

**STRATEGI PEMASARAN BANK BRI UNIT KANGEAN
DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT PULAU
KANGEAN TERHADAP PRODUK PERBANKAN**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Shiddiq
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Oleh:

Ahmad Humaidi

NIM: E20171128

**UNIVERSITAS ISLAM KIAI HAJI ACHMAD SHIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
2021**

**STRATEGI PEMASARAN BANK BRI UNIT KANGEAN
DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT PULAU
KANGEAN TERHADAP PRODUK PERBANKAN**

SKRIPSI

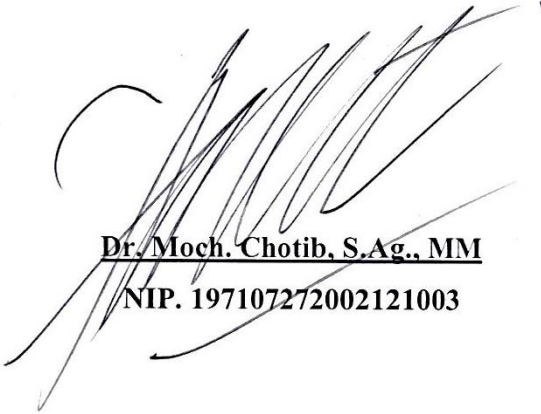
Diajukan kepada Universitas Islam Negeri KH Achmad Shiddiq
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh:

Ahmad Humaidi

NIM: E20171128

Disetujui Pembimbing



Dr. Moch. Chotib, S.Ag., MM

NIP. 197107272002121003

**STRATEGI PEMASARAN BANK BRI UNIT KANGEAN
DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT PULAU
KANGEAN TERHADAP PRODUK PERBANKAN**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Jumat
Tanggal : 19 November 2021

Tim Penguji

Ketua



Toton Fanshurna, M.E.I
NIP. 198112142011011008

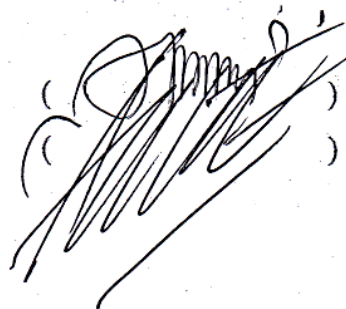
Sekretaris



Nur Hidayat, SE., M.M
NUP. 201603132

Anggota:

1. Dr. Abdul Roshim, S.Ag., M.E.I
2. Dr. Moch. Chotib, M.Ag



Menyetujui

Dean Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



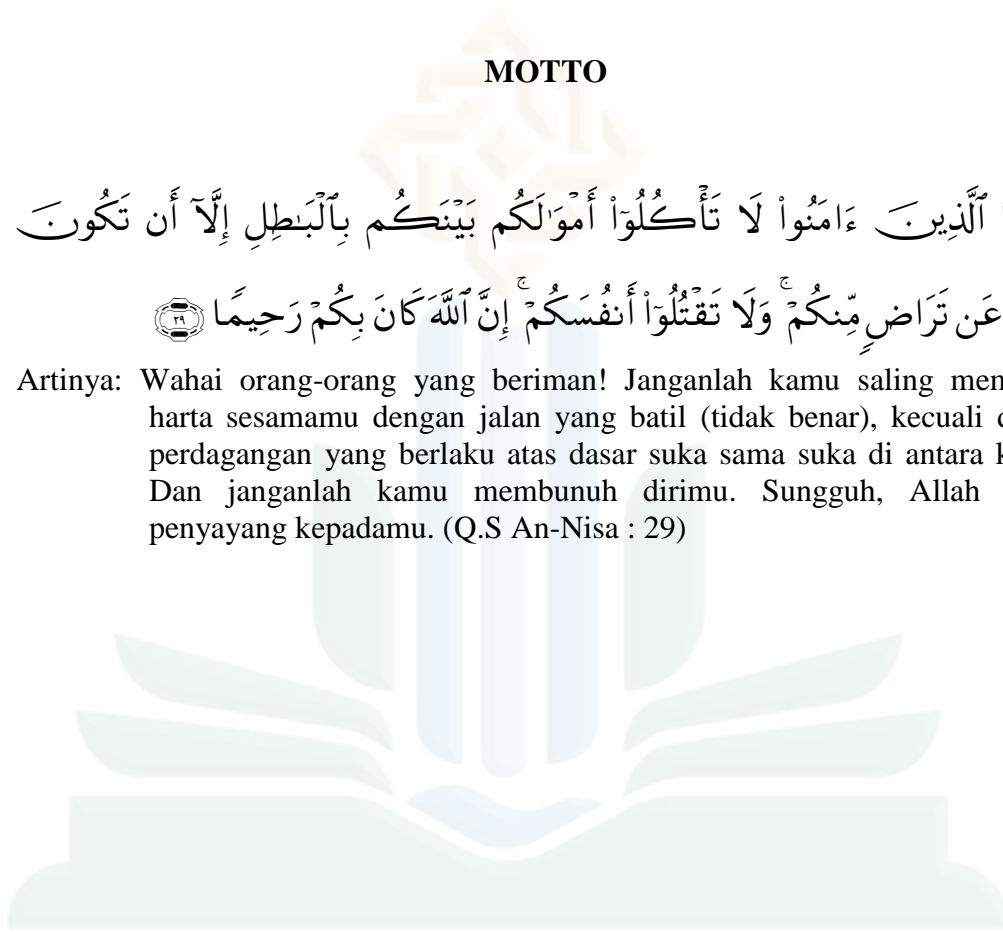
Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si
NIP. 19680807 200003 1 00 1

MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ

تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah maha penyayang kepadamu. (Q.S An-Nisa : 29)



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

PERSEMBAHAN

Puji syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT, karya ini saya persembahkan kepada orang yang cukup berarti dalam hidup saya, yaitu:

1. Kedua orang tua saya yang saya cintai dan saya banggakan, Bapak Mistari dan Ibu Rusdania yang telah berjuang, berkorban, dari segi materi bimbingan dan dukungan. hingga saya bisa sampai di titik ini. Terimakasih atas kasih sayang, dan doa Bapak Ibu berikan.
2. Keluarga yang selalu memberi support, dukungan dan juga yang selalu mengingatkan saya untuk tidak melakukan hal-hal negative, terimakasih.
3. Almamater UIN KHAS Jember

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

**KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT, atas Ridho dan Rahmat-Nya akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan sesuai dengan harapan. Sholawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada Baginda Rosulullah Muhammad SAW yang telah menuntun kita menuju jalan kebenaran.

Tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, akan sangat sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih atas doa dan dukungan kepada seluruh yang terlibat dalam penyelesaian skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM, selaku Rektor UIN KHAS Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'I, SE., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Nurul Setianingrum, SE, M.M selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah.
4. Bapak Dr. Moch. Chotib, S.Ag., MM selaku Dosen pembimbing akademik dan Dosen Pembimbing skripsi. Terimakasih atas bimbingan dan motivasi Bapak selama masa perkuliahan. Juga terimakasih untuk waktu, kesabaran, keikhlasan, dan ilmu yang bermanfaat, serta bimbingan selama proses penyelesaian skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) yang telah memberikan ilmunya selama masa perkuliahan.

6. Bapak Ari Marta Kusuma selaku Kepala Bank BRI KCP Unit Kangean dan seluruh karyawan yang telah membantu peneliti dalam mendapatkan informasi, motivasi, dan ilmu selama proses penelitian.
7. Kepada penguji sidang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, penulis Menyusun berdasarkan kemampuan yang dimiliki.

Penulis mengucapkan terimakasih banyak, semoga kebaikan semua pihak yang telah memberikan bantuan mendapatkan balasan pahala dari Allah SWT yang dapat menjadi amal perbuatan dan semoga bermanfaat untuk semua di dunia maupun di akhirat, aamiin.

Sumenep, 25 September 2021

Penulis

UIN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

ABSTRAK

Ahmad Humaidi, E20171128: Strategi Pemasaran Bank Bri Unit Kangean Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Pulau Kangean Terhadap Produk Perbankan

. Bank BRI sendiri merupakan satu-satunya Bank milik Negara yang berada di Pulau Kangean. Bank BRI ikut berpartisipasi dalam rangka pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, Menengah, dan Koperasi (UMKM) penciptaan lapangan kerja dan penanggulangan kemiskinan ini berharap bisa memberikan peluang dan pengentas kemiskinan Masyarakat Kangean

Fokus masalah yang diteliti dalam skripsi ini yaitu: 1) Bagaimana Strategi Pemasaran yang Dilakukan Oleh Bank Bri Unit Kangean dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Sapapan terhadap Produk Perbankan? 2) Bagaimana Minat Masyarakat Pulau Kangean Terhadap Produk yang Ditawarkan oleh Bank BRI Unit Kangean?

