b) Tabungan Nusamba Premium yaitu tabungan dengan bunga lebih dari deposito, dengan ketentuan:

- (1) Saldo maksimum tidak dibatasi
- (2) Setoran awal Rp. 3000.000,-
- (3) Setoran selanjutnya Rp. 1.000.000,-
- (4) Biaya administrasi Rp. 5.000,-
- (5) Saldo minimum Rp. 1000.000,-
- (6) Bunga/ bagi hasil 0,00% s/d 6, 25%
- (7) Perhitungan bunga saldo harian

c) Tabungan Sihastor yaitu tabungan dengan bunga harian dengan suku bunga yang menarik. Dengan ketentuan:

- (1) Saldo maksimum tidak dibatasi
- (2) Setoran awal Rp. 25.000,-
- (3) Setoran selanjutnya Rp. 20.000,-

- (4) Biaya administrasi Rp. 1.000,-
- (5) Saldo minimum Rp. 25.000,-
- (6) Bunga/ bagi hasil 0,00% s/d 5,00%
- (7) Perhitungan bunga saldo progresif
- (8) Biaya administrasi rekening pasif Rp. 2000,- perbulan apabila tidak ada transaksi selama 6 bulan berturut-turut.

d) Tabungan-Ku yaitu tabungan masyarakat dengan setoran awal dan selanjutnya yang cukup minim dan terjangkau, dengan syarat dan ketentuan:

- (1) Mengisi form permohonan pembukaan rekening tabungan (data harap diisi dengan benar dan jelas)
- (2) Menandatangani kartu Spicement/ contoh tanda tangan/
- (3) Menunjukkan KTP asli dan menyerahkan FC KTP
- (4) Setoran awal Rp. 10.000,-
- (5) Setoran selanjutnya Rp. 10.000,-
- (6) Saldo tersisa minimal Rp. 10.000,-
- (7) Biaya administrasi Rp. 0,-
- (8) Saldo minimum Rp. 10.000,-
- (9) Bunga/ bagi hasil 3,00%
- (10) Perhitungan bunga saldo harian progresif
- (11) Biaya administrasi rekening pasif Rp. 1.000,- perbulan

e) Tabungan SIMPEL (SIMpaan PELajar) yaitu simpanan yang khususkan untuk pelajar mulai dari PAUD, TK, SD, SMP, dan SMA, dengan syarat dan ketentuan:

(1) Mengisi form permohonan pembukaan rekening tabungan
(data harap diisi dengan benar dan jelas)

(2) Menandatangani kartu Spicement/ contoh tanda tangan

(3) Menunjukkan menyerahkan FC KTP orang tua dan KK untuk (PAUD, TK, SD), dan menyerahkan FC kartu pelajar (untuk SMP dan SMA)

(4) Setoran awal Rp. 5.000,-

(5) Setoran selanjutnya Rp. 10.000,-

(6) Saldo tersisa minimal Rp. 1.000,-

(7) Biaya administrasi Rp. 0,-

(8) Bunga/ bagi hasil 0,00%

(9) Perhitungan bunga program reward

(10) Biaya administrasi rekening pasif Rp. 1.000,- perbulan

2) Deposito:

a) Deposito Super Plus yaitu deposito berhadiah langsung berdasarkan perolehan poin, dan hadiah dapat disesuaikan dengan permintaan Depositan dengan nominal mulai dengan Rp. 5 juta dengan jangka waktu s/d 60 bulan, dengan ketentuan:

- (1) Perhitungan poin setiap nominal Rp. 5.000.000,- dan kelipatannya mendapatkan 1 poin/bulan. 1 point = Rp. 20.000,-
- (2) Minimal saldo Rp. 5.000.000-
- (3) Jangka waktu 3 s/d 60 bulan
- (4) Suku bunga LPS dikurangi hadiah langsung
- (5) Special rate ditentukan oleh direksi
- (6) Pemberian bunga diberikan setiap tanggal valuta, secara tunai atau langsung masuk ke rekening yang bersangkutan
- (7) Pajak bunga nominal simpanan di atas Rp. 7.500.000,- akan dikenakan pajak sesuai ketentuan pemerintah.
- (8) Bea materai Rp. 6.000,-

Tabel 4.2 Ketentuan Umum Deposito Super Plus

Nominal	Jangka Waktu (Bulan)					
	6 Bulan	12 Bulan	24 Bulan	36 Bulan	48 Bulan	60 Bulan
	Poin					
5.000.000	6	12	24	36	48	60
10.000.000	12	24	48	72	96	120
15.000.000	18	36	72	108	144	120
20.000.000	24	48	96	144	192	240
25.000.000	30	60	120	180	240	300
30.000.000	36	72	144	216	288	360
35.000.000	42	84	168	252	336	420
40.000.000	48	96	192	288	384	480
45.000.000	54	108	216	324	432	540
50.000.000	60	120	240	360	480	600

55.000.000	66	132	264	396	528	660
60.000.000	72	144	288	432	576	720
65.000.000	78	156	312	468	624	780
70.000.000	84	168	336	504	672	840
75.000.000	90	180	360	540	720	900
80.000.000	96	192	384	576	768	960
85.000.000	102	204	408	612	816	1020
90.000.000	108	216	432	648	864	1080
95.000.000	114	228	456	684	912	1140
100.000.000	120	240	480	720	960	1200

Tabel 4.3 Jenis Hadiah Deposito Super Plus

Jenis Hadiah	Jumlah Poin
Honda Vario	1166 poin
Sepeda Gunung	660 poin
Tv LED 42 Inc	646 poin
Iphone 4G	462 poin
Laptop/Notebook	443 poin
Apple Ipad 3G	440 poin
Hp Blackberry	404 poin
Handycam	287 poin
Lemari Es 2 Pintu	176 poin
Mesin Cuci 8 Kg	160 poin
Camera Digital/ SLR	105 poin
DVD Player	27 poin

Sumber: Brosur Deposito Super Plus

- b) Deposito Nusamba Berjangka yaitu deposito dengan suku bunga menarik dengan nominal mulai dari Rp. 1.000.000,- dengan jangka waktu s/d 24 bulan, dengan syarat dan ketentuan:
- (1) Mengisi form permohonan pembukaan rekening tabungan
(data harap diisi dengan benar dan jelas)
 - (2) Menandatangani kartu Spicement/ contoh tanda tangan

- (3) Menunjukkan KTP asli dan menyerahkan FC KTP
- (4) Copy bilyet deposito
- (5) Kartu bunga deposito
- (6) Nominal minimal Rp. 1.000.000,-
- (7) Jangka waktu dan suku bunga

No.	Jangka Waktu	Suku Bunga
1.	1 Bulan	6,00%
2.	3 Bulan	6,50%
3.	6 Bulan	7,00%
4.	9 Bulan	7,00%
5.	12 Bulan	7,50%
7.	18 Bulan	7,50%
8.	24 Bulan	7,50%

- (8) Pencairan deposito sebelum tanggal jatuh tempo deposito dikenakan pinalti atau denda yaitu bunga bulan berjalan hangus, 1% X nominal.

b. Pelemparan Dana Masyarakat

1. Kredit Nusamba

Kredit umum untuk semua lapisan masyarakat dengan perhitungan bnga secara Flat Anuitas dan Slaiding.

Persyaratan Pengajuan Kredit:

- a. Fotocopy E-KTP Suami dan Istri/ Penjamin
- b. Fotocopy Surat Nikah dan KK
- c. Fotocopy jaminan BPKB/ SHM/ SHGB

2. Kredit Harmoni

Kredit umum untuk semua lapisan masyarakat dengan perhitungan bunga secara Flat Murni.