Tujuan dari penelitian ini yaitu: 1) Untuk Mengetahui Bagaimana Strategi Pemasaran yang Dilakukan Oleh Bank BRI Unit Kangean dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Sapapan terhadap Produk Perbankan. 2) Untuk Mengetahui Bagaimana Minat Masyarakat Pulau Kangean Terhadap Produk yang Ditawarkan oleh Bank BRI Unit Kangean.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, subyek penelitian menggunakan *purposive sampling*, Teknik pengumpulan data menggunakan Teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Serta keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini adalah: 1) Produk yang di tawarkan oleh BANK BRI unit Kangean berupa simpan, pimjam, asuransi dan paling banyak diminati masyarakat adalah produk pinjaman yaitu Kredit Usaha Rakyat (KUR). Tempat pemasaran produk Bank BRI unit Kangean adalah fleksibel bisa dimana saja yang terpenting banyak masyarakat, terlebih di pusat-pusat transaksi seperti pasar. Bank BRI unit Kangean dibantu oleh instansi pemerintah dan pegawai lapang dalam menyalurkan promosi produk perbankan. Harga yang ditawarkan oleh Bank BRI unit Kangean yaitu, sesuai denga napa yang telah ditetapkan oleh pusat. Promosi dibantu oleh instansi pemerintahan dan juga pekerja lapang yang kemudian informasi-informasi dari Bank BRI unit Kangean dapat tersalurkan kepada masyarakat. 2) Masyarakat Sapapan berminat terhadap produk perbankan yakni karena Bank BRI unit Kangean menawarkan produk perbankan yang dapat diakses dimana saja tanpa harus dating kekntor cabang. Dan juga masyarakat sangat berminat terhadap produk pinjaman yang digunakan untuk modal usaha dengan biaya yang rendah.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Produk Perbankan, Minat Masyarakat

ABSTRACT

Ahmad Humaidi, E20171128: Strategi Pemasaran Bank Bri Unit Kangean Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Pulau Kangean Terhadap Produk Perbankan

Bank BRI is the only state-owned bank located on Kangean Island. Bank BRI participates in the context of empowering Micro, Small, Medium Enterprises and Cooperatives (MSMEs) to create job opportunities and reduce poverty.

The focus of the problems studied in this thesis are: 1) How is the Marketing Strategy Carried out by Bank Bri Kangean Unit in Increasing Sapapan Community's Interest in Banking Products? 2) What is the Interest of the Sapapan Island Community in the Products Offered by Bank BRI Kangean Unit?

The objectives of this study are: 1) To find out how the marketing strategy is carried out by Bank BRI Kangean Unit in Increasing Sapapan Community's Interest in Banking Products. 2) To find out how the Sapapan Island community's interest in the products offered by Bank BRI Kangean Unit.

This research uses qualitative research with a descriptive approach, research subjects use purposive sampling, data collection techniques use observation, interviews, and documentation techniques. And the validity of the data using source triangulation.

The results of this study are: 1) The products offered by BANK BRI unit Kangean in the form of savings, loans, insurance and the most popular with the public are loan products, namely People's Business Credit (KUR). The place for marketing products from Bank BRI Kangean unit is flexible, it can be anywhere, the most important thing is that there are many people, especially in transaction centers such as markets. Bank BRI Kangean unit is assisted by government agencies and field employees in distributing the promotion of banking products. The price offered by Bank BRI Kangean unit is in accordance with what has been determined by the center. Promotions are assisted by government agencies and also field workers who then information from Bank BRI Kangean unit can be distributed to the public. 2) The Sapapan community is interested in banking products, namely because Bank BRI Kangean unit offers banking products that can be accessed anywhere without having to come to the branch office. And also people are very interested in loan products that are used for business capital at low costs.

Keywords : Marketing Strategy, Banking Products, Public Interest

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Istilah.....	8
F. Sistematika Pembahasan	11
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	13
A. Penelitian Terdahulu	13
B. Kajian Teori	24

BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	35
B. Lokasi Penelitian.....	35
C. Subyek Penelitian.....	36
D. Teknik Pengumpulan Data.....	37
E. Analisis Data	38
F. Keabsahan Data.....	41
G. Tahap-tahap Penelitian.....	40
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	42
A. Gambaran Obyek Penelitian	42
B. Penyajian Data dan Analisis.....	47
C. Pembahasan Temuan.....	51
BAB V PENUTUP.....	54
A. Kesimpulan	54
B. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	59