Tabel 4.4 Ilustrasi Angsuran Kredit Setiap Bulan

Nominal	12 Bulan	24 Bulan	36 Bulan
10.000.000	983.333	579.167	452.778
15.000.000	1.475.000	868.750	679.167
20.000.000	1.966.667	1.158.333	905.556
25.000.000	2.458.333	1.447.917	1.131.994
30.000.000	2.950.000	1.737.500	1.358.333
40.000.000	3.933.333	2.316.667	1.811.111
50.000.000	4.916.667	2.895.833	2.263.889
60.000.000	5.900.000	3.475.000	2.716.667
70.000.000	6.883.333	4.054.167	3.169.444
80.000.000	7.866.667	4.633.333	3.622.222
90.000.000	8.850.000	5.212.500	4.075.000
100.000.000	9.833.333	5.791.667	4.577.778
150.000.000	14.750.000	8.687.500	6.791.667

Sumber: Brosur kreditku harmoni berhadiah

3. Kredit Pundi

Kredit program untuk semua lapisan masyarakat (diutamakan untuk kaum perempuan) dengan perhitungan bunga secara Flat Anuitas dan Slaiding.

B. Penyajian Data dan Analisis

Sebagaimana telah dijelaskan bahwa dalam penelitian ini menggunakan Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi sebagai alat untuk mendukung penelitian ini. Setiap penelitian haruslah disertai dengan metode analisis data yang digunakan, sehingga menghasilkan

uatu kesimpulan agar penyajian terarah, maka disesuaikan dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Mekanisme pemberian hadiah pada BPR Nusamba Rambipuji Jember

Pemberian hadiah yang dilaksanakan oleh BPR Nusamba Rambipuji adalah suatu strategi guna meningkatkan daya beli masyarakat terhadap produk-produk yang ditawarkan. Mudahnya syarat yang diberikan BPR Nusamba membuat anggotanya memiliki peluang yang sama untuk memenangkan undian hadiah dengan menetapkan batas saldo anggota yang dapat menjadi peserta undian hadiah.

a. Hadiah Berbasis Poin

Bapak Rofiul Qomar, SE selaku Direktur Utama BPR Nusamba Rambipuji mengatakan bahwa:

“BPR Nusamba Rambipuji ini memang memberikan undian berhadiah mbak khususnya untuk produk Tabungan Harmoni Plus yang hadiah utamanya satu unit mobil Kijang Innova, untuk deposito banyak hadiah yang ditawarkan seperti sepeda motor, lemari es, mesin cuci dan lain sebagainya dan untuk produk kredit hadiah utamanya satu unit Toyota X-Pander. Hadiah ini sebagai daya tarik tersendiri untuk masyarakat mempercayakan dananya supaya mereka simpan di sini dan hadiah yang kita berikan ini berbasis poin dengan sistem computerize jadi secara otomatis komputer yang menghitung”.⁵⁴

Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Andy selaku Ketua

Bidang Pemasaran di BPR Nusamba Rambipuji

“Jadi begini mbak, kalau di BPR Nusamba hadiahnya berbasis poin untuk produk tabungan harmoni plus perhitungannya Rp.

⁵⁴ Rofiul Qomar, *Wawancara*, Jember, 10 Juli 2019

100.000,- mendapat 1 poin, dan berlaku kelipatannya kemudian diakumulasikan dengan total saldonya setelah itu diakumulasi sampai akhir bulan selama saldo yang tertera masih seratus ribu. Misalkan Mbaknya menabung Rp. 1000.000,- di bulan Januari 2019 lalu dibulan februari dapat 10 poin lagi selama saldo masih Rp. 1000.000,- kalau misalkan di bulan Februari menabung lagi Rp. 5.000.000,- maka akan mendapat 50 poin jadi diakumulasikan menjadi 60 poin, dengan pengakumulasian tersebut dalam arti semakin besar nilai saldonya otomatis kesempatan mendapatkan hadiah akan semakin besar. Untuk produk Deposito Super Plus minimal saldo adalah 5 juta jadi perhitungannya nominal saldo dibagi 5 juta. Untuk mengetahui nilai hadiah deposito berarti: nominal dibagi 5 juta dikalikan Rp. 20.000 (satu poin senilai 20 ribu rupiah) x jangka waktu.- 20% (pajak hadiah untuk negara). Contoh: $10.000.000 / 5.000.000 \times 20.000 \times 3 \text{ bulan} - 20\% = 96.000$. pengurangan 20% dilakukan apabila nominal deposito melebihi Rp. 7.500.000,- kalau dibawahnya tidak dikurangi pajak. Untuk Produk Kredit perhitungannya setiap 10jt berlaku kelipatan mendapatkan 1 poin, contohnya kredit Rp. 10.000.000 dapat 1 poin, Rp. 20.000.000 dapat 2 kalau dan Rp. 25.000.000,- mendapatkan 2 poin, dan seterusnya lalu setiap bulannya diakumulasikan. Dengan pengakumulasian seperti ini diharapkan dapat memberikan nasabah peluang untuk memenangkan hadiah-hadiah yang diberikan oleh BPR”⁵⁵

Pernyataan serupa juga dikatan oleh Mbak Lianita M, selaku

Funding Officier:

“Kalau mekanisme dari pemberian hadiah bisanya nasabah harus memenuhi kriteria untuk menjadi peserta dari undian hadiah dek, misalnya nabung Rp. 500.000,- itu bisa dapat 5 poin karena untuk tabungan harmoni plus satu poin nominalnya Rp. 100.000,- dengan akumulasi yang dilakukan BPR adek bisa nambah poin asalkan pada bulan tersebut saldo yang mengendap masih Rp.100.000,- dan misalkan bulan berikutnya adek menabung lagi nih otomatis poin akan bertambah yaitu poin saldo sebelumnya dan ditambah poin saldo yang baru ditabung. Tapi beda lagi kalau untuk deposito dan kredit, untuk nasabah yang menang pajaknya 20% sampai 25% misalkan mendapatkan Innova senilai Rp.358.000.000 dikalikan 20% jadi yang 20% ini masuk ke pajak dan di serahkan ke negara.”⁵⁶

⁵⁵ Andy Faturhman, *Wawancara*, Jember 10 Juli 2019

⁵⁶ Lianita m, *Wawancara*, Jember, 11 Juli 2019.

Pemberian hadiah yang diterapkan oleh BPR Nusamba ini diberikan kepada semua nasabah, mulai dari nasabah produk Tabungan, Deposito dan Kredit. Sistem pemberian hadiah ini menggunakan sistem poin dimana nasabah yang dapat menjadi peserta program hadiah harus memenuhi ketentuan poin yang telah ditetapkan. Untuk nasabah Tabungan Harmoni Plus satu poin senilai Rp. 100.000,- berlaku kelipatannya tetapi minimal saldo mengendap harus Rp. 100.000,- dan akan diakumulasikan tiap bulannya. Produk Deposito Super Plus minimal saldo adalah 5 juta, jadi perhitungannya nominal saldo dibagi 5 juta dikalikan dikalikan Rp. 20.000 (satu poin senilai Rp. 20.000,-) dikalikan jangka waktu dikurangi 20% sebagai pajak, pengurangan pajak ini dilakukan apabila saldo lebih dari Rp. 7.500.000,- dan untuk Produk Kredit tiap satu poin senilai Rp. 10.000.000,- kemudian diakumulasikan setiap bulannya.

b. Periode Perhitungan Poin

Bapak Andy Fathurohman selaku Ketua Bidang Pemasaran di BPR Nusamba Rambipuji mengatakan bahwa:

“Periode perhitungan poin ini dimulai dari bulan Januari sampai Desember. Deposito super plus dihitung berdasarkan jangka waktu sedangkan tabungan ngitungnya berdasarkan waktu penempatan misalnya penempatan di awal bulan Agustus berarti nanti di akhir Agustus saldonya berapa kemudian diakumulasikan poin agustus ditambah September, kemudian sampai bulan Desember dan nanti di february baru diundikan.”⁵⁷

⁵⁷ Andy Fathurohman, *Wawancara*, Jember 10 Juli 2019

Pernyataan serupa juga dikatakan oleh Mbak Lianita M, selaku

Funding Officer:

“Periode dari perhitungan poin ini dilakukan mulai dari Januari sampai akhir Desember biasanya kalau tabungan dihitung berdasarkan penempatan dana sedangkan kalau deposito kita hitung berdasarkan jangka waktu yang dipilih nasabah. Perhitungan poin sudah tersistem jadi setiap bulan secara otomatis komputer yang akan mengakumulasikan dan satu tahun sekali pengundian akan dilaksanakan tepatnya pada bulan Februari karena di bulan tersebut bertepatan dengan ulang tahun dari BPR Nusamaba sendiri, dengan pengundian tiap tahun ini membuat nasabah terdorong untuk terus menambah saldo mereka agar poin mereka juga semakin banyak dan hadiah yang ditawarkan juga banyak dan per kantor pusat seperti 1 unit sepeda motor, 2 lemari es, 3 unit TV LED, dan 3 unit sepeda gunung.”⁵⁸

Periode perhitungan poin yang dilakukan BPR Nusamba ini diakumulasikan dari bulan Januari sampai Desember. Produk Deposito super plus dihitung berdasarkan jangka waktu yang dipilih oleh nasabah sedangkan tabungan menghitungnya berdasarkan waktu penempatan misalkan penempatan pada Agustus berarti nanti di akhir Agustus saldo yang mengendap akan diakumulasikan yaitu poin agustus ditambah September, kemudian sampai bulan Desember. Perhitungan poin sudah tersistem jadi setiap bulan secara otomatis komputer yang akan mengakumulasikan dan satu tahun sekali pengundian akan dilaksanakan tepatnya pada bulan Februari. Periode pengundian rutin diadakan satu tahun sekali ini membuat nasabah terdorong untuk melakukan penambahan saldo yang mereka simpan di

⁵⁸ Lianita m, *Wawancara*, Jember, 11 Juli 2019.

BPR Nusamba karena mengingat banyak keuntungan yang mereka dapatkan dari hadiah-hadiah yang ditawarkan juga sangat menarik.

c. Pengundian Hadiah

Bapak Andy Fathurohman selaku Ketua Bidang Pemasaran di

BPR Nusamba Rambipuji mengatakan bahwa:

“Pengundian hadiah ini dilaksanakan pada bulan kedua yaitu Februari dimana perhitungan poin secara computerized artinya otomatis sistem yang menghitung dan tidak dalam bentuk kupon Misalnya nabung Rp. 1000.000,- berarti dapat 10 poin undian jadi nanti di nomor rekeningnya sudah terhitung oleh sistem, nanti waktu pengundian ada data nasabah BPR Nusamba seluruh Jawa Timur diacak oleh komputer dan nama rekening pemenang akan muncul di layar. Bulan Februari kemarin kita adakan pengundian di Lippo Plaza, jadi kita pengundiannya bergilir dan kita ada di lima wilayah di Jawa Timur yaitu ada di Kabupaten Jember, Banyuwangi, Lamongan, Tulungagung dan di Malang juga ada BPR syariahnya. Jadi se Jawa Timur tersebut memperebutkan satu unit Kijang Innova.”

Pernyataan serupa juga dikatan oleh Mbak Lianita M, selaku

Fiunding Officier:⁵⁹

“Jadi untuk pengundian dilaksanakan setahun sekali dek yaitu di bulan Februari, dan nasabah yang memenuhi syarat menjadi peserta undian biasanya akan dibertahu sebelumnya. Kebetulan untuk tahun kemarin diundi di Lamongan kemudian untuk 2020 akan diundi diwilayah Genteng Banyuwangi, dan dua tahun lagi akan di undi di Jember. Bisanya setelah melakukan pengundian kita melakukan gathering atau pertemuan, tujuan kita ingin mendekatkan diri kepada masyarakat Jember dan mensosialisasikan pemenang undian. Ketika nasabah menyimpan tabungan atau deposito di tempat kita itu lebih menguntungkan yang jelas hadiahnya banyak, kemudian jumlah nasabahnya tidak sebanyak bank umum karena nasabahnya seluruh Indonesia baru diundi tetapi kalau BPR Nusamba per regional yaitu Jawa Timur sendiri, Jawa Barat sendiri, Bali dan Nusa Tenggara sendiri jadi peluangnya menangnya lebih besar. Dengan peluang yang besar ini

⁵⁹ Lianita m, *Wawancara*, Jember, 11 Juli 2019.

masyarakat akan lebih tertarik untuk tetap mempercayakan dananya disimpan disini dan malah akan berusaha untuk menambah saldo mereka.”

Pengundian program hadiah ini dilaksanakan pada bulan Februari yaitu bertepatan dengan hari ulang tahun BPR Nusamba, perhitungan poin ini tidak berbentuk kupon tetapi poin yang telah terkumpul secara otomatis telah dihitung oleh komputer maka nama dan rekening nasabah akan muncul dilayar komputer sebagai pemenang. Acara pengundian ini dilakukan per wilayah provinsi seperti Jawa Timur sendiri, Jawa Barat sendiri, kemudian ada Bali, dan Nusa Tenggara. Masing-masing provinsi ini akan memperebutkan satu unit mobil untuk masing-masing produk, akan tetapi dari masing-masing kantor pusat juga memberikan hadiah dengan peluang yang besar untuk dimenangkan oleh nasabah. Setelah melakukan pengundian masing-masing kantor pusat akan mengadakan *gathering* dengan nasabah, tujuan dari diadakannya *gathering* ini untuk mendekatkan diri kepada masyarakat dan mensosialisasikan nama-nama yang telah memenangkan hadiah.

2. Peran pemberian hadiah dalam peningkatan minat menabung pada BPR Nusamba Rambipuji Jember.

Pemberian hadiah akan menimbulkan beberapa peranan yang mampu menunjang kinerja atau pencapaian suatu perusahaan. Hal tersebut dilakukan karena perusahaan memiliki tujuan tertentu dalam pemberian hadiah yang dapat dilakukan kepada para nasabahnya. Bank akan berusaha

mengkombinasikan beberapa cara yang nantinya digunakan untuk memberikan hadiah. Pemberian undian hadiah tentunya memiliki beberapa tujuan yang kemudian akan memberikan peran bagi perusahaan. BPR Nusamba Rambipuji berusaha memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya, yaitu dengan menampung aspirasi masyarakat yang akan menjadi nasabah BPR Nusamba Rambipuji.

Bapak Andy sebagai ketua bidang pemasaran di BPR Nusamba Rambipuji mengatakan bahwa:

“Sebelum mengadakan program pemberian hadiah ini sekitar tahun 2010 pertama kali diadakan program undian hadiah untuk produk tabungan, kita sebelumnya memberikan kuisisioner untuk masyarakat khususnya wilayah Jember. Jadi Mbak dalam kuisisioner tersebut kita tanya “Ibu pengennya di BPR itu seperti apa? Kebanyakan mereka menjawab “aku pengen hadiah seperti ini pak” nah dari seluruh kuisisioner yang kita sebar kita kumpulkan dan kesimpulannya adalah seluruh orang menginginkan seperti hadiah secara otomatis dengan diadakannya program undian berhadiah ini dapat meningkatkan anime masyarakat itu sendiri “Bu di Nusamba loh sudah ada ini” jadi minat masyarakat kan juga semakin meningkat dan menambah jumlah nasabah khususnya pada tabungan yaitu produk Tabungan Harmoni Plus, dan untu peran dari hadiah ini jelas yang pertama hadiah undian ini untuk menghargai nasabah, yang kedua misalkan hadiah langsung sebagai tanda terimakasih kita kepada nasabah, tapi kalau hadiah undian akan passionnya nasabah untuk berlomba-lomba meningkatkan passionnya itu. Kita lihat dari jumlah nasabah tiga tahun terakhir ini yaitu pada tahun 2017 posisi pada bulan Desember untuk produk tabungan Harmoni Plus 1.056 kemudian pada tahun 2018 naik menjadi 1.085 nasabah nah pada tahun ini posisi bulan Juni ada 1.061 nasabah, jangan salah penurunan nasabah di tahun ini bukan berarti nasabah tabungan berhenti menabung tetapi mereka pindah produk ke Deposito karena pada deposito ada kenaikan bunga dari LPS jadi mereka yang menginginkan bunga yang besar mereka beralih ke deposito. Nasabah Deposito Super Plus pada tahun 2017 posisi pada bulan Juni mencapai 12 orang lalu tahun berikutnya tahun 2017 naik

menjadi 14 orang dan pada tahun ini posisi bulan Juni 2019 naik menjadi 28 orang.”⁶⁰

Pernyataan serupa juga dipaparkan oleh Mbak Lianita M selaku Funding Officer.

“Jadi yang saya lihat nih dek karna saya yang menarik uang dari masyarakat jadi saya setiap hari keliling untuk mengambil setoran tabungan para nasabah, mereka sangat antusias sih dek untuk mempercayakan dananya disimpan di BPR Nusamba Rambipuji ini. Jadi dengan adanya hadiah sebagai strategi pemasaran BPR untuk menarik minat nasabah membuat nasabah itu seperti berlomba-lomba menambah jumlah saldonya supaya mendapatkan banyak poin dan mendapat banyak peluang untuk memenangkan hadiah yang peluang dimenangkannya juga besar seperti TV LED, sepeda motor, sepeda gunung dan kulkas misalnya itukan per kantor pusat menyediakan sendiri-sendiri dek, kalau mobilkan peluangnya agak berat soalnya se Jawa Timur.”⁶¹

Hal yang sama juga dikatakan oleh Siti Aisyah sebagai nasabah BPR Nusamba Rambipuji

“Saya menjadi nasabah di Nusamba sudah lebih dari 15 tahun dan saya mengambil produk tabungan harmoni plus. Tidak hanya itu dek tabungan saya banyak tidak hanya satu ada tabungan atas nama anak saya, ada juga tabungan untuk ibu saya dan atas nama saya sendiri. Saya memilih tabungan harmoni plus itu karena ada hadiahnya tiap tahun dan undiannya tiap bulan kedua yaitu dibulan februari terus hadiahnya besar-besar dek terutama mobil, jadi saya senang menabung disana seperti ada dorongan lain yang membuat saya semangat untuk menabung dan semakin banyak nabung poin yang saya dapat juga semakin bertambah. Semoga tahun depan saya yang memenangkan mobil tersebut.”⁶²

Pernyataan yang serupa dikatakan oleh Bapak Habiburrahman sebagai Nasabah BPR Nusamba Rambipuji

“Saya menjadi nasabah di BPR Nusamba sudah lebih dari tiga tahun yang lalu dek, pada saat itu dan sampai sekarang saya memilih produk tabungan harmoni plus karena menurut saya lebih

⁶⁰ Andy Faturhman, *Wawancara*, Jember, 10 Juli 2019

⁶¹ Lianita m, *Wawancara*, Jember, 11 Juli 2019.

⁶² Siti Aisyah, *Wawancara*, Jember, 12 Juli 2019

menarik yaitu dengan adanya undian hadiah yang diberikan setiap tahun. Saya termasuk sering dapat hadiah yaitu sudah dua kali yang kemarin saya dapat TV LED terus yang tahun sebelumnya saya juga dapat kulkas, jadi hadiah-hadiah itu yang buat saya semangat untuk menabung.”⁶³

Pernyataan yang serupa dikatakan oleh Ibu Harizatul Izza sebagai

Nasabah BPR Nusamba Rambipuji

“Saya sudah lama dek jadi nasabah di sana kurang lebih 20 tahun sudah menjadi nasabah disana, dan saya ikut tabungan harmoni enaknyanya pada tabungan ini karena ada undiannya karna itulah saya seperti terdorong untuk menabung dengan rajin supaya poin saya banyak soalnya hadiah disana menggunakan sistem undian jadi kalau saya semakin rajin nabung ya poin saya semakin banyak dan semakin sering menang. Tahun ini saya mendapat sepeda gunung masih dek. Saya berharap padahal mobil yang saya dapatkan tetapi tidak apa-apa semoga tahun depan saya mendapat mobil.”⁶⁴

Pernyataan yang sama juga dikatakan oleh Bapak Abdurrahim

sebagai nasabah BPR Nusamba Rambipuji

“Saya sudah 15 tahun dek menjadi nasabah di Nusamba saya ambil produk tabungan harmoni karena ada hadiahnya yang besar yaitu mobil sebagai hadiah utamanya, kesan saya kepada BPR Nusamba ini untuk orang-orang yang nagih tabungan ramah-ramah dan saya sudah pernah dapat hadiah yaitu TV, terus juga pernah dapat Kulkas, nah yang paling besar saya pernah dapat sepeda motor mio. Hadiah yang diundikan itu banyak jadi saya semangat gitu dek untuk menambah dan menambah tabungan saya.”⁶⁵

Pernyataan yang sama juga dikatakan oleh Ibu Siti Mu’rifah

sebagai nasabah BPR Nusamba Rambipuji

“Saya menjadi nasabah di BPR Nusamba sejak Indonesia moneter yaitu tahun 1996 insyaallah waktu pertama kali BPR Nusamba di bentuk dan merekrut karyawan karyawan dan disitulah saya berkenalan dengan BPR Nusamba ada Mbak Naning, ada Mbak Hamida. Mulai berdiri itu sudah melakukan lobi dengan masyarakat langsung jadi ada system *door to door* atau *face to face*

⁶³ Habiburrahman, *Wawancara*, Jember, 12 Juli 2019

⁶⁴ Harizatul Izza, *Wawancara*, Jember, 13 Juli 2019.

⁶⁵ Abdurrahim, *Wawancara*, Jember, 13 Juli 2019.

istilahnya jadi semua karyawan itu terjun langsung ke pasar, jadi tepat sasaran, kita langsung di hadapkan dengan pegawainya. Kita tidak segan-segan untuk menabung kan enak dan senang kalau dilayani langsung. Saya ikut mulai dari Tabunganku tanpa bunga itu ada masih sisa sedikit, terus ada Harmoni atas nama saya Siti Mu'rifah dan suami saya Ngatiran dan anak saya, terus Harmoni plus nama saya siti mukrifah terus kalau ada program-program idul fitri atau lebaran yaitu deposito tapi untuk tahun ini tidak ada. Kalau memilih produk harmoni alasannya karena ada hadiah dibelakang tapi kalau rezeki, terus untuk tabungan ku karena ada langganan ku yang nabung untuk tabungan harmoni nama 1 kan ndak boleh jadi nama suamiku. Dengan sedikit-sedikit menabung kita bisa punya uang lah. Saya merasa sudah cukup dengan fasilitas yang diberikan misalnya lebaran pasti memberikan sesuatu jadi bikin happy ya nak, jadi senang kalau diberikan sesuatu kapan hari dapat parcel, kapan hari lagi dapat kue lebaran. Jadi kita merasa dimanjakan dan merasa senang lah, jadi terimakasih kepada nusamba yang telah memberika itu semua. Petugasnya juga luar biasa sepeti Mbak Lian ini sudah saya anggap anak saya jadi kita tidak hanya sebagai hubungan petugas dan nasabah tapi sudah dianggap seperti keluarga. Dan lebih ditigkatkan lah fasilitas yang di berikan tetapi selama ini sudah bagus menurut saya.”⁶⁶

Dari hasil wawancara dari beberapa narasumber di atas, mengenai peran pemberian hadiah ini dapat meningkatkan kepercayaan nasabah untuk menyimpan dana atau uangnya ke BPR Nusamba Rambipuji lebih besar dengan banyaknya hadiah yang diundi ternyata begitu efektif sebagai strategi pemasaran dengan cara promosi produk dengan memberikan hadiah-hadiah. Tidak hanya hadiah yang dengan cara undian adapun hadiah secara langsung yang diberikan pihak BPR kepada nasabahnya misalkan nasabah khusus yang mempercayakan dananya dengan jumlah yang banyak untuk disimpan di BPR Nusamba maka BPR akan menawarkan hadiah tersebut mau seprti apa apakah kompor gas, atau blender dan lain-lain hal tersebut dilakukan BPR untuk berterimakasih

⁶⁶ Siti Mu'rifah, *Wawancara*, Jember, 14 Juli 2019.

kepada nasabahnya. Hadiah ini seperti menjadi *passion* bagi nasabah artinya nasabah itu akan melakukan pengorbanan yaitu dengan menabung secara rutin dan juga menambah jumlah nominal yang mereka tabungkan hal ini semata-mata karena dorongan adanya undian hadiah tersebut yang menggunakan sistem poin.