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Terletak di bagian paling selatan Pulau Madura di provinsi Laut Jawa, Kepulauan Kangean adalah pulau kecil Gugusan yang merupakan rumah bagi komunitas kecil orang. Pulau Kepulauan terdiri dari 60 pulau dengan luas total 487 km². Ada tiga pulau terbesar di dunia: Pulau Kangean (188 km²), Pulau Paliat (186 km²) dan Pulau Sepanjang (186 km²). Prosedur administratif, Kepulauan ini terletak di Provinsi Jawa Timur, di wilayah Kabupaten Sumenep. Kepulauan Kangean adalah sebuah pulau kecil di lepas pantai provinsi Sumenep, Indonesia. Total ada tiga Kecamatan di wilayah Kangean: Kecamatan Arjasa, Sapeken, dan Kangayan. Kangayan merupakan hasil karya komunitas Arjasa pada tahun 2007.¹

Kepulauan Kangean terletak di bagian paling selatan Pulau Madura di provinsi Laut Jawa dan merupakan Gugusan kecil, Batu Putih, Tembayan, Cangkaramaan dan Saobi, antara lain. Berbeda dengan Kecamatan Arjasa, yang termasuk Pulau Kangean di provinsi Barat, di mana sebagian besar Wilayah terletak di Pulau Kangean Besar, pulau yang merupakan rumah bagi komunitas kecil orang. Pulau Kepulauan terdiri dari 60 pulau dengan luas total 487 km². Ada tiga pulau terbesar di dunia: Pulau Kangean (188 km²), Pulau Paliat (186 km²) dan Pulau Sepanjang (186 km²). Prosedur administratif. Kecamatan Kangayan justru memiliki wilayah dengan berbagai pulau-pulau

¹ "Kepulauan Kangean", https://id.m.wikipedia.org/wiki/kepulauan_kangean (03 April 2021)

kecil. Misalnya, di Kecamatan Kangayan, terdapat Desa Saobi, wilayah yang terdapat di Desa Saobi ini bahkan berada di pulau yang berbeda, seperti pulau Kareenteng, Pulau Bunginnyarat, dan Pulau Sapapan, yang berada di antara pulau Kangean besar (sebelah barat) dan pulau Saubi (sebelah timur)

Artikel ini mencakup Dusun Sapapan yang terdapat di Kangean Kepulauan, Kecamatan Kangayan, Kecamatan Desa Saobi, dan Sumenep Jawa Timur. Pulau Sapapan, demikian nama resminya, terletak di satu distrik administratif, Desa Saobi. Perjalanan dari kota Sumenep menuju pulau Sapapan memakan waktu kurang lebih 12 jam. Sebuah perahu digunakan untuk mengangkut orang dari Dusun Sapapan ke kota Saobi dan memakan waktu antara 10 dan 15 menit (tergantung pada kecepatan perahu dan jarak yang ditempuh).

Diperkirakan ada sekitar 800 orang (delapan ratus) yang tinggal di Dusun Sapapan Pulau Kangean, dan kebanyakan dari mereka adalah Petani, Nelayan dan Sapi atau Kambing Peternaks (lihat di bawah). Mereka Bertani adalah sosok wanita yang tabah. Tidak adanya sungai hanya memperparah Hujan, sehingga masyarakat Pulau rata-rata mengalami satu hari hujan dalam setahun dan dua hari berburu dalam setahun.

Penduduk Dusun Sapapan Kepulauan Kangean tidak memiliki akses transportasi umum dan oleh karena itu mengandalkan panel surya untuk memindahkan barang-barang mereka dari satu tempat ke tempat lain. Setiap anggota kelompok yang tidak dapat pergi ke Tetangga atau Sanak Keluarganya. Penjaga Dusun Sapapan di Kepulauan Kangean telah

menerima sumbangan dari Desel de Desa selama lima tahun terakhir. Akibatnya, warga Sapapan panik dan kepala desa harus segera membayar semua biaya operasional kabupaten; jika tidak, bahan bakar akan terdampar di pom bensin. Masjid untuk tujuan kuno tidak hanya dioperasikan dengan diesel untuk tujuan kuno².