Beberapa peran dari pengadaan undian hadiah ini sangat efektif sebagai sarana periklanan perusahaan, dapat dilihat dari hasil kuisisioner yang disebar oleh karyawan BPR mengatakan hasil bahwa masyarakat Jember sangat menyukai yang namanya hadiah, sarana periklanan ini dilakukan dari mulut ke mulut, dengan media sosial dan menggunakan baliho yang dipasang di depan kantor BPR Nusamba. Kemudian peran yang ditimbulkan oleh hadiah ini dapat meningkatkan atau menimbulkan *goodwill* yaitu dapat menyiratkan citra perusahaan yang baik bagi penerimanya, yang mana membuat penerima hadiah bangga atas pemberian hadiah tersebut. Peran selanjutnya dapat meningkatkan loyalitas yang diciptakan karena pemberian hadiah menimbulkan rasa nasabah itu diperhatikan oleh perusahaan. Hadiah ini juga berperan untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada terbukti dari nasabah yang di wawancarai mereka sudah menjadi nasabah sekitar 15 dan 20 tahun yang lalu sejak BPR Nusamba ini didirikan di Jember dan yang terakhir pemberian hadiah berperan untuk meningkatkan penjualan yaitu sebagai salah satu cara dalam mempromosikan produk atau jasa perusahaan.

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan peneliti melalui teknik observasi, wawancara dan dokumentasi di lapangan dengan judul penelitian peran pemberian hadiah dalam peningkatan minat menabung di BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember. Perlu kiranya diadakan pembahasan temuan yang mana hasil dari pada analisis data akan dikaji dengan teori yang ada untuk mengetahui keterkaitan keduanya guna dalam menjawab rumusan masalah yang ada pada penelitian ini.

1. Mekanisme pemberian hadiah pada PT. BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember

a. Hadiah Berbasis Poin

Pemberian hadiah yang diterapkan oleh BPR Nusamba ini diberikan kepada semua nasabah, mulai dari nasabah produk Tabungan, Deposito dan Kredit. Sistem pemberian hadiah ini menggunakan sistem poin dimana nasabah yang dapat menjadi peserta program hadiah harus memenuhi ketentuan poin yang telah ditetapkan. Untuk nasabah Tabungan Harmoni Plus satu poin senilai Rp. 100.000,- berlaku kelipatannya tetapi minimal saldo mengendap harus Rp. 100.000,- dan akan diakumulasikan setiap bulannya.

No.	Jumlah Saldo	Waktu Penempatan	Jumlah Poin
1.	1.000.000	Maret	10 poin
2.	2.000.000	April	20 poin
3.	2.500.000	Mei	25 poin
4.	3.500.000	Juni	35 poin

Tabel di atas dimisalkan saudara X menyimpan dananya pada bulan Maret sejumlah Rp. 1.000.000 maka poin yang didapatkan adalah 10 poin, kemudian bulan April saldo bertambah menjadi Rp. 2.000.000,- maka jumlah poin yang didapatkan sejumlah 20 poin karena dalam produk ini satu poin senilai Rp. 100.000,- pada bulan berikutnya selama saldo yang mengendap di atas seratus ribu rupiah maka perhitungan poin ini akan tetap diakumulasikan setiap bulannya meskipun tidak ada penambahan jumlah saldo.

Produk Deposito Super Plus minimal saldo adalah 5 juta, jadi perhitungannya nominal saldo dibagi 5 juta dikalikan 20 ribu dikalikan jangka waktu dikurangi 20% sebagai pajak, pengurangan pajak ini dilakukan apabila saldo lebih dari Rp. 7.500.000,-

Nominal	Jangka Waktu (Bulan)					
	6 Bulan	12 Bulan	24 Bulan	36 Bulan	48 Bulan	60 Bulan
Poin						
5.000.000	6	12	24	36	48	60
10.000.000	12	24	48	72	96	120
15.000.000	18	36	72	108	144	120

Pada tabel di atas perhitungan poin hadiah yang didapatkan apabila menempatkan dana sejumlah Rp. 10.000.000,- dengan jangka waktu 6 bulan maka perhitungannya sebagai berikut:

$$\frac{\text{Nominal}}{5.000.000} \times 20.000 \times \text{Jangka Waktu} - 20\%$$

$$= \frac{10.000.000}{5.000.000} \times 20.000 \times 6 - 20\%$$

$$= 240.000 - 4.800$$

$$= \frac{235.200}{20.000}$$

$$= 11,76 \text{ (12 poin)}$$

Produk Kredit tiap satu poin senilai Rp. 10.000.000,- kemudian diakumulasikan setiap bulannya. Dengan pengakumulasian yang sedemikian rupa akan memberikan peluang yang besar bagi nasabah untuk memenangkan hadiah yang ditawarkan.

Analisis ini sama dengan buku Philip Kotler dan Susanto AB, Manajemen Pemasaran yaitu pengertian dari hadiah itu sendiri yang mengatakan bahwa Hadiah adalah tawaran kesempatan untuk memenangkan uang kas, perjalanan atau barang dagang sebagai hasil membeli sesuatu.⁶⁷

b. Periode Perhitungan Poin

Periode perhitungan poin yang dilakukan BPR Nusamba ini diakumulasikan dari bulan Januari sampai Desember. Produk Deposito super plus dihitung berdasarkan jangka waktu yang dipilih oleh nasabah sedangkan tabungan menghitungnya berdasarkan waktu penempatan Perhitungan poin sudah tersistem jadi setiap bulan secara otomatis komputer yang akan mengakumulasikan dan satu tahun sekali pengundian akan dilaksanakan tepatnya pada bulan Februari. Periode pengundian rutin diadakan satu tahun sekali ini membuat nasabah terdorong untuk melakukan penambahan saldo yang mereka simpan di

⁶⁷ Kotler dan Susanto AB, *Manajemen Pemasaran Indonesia*, 870.

BPR Nusamba karena mengingat banyak keuntungan yang mereka dapatkan dari hadiah-hadiah yang ditawarkan juga sangat menarik.

Analisis ini sama dengan teori dalam buku Vina Sri Yuniarti, Perilaku Konsumen yang mengatakan bahwa Motivasi juga diartikan sebagai dorongan dalam individu yang memaksa mereka untuk bertindak, yang timbul sebagai akibat kebutuhan yang tidak terpenuhi. Motivasi nasabah mewakili dorongan untuk memuaskan kebutuhan, baik yang bersifat fisiologi maupun psikologis melalui pembelian dan penggunaan suatu produk.

Pada prinsipnya motivasi mempunyai tiga fungsi dalam kehidupan manusia, antara lain:

- 1) Mendorong manusia untuk berbuat, dalam arti motivasi pengerak dari setiap kegiatan yang akan dikerjakan oleh wirausahawan;
- 2) Penentu arah perbuatan, sehingga motivasi dapat memberikan arah dan kegiatan yang harus dikerjakan sesuai dengan rumusan tujuannya;
- 3) Menyeleksi perbuatan yang harus dikerjakan yang serasi untuk mencapai tujuan, dengan menyisihkan perbuatan yang tidak bermanfaat bagi tujuan tersebut.

Adapun tujuan motivasi adalah sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan kepuasan;
- 2) Mempertahankan loyalitas;
- 3) Efisiensi;

- 4) Efektivitas;
- 5) Menciptakan suatu hubungan yang harmonis antara produsen atau penjual dengan pembeli atau konsumen.⁶⁸

c. Pengundian Hadiah

Pengundian program hadiah ini dilaksanakan pada bulan Februari yaitu bertepatan dengan hari ulang tahun BPR Nusamba, perhitungan poin ini tidak diwujudkan dalam bentuk kupon tetapi poin yang telah terkumpul secara otomatis dan dihitung oleh komputer maka nama dan rekening nasabah akan muncul dilayar komputer sebagai pemenang. Acara pengundian ini dilakukan per provinsi seperti Jawa Timur sendiri, Jawa Barat, kemudian ada Bali, dan Nusa Tenggara. Masing-masing provinsi ini akan memperebutkan satu unit mobil untuk masing-masing produk, akan tetapi dari masing-masing kantor pusat juga memberikan hadiah dengan peluang yang besar untuk dimenangkan oleh nasabah. Setelah melakukan pengundian masing-masing kantor pusat akan mengadakan *gathering* dengan nasabah, tujuan dari diadakannya *gathering* ini untuk mendekatkan diri kepada masyarakat dan mensosialisasikan nama-nama yang telah memenangkan hadiah.

Analisis ini sama dengan teori dalam buku Kasmir, Manajemen Perbankan yang mengatakan bahwa Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang

⁶⁸ Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, 79.

sama pentingnya dengan produk, harga dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal Bank. Oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.

Ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank mempromosikan baik produk maupun jasanya. Keempat sarana promosi yang dapat digunakan adalah:⁶⁹

1) Periklanan (*advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik, dan memengaruhi calon nasabahnya.

2) Promosi Penjualan (*sales promotion*)

Tujuan promosi penjualan adalah meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah. Oleh karena itu, agar nasabah tertarik untuk membeli maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin. Bagi bank promosi penjualan dapat dilakukan melalui.

- a) Pemberian bunga khusus (*special rate*) untuk jumlah dana yang relative besar, walaupun hal ini akan mengakibatkan persaingan tidak sehat (misalnya untuk simpanan yang jumlahnya besar).

⁶⁹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, 246.

- b) Pemberian insentif kepada setiap nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu.
- c) Pemberian cendera mata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah yang loyal.

3) Publicitas (*publicity*)

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bukti sosial, perlombaan cerdas cermat, kuis serta kegiatan lainnya melalui berbagai media. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank dimata nasabahnya, baik secara langsung atau tidak langsung.

4) Penjualan Pribadi (*personal selling*)

Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai daei cleaning service, satpam sampai pejabat bank. Secara khusus *personal selling* dilakukan oleh petugas *Customer Service* atau *Service Assistensi*.

2. Peran pemberian hadiah dalam peningkatan minat penabung pada PT. BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di PT. BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember peran pemberian hadiah dalam pwningkatan minat penabung yaitu sangat berperan. Peran dari pemberian hadiah ini selain sebagai sarana periklanan, pemberian hadiah juga berperan sebagai ucapan terimakasih kepada nasabah yang khusus yaitu nasabah yang menyimpan dana dengan nominal yang besar, kemudian

peran yang selanjutnya yaitu sebagai alat untuk mempertahankan nasabah yang lama ataupun mendapatkan nasabah baru dapat kita lihat dari wawancara kepada nasabah yang dilakukan penulis rata-rata mereka sudah bertahun-tahun menjadi nasabah di BPR Nusamba data yang didapat dari hasil wawancara menunjukkan jumlah nasabah tahun 2017 posisi pada bulan Desember produk tabungan Harmoni Plus mencapai 1.056 kemudian pada tahun 2018 naik menjadi 1.085 nasabah dan tahun 2019 posisi bulan Juni ada 1.061 nasabah, penurunan nasabah di tahun 2019 diakibatkan oleh bunga deposito dari LPS meningkat yang menyebabkan mereka beralih produk ke Deposito. Nasabah Deposito Super Plus pada tahun 2017 posisi pada bulan Juni mencapai 12 berikutnya tahun 2018 naik menjadi 14 orang dan pada tahun ini posisi bulan Juni 2019 naik dua kali lipat menjadi 28 orang, hal ini membuktikan bahwa adanya hadiah dapat mempertahankan nasabah lama ataupun mendapatkan nasabah baru. Peran yang selanjutnya undian berhadiah ini dapat meningkatkan loyalitas nasabah yaitu dengan adanya dorongan dari sistem poin menjadikan nasabah semakin terpacu dalam menambah jumlah saldo yang mereka tabung, yang terakhir pemberian hadiah ini dapat menyiratkan citra yang baik kepada nasabah dengan pelayanan jempot bola nasabah seperti diberikan kemudahan mereka tidak perlu datang ke kantor untuk menyetorkan tabungannya. Hal ini sesuai dengan penelitian Bagus Indra Nugraha (2017) Beberapa alasan

perusahaan dalam memberikan hadiah dimana hadiah tersebut berfungsi sesuai dengan keinginan perusahaan sebagai berikut:

1) Sarana periklanan perusahaan

Hadiah yang diberikan oleh perusahaan biasanya telah dibubuhi nama atau logo perusahaan, sehingga hadiah tersebut bisa mengingatkan penerimanya setiap kali menggunakan hadiah yang diberikan.

2) Meningkatkan atau menimbulkan *goodwill*

Pemberian hadiah bertujuan untuk meningkatkan *goodwill* perusahaan karena pemberian hadiah berperan untuk menyiratkan citra perusahaan yang baik bagi penerimanya, yang mana membuat penerima hadiah bangga atas pemberian tersebut.

3) Menciptakan loyalitas

Loyalitas yang diciptakan pemberian hadiah timbul karena nasabah atau konsumen merasa diperhatikan oleh perusahaan. Sehingga menimbulkan rasa keterikatan antara pemberi dan penerima hadiah tersebut.

4) Sebagai ucapan terima kasih

Hadiah dipergunakan sebagai ucapan terima kasih atas suatu even atau partisipasi penerima hadiah tersebut, hadiah digunakan sebagai pertanda bahwa perusahaan dan penerima saling bekerja sama antar satu dan yang lain.

5) Mempertahankan nasabah yang sudah ada

Pemberian hadiah kepada nasabah yang sudah ada dalam artian bahwa nasabah tersebut telah lama menggunakan jasa atau produk perusahaan, yang mana loyalitas nasabah tersebut layak untuk diberikan apresiasi dalam bentuk pemberian hadiah.

6) Untuk meningkatkan penjualan

Pemberian hadiah merupakan salah satu cara dalam mempromosikan produk atau jasa perusahaan. Pemberian hadiah bisa digunakan sebagai tambahan produk atau jasa yang dibeli atau dipakai oleh nasabah atau konsumen, hal ini bertujuan untuk menambah nilai ekstra produk atau jasa yang ditawarkan.

7) Untuk memenangkan bisnis

Hadiah digunakan sebagai salah satu sarana dalam menjalin suatu relasi bisnis, yang mana hadiah digunakan untuk memberi pengaruh kepada penerimanya dalam pengambilan suatu keputusan kerjasama.

8) Insentif kepada karyawan

Pemberian hadiah kepada karyawan merupakan salah satu bentuk apresiasi perusahaan karena karyawan tersebut telah menunjukkan kinerjanya kepada perusahaan. Oleh karena itu pemberian hadiah bisa digunakan untuk memotivasi kinerja pada karyawan sebagai bentuk penghargaan.