Tabel 1.1
Pertumbuhan Jumlah Penduduk Di Dusun Sapapan Di Kepulauan Kangean

NO	TAHUN	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	JUMLAH
1	2016	335 Jiwa	339 Jiwa	674 Jiwa
2	2017	340 Jiwa	345 Jiwa	685 Jiwa
3	2018	360 Jiwa	374 Jiwa	742 Jiwa
4	2019	375 Jiwa	385 Jiwa	760 Jiwa

Sumber : Bagian Administratif Desa

Tabel ini menunjukkan bahwa ada peningkatan setiap tahunnya meskipun berangka kecil, Pada tahun 2016 (Dua ribu enam belas) Jumlah penduduk pulau Sapapan sebanyak 674 Jiwa, yaitu terdiri dari 335 Laki-Laki dan 339 Perempuan. Kemudian pada tahun 2017 (Dua ribu tujuh belas) jumlah penduduk masyarakat pulau sapapan mengalami peningkatan sebanyak sebelas jiwa, begitupun pda tahun berikutnya jumlah penduduk Dusun Sapapan kepulauan Kangean terus mengalami perkembangan penduduk, dari tahun 2017-2018 bertambah sebanyak 56 jiwa. Penduduk Dusun Sapapan Kepulauan KAngean terus mengalami peningkatan jumlah penduduk, sehingga pada tahun 2019 jumlah penduduk Dusun Sapapan Kepulauan Kangean dari 2018 meningkat sebanyak 18 (delapan belas) Jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa setiap tahunnya di Dusun Sapapan Kepulauan Kangean terus mengalami peningkatan jumlah penduduk.

² Moh Tamimi, "Begini Warga Pulau Bungin Nyarat dan Sapapan Penuhi Air Bersih dan Energi", <https://www.mongabay.co.id/2020/12/11/begini-warga-pulau-bungin-nyarat-dan-energi/> (03 April 2021)

Selain mayoritas mata pencaharian masyarakatnya ialah sebagai nelayan, pelaut, dan petani. Namun banyak juga di antaranya yang pergi merantau ke luar kota, seperti kota-kota besar di pulau Jawa, Makassar, dll. Bahkan merantau ke luar negeri pun menjadi pilihan masyarakat pulau ini. Motifnya beragam, dari yang merantau untuk bekerja, sampai merantau untuk menempuh pendidikan. Minat Masyarakat Dusun Sapapan Kepulauan Kangean untuk pergi merantau bekerja ataupun menempuh pendidikan itu semakin tahun bertambah. Berdasarkan hasil pra seris di pulau sapapan tersebut, didapatkan bahwasanya masyarakat pulau tersebut kurang berminat terhadap perbankan. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya faktor kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap perbankan (produk bank), faktor jauhnya terhadap kantor cabang di kecamatan, faktor keyakinan.

Dari sini dapat dilihat bahwa butuhnya transaksi elektronik untuk memudahkan masyarakat untuk saling mengirim uang. Entah itu dari orang tua di kampung kepada anak di rantau, atau mungkin kepala keluarga yang sedang bekerja, mengirim uang untuk keluarga di kampung. Namun, masyarakat Dusun Sapapan Kepulauan kangean tidak banyak yang memiliki buku tabungan perbankan, atau atm untuk memudahkan transaksi tersebut. Hanya beberapa saja. Dan jika ingin melakukan transaksi tersebut, perlu meminta bantuan kepada tetangga yang memilikinya. Masyarakat Dusun Sapapan Kepulauan Kangean lebih cenderung menabung dengan cara menitipkan uang atau harta benda lain kepada orang kepercayaan di pulau tersebut. Oleh karna itu agar kegiatan sosialisasi dalam rangka

memperkenalkan pemahaman masyarakat terhadap produk perbankan menjadi lebih efektif, diperlukan informasi yang lengkap untuk karakteristik dan perilaku masyarakat/calon nasabah terhadap perbankan.

Di Pulau Kangean sendiri terdapat beberapa perbankan, yang berada di kecamatan Arjasa yang merupakan pusat perekonomian di Pulau Kangean. Perbankan tersebut diantaranya adalah Bank BRI, Bank Jatim, BPRS, BMT Sidogiri. Bank BRI sendiri merupakan satu-satunya Bank milik Negara yang berada di Pulau Kangean.

BRI telah setuju untuk berpartisipasi dalam program Penciptaan Kerja Dan Penanggulangan Kemiskinan UMKM untuk memberikan kesempatan kepada Kemiskinan untuk tumbuh dan berkembang. Masyarakat Kangean dan BRI diharapkan dapat berpartisipasi dalam KUR BRI, proyek bunga Pinjaman KUR jangka panjang yang saat ini sedang diselenggarakan di desa Arjasa di provinsi Jawa Barat.