9) Sebagai permohonan maaf pada nasabah yang komplain

Pemberian hadiah kepada nasabah yang komplain menunjukkan bahwa perusahaan mengapresiasi pendapat nasabah tersebut, karena perusahaan dapat meningkatkan atau memperbaiki hal-hal yang dipermasalahkan oleh nasabah tersebut.⁷⁰



⁷⁰ Nugraha, *Analisis Pemberian Hadiah Kepada Nasabah Akun Reguler (Studi di PT. Agrodana Futures Cabang Bandung)*, 15.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Mekanisme pemberian hadiah pada PT. BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember

Mekanisme pemberian hadiah pada BPR Nusamba Rambipuji ini terdapat tiga tahapan yang pertama hadiah berbasis poin yaitu nasabah yang dapat menjadi peserta program hadiah harus memenuhi ketentuan poin yang telah ditetapkan untuk Tabungan Harmoni Plus satu poin senilai Rp. 100.000,- berlaku kelipatannya, minimal saldo mengendap harus Rp. 100.000,- dan akan diakumulasikan setiap bulannya, untuk Deposito Super Plus satu poin senilai Rp. 20.000,- sedangkan kredit satu poin senilai Rp. 10.000.000 dengan pengakumulasian yang sedemikian rupa akan memberikan peluang yang besar bagi nasabah untuk memenangkan hadiah yang ditawarkan. Kedua, yaitu periode perhitungan poin yakni poin diakumulasikan dari bulan Januari sampai Desember. Produk Deposito super plus dihitung berdasarkan jangka waktu sedangkan tabungan menghitungnya berdasarkan waktu penempatan. Ketiga, yaitu pengundian hadiah yang dilaksanakan pada bulan Februari bertepatan dengan hari ulang tahun BPR Nusamba, perhitungan poin ini tidak diwujudkan dalam bentuk kupon tetapi poin yang telah terkumpul secara otomatis dan dihitung oleh komputer lalu nama dan rekening nasabah akan muncul

dilayar komputer sebagai pemenang. Acara pengundian ini dilakukan per provinsi seperti Jawa Timur, Jawa Barat, Bali, dan Nusa Tenggara.

2. Peran pemberian hadiah dalam peningkatan minat penabung pada PT. BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember

Pemberian hadiah ini tidak serta-merta dilakukan oleh BPR begitu saja tetapi hal ini menjadi salah satu keinginan masyarakat yang ada di wilayah jember untuk mengadakan program pemberian hadiah. Program pemberian hadiah merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember dalam menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah di BPR khususnya untuk penabung. Peran dari pemberian hadiah dalam peningkatan minat penabung di BPR Nusamba Rambipuji diantaranya:

- a. Sebagai sarana periklanan
- b. Sebagai ucapan terimakasih kepada nasabah.
- c. Sebagai alat untuk mempertahankan nasabah yang lama ataupun mendapatkan nasabah baru.
- d. Untuk meningkatkan loyalitas nasabah, dan
- e. Untuk menyiratkan citra yang baik kepada nasabah.

B. SARAN

Berdasarkan hasil temuan, maka penulis memberikan saran-saran sebagai rujukan yang di pertimbangkan dan bisa memajukan BPR Nusamba Rambipuji Kabupat Jember.

1. BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember diharapkan dapat memaksimalkan mekanisme pemberian hadiah untuk menarik minat nasabah dengan menggunakan media promosi yang lebih intensif.
2. BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten diharapkan dapat mengoptimalkan program pemberian hadiah ini sebagai strategi pemasaran agar peran yang diberikan kepada BPR juga lebih maksimal.
3. Bagi peneliti yang akan datang di harapkan bisa menambah fokus penelitian tentang pemberian hadiah.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri, 2016, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Agustin, Juliana Sandra. 2018. *Pengaruh Program Undian Berhadiah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo*. Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel. Surabaya.
- Ahmad, Z., dan D. Taylor. 2009. *Commitment to Independence by Internal Auditor: The Effects of Role Ambiguity and Role Conflict*. *Managerial Auditing Journal*, Vol. 24, No. 9, pp.
- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsini. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jember: PT Rineka Cipta
- Departemen Agama RI. 2010, *Al qur'an dan Terjemah*. Bandung: CV Penerbit Diponegoro.
- Fahmi, Irham. 2014. *Pengantar Perbankan Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta CV.
- Hermawan, Agus. 2012, *Komunikasi Pemasaran*, Malang: PT. Gelora Aksara Pratama
- Hidayati, Nur. 2016. *Pengaruh Pemberian Bonus Tabungan Wadiah terhadap Minat Menabung Nasabah Tabungan BTN Batara iB di PT. BTN Kantor Cabang Pembantu Syariah (KCPS) Probolinggo Payment Point Nurul Jadid*. Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Jember.
- Indra Nugraha, Bagus. 2017. *Analisis Pemberian Hadiah Kepada Nasabah Akun Reguler Studi di PT. Agrodana Futures Cabang Bandung*. Skripsi: Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri, Bandung.
- Kasmir. 2014. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Khoirunnisa, Siti Kharisma. 2018. *Pengaruh Trust dan Mutu E-Banking terhadap Minat Nasabah BRI Syariah KCP Rogojampi untuk Bertransaksi secara Online*. Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember.
- Kofiyah, Wahidatul. 2018. *Prosedur Pemberian Hadiah pada Akad Wadiah di BMT NU Jawa Timur Kantor Cabang Sumpalsari Kabupaten Jember*.

Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember.

Kotler, Philip dan Keller. 2006. *Manajemen pemasaran* (ed.ke12). Jakarta: Macana Jaya Cemerlang.

—————2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.

—————2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

————— dan Susanto AB. 2001. *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.

Millez, Huberman dan Saldana. 2014. *Qualitative Data Analysis A. Methods Edisi 3* Unnited States Of America: SAGE Publcation.

Muhadjir, Noeng. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin.

Nazir. 2014. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Ni'mah, Maulin. 2018. *Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktek Pemberian Undian Berhadiah Pada Produk Simpanan Hari Raya Idhul Fitri (SHaRi) Di KPPS Arthamadina Banyuputih Batang*. Skripsi: Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Purnama, Lingga. 2001, *Strategic Marketing Plan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Putri, Soraya Wiendi Griyanita. 2017. *Pengaruh Undian Berhadiah, Profit Sharing, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Studi Kasus KSPPS Bina Insan Mandiri Karanganyar*. Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

Qodratilah, Meity Taqdir dkk. 2011. *Kamus Besar Bahasa Indonesia untuk Pelajar*. Jakarta: Badan Pembangunan dan Pengembangan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

Rakhmat, Jalaludin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Sadewi, L. Bher. 2012. *Pengaruh Program Undian Berhadiah Tabungan Simpedes Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Solo Kartasura*. Skripsi: Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.

- Sangadji, Etta Mamang. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar K. 2018. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Macanan Jaya Cermelang.
- Sugiyono. 2016. *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- 2016. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- 2017. *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, Babun dkk. 2017. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Tim penyusun IAIN Jember. 2015. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Warita, Tri. 2011. *Pemberian Hadiah Pada Program Tabungan Muamalat Berbagi Rejeki Menurut Perspektif Ekonomi Islam Study Pada PT. Bank Muamalat Tbk Cabang Pekanbaru*. Skripsi: Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau.
- WS, Winkle. 2008. *Psikologi dan Evaluasi Belajar*. Jakarta: Gramedia.
- Yunarti, Vina Sri. 2015. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- <https://www.ojk.go.id>. Diakses pada tanggal 28 Maret 2019
- <http://www.bprnusamba-rambipuji.co.id/page/detail/profil-perusahaan>
- Diakses pada tanggal 28 Maret 2019
- <https://kbbi.web.id/pemberian> Diakses pada tanggal 15 Maret 2015

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Windi Wahyuni Yati
Nim : E20151027
Jurusan / program studi : Ekonomi Islam / Perbankan Syariah
Institusi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember
Tempat, tanggal lahir : Banyuwangi, 19 September 1996
Alamat : Ds. Pesanggaran Dsn. Krajan Rt/Rw 03/03
Kec. Pesanggaran Kabupaten Banyuwangi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Peran Pemberian Hadiah dalam Peningkatan Minat Penabung di PT.BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember”** adalah asli penelitian karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Apabila terdapat kesalahan di dalamnya, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab kami.

Demikian pernyataan keaslian skripsi ini, dibuat dengan sebenar-benarnya.

Jember, 05 Agustus 2019
Saya yang menyatakan



Windi Wahyuni Yati
NIM. E20151027

MATRIKS

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODDE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
PERAN PEMBERIAN HADIAH DALAM PENINGKATAN MINAT PENABUNG PADA PT. BPR NUSAMBA RAMBIPUJI KABUPATEN JEMBER	PERAN PEMBERIAN HADIAH DALAM PENINGKATAN MINAT PENABUNG	1. PEMBERIAN HADIAH 2. MINAT PENABUNG	a. Mekanisme pemberian hadiah b. Waktu pemberian hadiah a. Motivasi b. Presepsi c. Sikap Nasabah d. Pengambilan Keputusan	1. Data primer a. Kepala Kantor Pusat b. Karyawan PT. BPR Nusamba Rambipuji Jember 2. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, laporan jurnal dan lain-lain: a. Dokumentasi b. Studi kepustakaan	A. Pendekatan penelitian menggunakan Penelitian Kualitatif B. Jenis Penelitian menggunakan Deskriptif C. Subyek penelitian menggunakan Teknik Purposive D. Teknik pengumpulan data: 1. Observasi 2. Wawancara 3. Dokumentasi E. Teknik analisis data menggunakan Analisis Deskriptif F. Keabsahan data menggunakan Trianggulasi	1. Bagaimana mekanisme pemberian hadiah pada PT. BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember? 2. Bagaimana peran pemberian hadiah dalam peningkatan minat penabung pada PT. BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember?

KONSEP ATAU TRANSKIP WAWANCARA

A. Wawancara Kepada Pihak BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten

Jember

1. Produk apa saja yang ditawarkan oleh BPR Nusamba Rambipuji?
2. Penerapan pemberian hadiah ini diberikan untuk produk apa saja?
3. Dalam kegiatan meningkatkan minat penabung apakah pemberian hadiah sebagai salah satu strategi bank?
4. Bagaimana prosedur membuka tabungan berhadiah?
5. Bagaimana gambaran jelas program pemberian hadiah yang diselenggarakan oleh BPR Nusamba Rambipuji?
6. Apa tujuan dari penerapan pemberian hadiah ini?
7. Biaya dari pemberian hadiah ini diambilkan dari dana apa?
8. Bagaimana peran dari pemberian hadiah ini dalam meningkatkan minat penabung?
9. Berapa peningkatan jumlah nasabah dari tahun ke tahun?
10. Produk apa yang lebih diminati oleh nasabah?

IAIN JEMBER

B. Wawancara kepada Nasabah BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten

Jember

1. Sejak kapan menjadi nasabah di BPR Nusamba Rambipuji?
2. Produk apa yang Anda ambil?
3. Mengapa Anda memilih untuk menggunakan produk tersebut? Dan apa yang membuat produk ini menarik?
4. Bagaimana kesan pesan Anda sebagai nasabah di BPR Nusamba Rambipuji?





KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 1 mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136
Website : WWW.in-jember.ac.nid – e-mail : info@iain-jember.ac.id
J E M B E R

Nomor : B- /In.20/7.a/PP.00.9/ /2019
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr : Pimpinan BPR Nusamba Rambipuji Jember

di-

TEMPAT

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut:

Nama Mahasiswa : Windi Wahyuni Yati
NIM : E20151027
Semester : VIII (delapan)
Jurusan : Ekonomi Syariah
Prodi : Perbankan Syariah
No Telpn : 085257790538
Dosen Pembimbing : Ahmadiono, S.Ag., M.E.I
NIP : 197604012003121005
Judul Penelitian : Peran Pemberian Hadiah dalam Peningkatan Minat Penabung di PT BPR Nusamba Rambipuji Jember

Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Disetujui: 28/05 2019
pro: KASIO. SAM
→ Mohon ke Tim peneliti
→ dikesri utang.

Jember, 08 Mei 2019

a.n. Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik



Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I

NIP. 19730830 199903 1 002

SURAT KETERANGAN
Nomor 232/RBP/DIR/IX/2019

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : **WINDI WAHYUNI YATI**
NIM : E20151027
Prodi : Perbankan Syariah
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember

Yang bersangkutan telah melaksanakan kegiatan penelitian di PT. Bank Perkreditan Rakyat Nusamba Rambipuji terhitung sejak disetujuinya permohonan izin penelitian tanggal 28 Mei 2019 sampai dengan tanggal 04 September 2019.

Sebagai bahan penelitian dengan judul Skripsi "**PERAN PEMBERIAN HADIAH DALAM PENINGKATAN MINAT PENABUNG DI PT. BPR NUSAMBA RAMBIPUJI**".

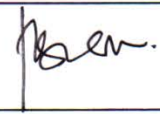
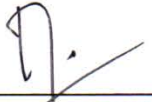







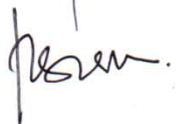
Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 05 September 2019
PT. BPR Nusamba Rambipuji



Rofiqul Oemar, SE
Direktur Utama

JURNAL PENELITIAN

No.	TANGGAL	URAIAN	INFORMAN	TANDA TANGAN
1.	10 Juni 2019	Observasi dan Penyerahan surat izin penelitian	Ririn Maliana	
2.	10 Juli 2019	Wawancara dengan Direktur Utama	Rofi'ul Qomar	
3.	10 Juli 2019	Wawancara dengan Ketua Bidang Pemasaran	Andy Faturohman	
4.	11 Juli 2019	Wawancara selaku funding officier	Lianita M	
5.	11 Juli 2019	Wawancara dengan Nasabah BPR Nusamba Rambipuji	Siti Aisya	
6.	12 Juli 2019	Wawancara dengan Nasabah BPR Nusamba Rambipuji	Habiburrahman	
7.	13 Juli 2019.	Wawancara dengan Nasabah BPR Nusamba Rambipuji	Harizatul Izza	
8.	13 Juli 2019.	Wawancara dengan Nasabah BPR Nusamba Rambipuji	Abdurrahim	
9.	14 Juli 2019	Wawancara dengan Nasabah BPR Nusamba Rambipuji	Siti Mu'rifah	
10.	04 September 2019	Selesai Penelitian dan Meminta surat selesai penelitian	Ririn Maliana	

Jember, 04 September 2019

Pimpinan BPR Nusamba Rambipuji



Rofi'ul Qomar, SE

DOKUMENTASI KEGIATAN PENELITIAN



Foto Bersama Bapak Rofi'ul Qomar selaku Direktur Utama BPR Nusamba Rambipuji



Kabupaten Jember, Pada tanggal 10 Juli 2019

Foto Bersama Bapak Andi Fathurohman selaku Ketua Bidang Pemasaran BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember, Pada tanggal 10 Juli 2019



Foto Bersama mbak Lianita M selaku Funding Officer BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember, Pada tanggal 11 Juli 2019



Foto Bersama Ibu Siti Mu'rifah Selaku Nasabah BPR Nusamba Rambipuji Tanggal 14 Juli 2019



Foto Bersama Bapak Abdurrahim selaku Nasabah BPR Nusamba Rambipuji 13 Juli 2019



Foto Bersama Ibu Siti Aisyah selaku Nasabah BPR Nusamba Rambipuji Tanggal 12 Juli 2019



Foto Bersama Bapak Habiburrahman selaku Nasabah BPR Nusamba Rambipuji 12 Juli 2019



Foto Bersama Ibu Harizatul Izza selaku Nasabah BPR Nusamba Rambipuji 13 Juli 2019

BIODATA PENULIS



DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Windi Wahyuni Yati
Tempat Tgl Lahir : Banyuwangi, 19 September 1996
Alamat : Ds. Pesanggaran Kc. Pesanggaran Kb. Banyuwangi
NIM : E20151027
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam / Perbankan Syariah

RIWAYAT PENDIDIKAN

- (2003) Lulus TK Pertiwi V Pesanggaran- Banyuwangi
- (2009) Lulus SDN 2 Pesanggaran- Banyuwangi
- (2012) Lulus SMPN 1 Siliragung- Banyuwangi
- (2015) Lulus SMAN 1 Pesanggaran- Banyuwangi
- (2019) Lulus Institut Agama Islam Negeri Jember- Jember

PENGALAMAN ORGANISASI

1. PRAMUKA MASA BAKTI 2013-2014
2. SAKA BAHARI POSAL PANCER ROTASI 24 TAHUN 2013-2014
3. DRUMBAND GEMA SANGGA MERU MASA BAKTI 2012-2015
4. UNIT KEGIATAN OLAHRAGA (UKOR) IAIN JEMBER MASA BAKTI 2017-2018