Selain itu, Minat juga dapat didefinisikan sebagai keadaan pikiran di mana seseorang merasakan dan berpartisipasi secara aktif dalam berbagai kegiatan, di mana kegiatan yang seseorang mulai dan berpartisipasi aktif secara teratur dan disertai dengan tekad. memimpin Pengembangan perasaan positif. Minat tidak hanya merupakan situasi pratindakan yang dialami seseorang, tetapi juga dapat disebut sebagai Minat Menabung, yaitu perilaku yang terjadi sebagai akibat dari reaksi orang tersebut terhadap transaksi tersebut. Minat Menabung bisa juga disebut Minat Beli, yaitu suatu perilaku yang terjadi sebagai akibat dari reaksi orang tersebut terhadap transaksi

tersebut. Minat Menabung juga bisa Karena fakta bahwa Minat Menabung telah dikaitkan dengan perilaku konsumen, itu adalah fenomena yang sangat penting untuk berfungsinya lembaga keuangan manapun. Minat Menabung telah dikaitkan dengan perilaku konsumen yang mungkin mengalami dorongan tiba-tiba untuk melakukan atau tidak membeli. Fakta bahwa Minat Menabung Yang Besar merupakan sumber motivasi yang penting untuk melakukan tugas tertentu menunjukkan bahwa Minat Menabung Yang Besar merupakan sumber motivasi yang penting untuk melakukan tugas tersebut.³

Dengan kurangnya minat masyarakat Kangean terhadap produk perbankan dan juga Bank BRI unit Kangean yang memiliki produk perbankan berbasis kemasyarakatan, sehingga peneliti lebih lanjut ingin meneliti tentang Strategi Pemasaran Bank BRI Unit Kangean Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Kangean Terhadap Produk Perbankan.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang dikemukakan di atas maka focus penelitian dalam penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana Strategi Pemasaran yang Dilakukan Oleh Bank Bri Unit Kangean dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Pulau Kangean terhadap Produk Perbankan?
2. Bagaimana Minat Masyarakat Pulau Kangean Terhadap Produk yang Ditawarkan oleh Bank BRI Unit Kangean?

³ Reni A. Alhifni, *Factor-faktor Penyebab Kurangnya Minat Masyarakat Menabung di Lembaga Keuangan Mikro Syariah*, Jurnal Syarikah. Vol 5 No. 1, Juni 2019, 62.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui Bagaimana Strategi Pemasaran yang Dilakukan Oleh Bank BRI Unit Kangean dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Pulau Kangean terhadap Produk Perbankan.
2. Untuk Mengetahui Bagaimana Minat Masyarakat Pulau Kangean Terhadap Produk yang Ditawarkan oleh Bank BRI Unit Kangean.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat untuk:

1. Manfaat Teoris

Peneliti ini diharapkan untuk memberikan pengetahuan atau manfaat terhadap masalah yang akan diteliti. Khususnya mengenai atau berfokus terhadap strategi pemasaran pengenalan produk perbankan dalam meningkatkan jumlah nasabah. Dan dapat dijadikan referensi bagi pihak lain yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Akademis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai sumber informasi bagi masyarakat umum untuk lebih memahami produk perbankan.

- b. Bagi Peneliti

Dalam penelitian ini, kami mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan masyarakat untuk membeli produk bank.

Kami akan menggunakan informasi ini untuk meningkatkan pemahaman kami tentang area penelitian.

c. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pengetahuan mengenai produk yang diberikan oleh perbankan.

E. Definisi Istilah

1. Strategi Pemasaran

a. Strategi

Perencanaan strategis sangat penting untuk keberhasilan bisnis apa pun. Untuk mencapai sasaran atau tujuan perusahaan secara efisien dan efektif, perusahaan harus secara proaktif mengatasi setiap masalah yang muncul di dalam atau di luar organisasi.

Menurut Morrisey, definisi strategi adalah "suatu proses dimana perusahaan menetapkan kerangka kerja yang harus diikuti agar perusahaan mencapai tujuannya." Strategi

adalah seperangkat prinsip yang memandu upaya perusahaan untuk mengatur operasinya dan semua aktivitas terkait untuk mencapai tujuan bisnisnya, termasuk menutup transaksi dan melaporkan hasil kepada investor. Ini juga dikenal sebagai "rencana lima tahun". Strategi pencapaian tujuan dan sasaran, serta pedoman dan tata cara, digunakan untuk membimbing Usaha dan Ushaha Pemasaran Perusahaan dari hari ke hari melalui berbagai tingkat Tidkatan, Acuan, dan Alokasi, dan sangat membantu dalam Usaha dan

Usaha. memandu pemasaran perusahaan dalam menghadapi masalah lingkungan dan sosial yang terus berubah.⁴

b. Pemasaran

Tujuan inti pemasaran (pemasaran) adalah untuk mengidentifikasi dan memuaskan kebutuhan individu dan kelompok. Dalam konteks Pemasaran, salah satu definisi yang paling sederhana dan paling berguna adalah "memenuhi kebutuhan masyarakat dengan cara yang hemat biaya".

Pemasaran, menurut buku American Marketing Association dengan nama yang sama oleh Philip Kotler, adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk berkomunikasi dan memberikan informasi kepada pelanggan. Ini juga mencakup prosedur untuk membangun dan memelihara hubungan pelanggan dengan cara yang bermanfaat bagi perusahaan dan pelanggan.⁵

2. Produk Perbankan

a. Produk

Produk, dalam definisi yang paling dasar, adalah setiap barang yang dapat diproduksi selama proses pembuatan suatu produk, seperti:

B. barang atau perangkat yang pada akhirnya dijual untuk mendapatkan keuntungan. Penulis, William J. Stanton, berpendapat bahwa harga suatu produk merupakan sekumpulan faktor yang

⁴ T. Prasetyo Hadi Atmoko, "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta", (Journal of Indonesia Tourism, Hospitality and Recreation, Volume 1, Nomor 2, Oktober 2018).

⁵ Ibid.

terpisah, ada yang Nyata dan ada yang tidak, antara lain harga, Warka, Kemasan, Pengecer, dan lain-lain. termasuk reputasi produsen serta layanan atau produk dari produsen yang digunakan oleh pembeli untuk mengurangi atau menghilangkan kebutuhan mereka.⁶

b. Perbankan

Produk, dalam definisi yang paling dasar, adalah setiap barang yang dapat diproduksi selama proses pembuatan suatu produk, seperti: B. barang atau perangkat yang pada akhirnya dijual untuk mendapatkan keuntungan. Penulis, William J. Santon, berpendapat bahwa harga suatu produk merupakan sekumpulan faktor yang terpisah, ada yang Nyata dan ada yang tidak, antara lain harga, Warka, Kemasan, Pengecer, dan lain-lain. termasuk reputasi produsen serta layanan atau produk dari produsen yang digunakan oleh pembeli untuk mengurangi atau menghilangkan kebutuhan mereka.⁷

3. Masyarakat

Masyarakat adalah sekumpulan manusia yang hidup atau tinggal disuatu tempat dengan tradisi yang sama, dan mempunyai hubungan erat antara satu manusia dan lainnya, saling membantu, saling menghargai, saling menghormati antara satu dan lainnya.

⁶ “Pengertian Produk: Jenis, Tingkatan, dan Konsep Produksi Menurut Ahlinya”, <https://accurate.id/bisnis-ukm/pengertian-produk/> (04 April 2021).

⁷ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Depok: Raja Grafindo Persada, 2017), 24.

F. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN. Pada bab ini diuraikan terkait latar belakang masalah, focus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konseptual, dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN PENELITIAN. Pada bab ini berisi konsep tualisasi topik yang diteliti dan perspektif teoritis. Bab ini menguraikan kajian pustaka mengenai: strategi pemasaran produk perbankan memperkenalkan terhadap masyarakat.

BAB III METODE PENELITIAN. Pada bab ini diuraikan terkait jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, Teknik analisis data, dan keabsaan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN. Bab ini memuat temuan-temuan dilapangan yang disebut hasil penelitian dan memuat pembahasan mengenai analisis di lapangan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN. Pada bab ini berisikan kesimpulan serta saran-saran dari penelitian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Bagian ini memberikan informasi bagaimana hasil penelitian sebelumnya dapat digunakan sebagai metode perbandingan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada bagian ini. Selain itu, Kajian Terdahulu berpotensi membantu Peneliti mengumpulkan penelitiannya dan menentukan kualitas hasil penelitiannya.

Namun, ada beberapa Penelithians lengkap yang peneliti percaya relevan dengan Penelithians tidak lengkap lainnya. Ini tercantum di bawah ini.:

1. Eka Widya Alvionita Situmorang, Untuk meningkatkan produksi Tabungan-Impian di bank KCP Syariah Rakyat Indonesia, dikembangkan strategi untuk meningkatkan produksi Tabungan-Impian. Fokus penelitian ini adalah pada perencanaan strategis yang dilakukan oleh PT. Bank BRI Syariah KCP Tebing Tinggi untuk produksi Tabungan Impian iB BRI Syariah. Dalam penelitian ini, penelitian kualitatif digunakan dalam hubungannya dengan metode deskriptif. Berdasarkan hasil kajian tersebut, strategi yang diterapkan BRI Kcp Bank Tebing Tinggi dalam rangka Pemasaran produk tabungan impian iB adalah dengan memberikan informasi dan produk bagi yang ingin memulai usaha manufaktur Faedah. Penggunaan brosur dan iklan yang menarik, serta informasi produk dan layanan Bank Rakyat Indonesia Syariah, pinjaman pribadi dan pinjaman usaha merupakan contoh strategi pemasaran yang

efektif.⁸ Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran, sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian.

2. Risa Windasari, Mikro 25iB BRI Syariah KC Semarang merupakan produk dari BRI Syariah KC Semarang. KC Semarang BRI Syariah Strategi Pemasaran Pemasaran Fokus penelitian ini adalah pada strategi Pemasaran yang digunakan oleh perusahaan yang menjual produk mikro, yaitu produk 25iB BRI Syariah. Studi tesis ini menggunakan jenis penelitian lapangan yang dikenal sebagai lapangan (field research) yang memungkinkan pengumpulan data kuantitatif dengan kualitas tinggi. lebih khusus lagi, Kualitatif berkaitan dengan proses pengumpulan data yang mengarah pada distribusi data deskriptif, yang terdiri dari Tertulis/lisan, individu, dan perilaku terverifikasi. Hasil penelitian ini mengarah pada pengembangan strategi implementasi mikro 25iB BRI Syariah. Dalam hal ini segmentasi memungkinkan penyampaian produk yang lebih terfokus pada UMKM, pasar tradisional dan masyarakat atau perusahaan kecil yang lebih beretika dalam hal kewirausahaan dan memiliki tujuan tertentu. Untuk menghindari Syarat, perusahaan harus telah beroperasi setidaknya selama tiga tahun. Perusahaan mungkin telah menjalankan bisnisnya selama lebih dari sebulan dan telah menerima 75/200iB dari Pembiayaan, tetapi belum memiliki peringkat kredit bank yang negatif. Dalam hal arah strategis, Penelitian Terdahulu dan

⁸ Eka Widya Alvionita Situmorang, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Nasabah Produk Tabungan Impian Pada Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP. Tebing Tinggi", (Skripsi, UIN Sumatera Utara Medan, 2019).

Penelitian Sekarang sangat berbeda satu sama lain. Perbedaan utamanya adalah Peneliti Terdahulu fokus pada produk Pembiayaan, sedangkan Peneliti Sekarang fokus pada produk Perkenalan Perbankan. Peneliti Terdahulu juga berfokus pada pengembangan produk baru.

3. Maulida Zulfa Rahmannisa, Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan iB Tasya Haji Baitullah Di BPRS Suriyah Cabang Kudus. Fokus penelitian ini adalah menyusun strategi peningkatan jumlah nasabah produk iB tasya haji baitullah di BPRS Suriyah Cabang Kudu, serta mengkaji berbagai aspek strategi peningkatan jumlah nasabah produk iB tasya haji baitullah dalam Penelitian ini menggunakan BPRS Suriyah Cabang Kudu, serta berbagai metode Deskriptif kualitatif, dan metode itulah yang digunakan. Berdasarkan hasil penelitian maka dikembangkan strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah produk Nasabah Tabungan iB Tasya Haji Baitullah pada BPRS Suriyah Cabang Kudu yang meliputi penggunaan 4P (Product, Price, location, Promotion dan STP) . . serta penggunaan bauran pemasaran (termasuk 4P) (segmentasi, penargetan, penentuan posisi). Dalam hal ini yang menjadi masalah adalah promosi yang belum dilaksanakan secara maksimal dan masih banyak masyarakat yang belum mengenal BPRS. Sama seperti Peneliti Terdahulu dan Peneliti bekerja sama hari ini pada strategi untuk memproduksi produk bank, Peneliti Terdahulu dan Peneliti sekarang bekerja sama di sebuah properti. Juga,

Peneliti Terdahulu dan Peneliti sekarang sedang mengerjakan strategi untuk memproduksi produk perbankan, perbedaan antara Penelit.

4. Riski Eka lestari, KCP Teluk Betung Syariah Mandiri Strategi Bank Peasaran Produk Tabungan Maburur Junior Di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Fokus penelitian ini hanya pengembangan strategi tabungan junior manufacturing, serta lokasi lokasi penelitian yaitu Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung. Disarankan agar metode yang digunakan dalam penelitian ini diadopsi langsung dari lokasi penelitian (penelitian lapangan) dan hasil penelitian disajikan sebagai deskriptif berkualitas tinggi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, strategi yang diterapkan Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung untuk produk Tabungan Maburur Junior sejalan dengan strategi pemasaran menggunakan 4P Marketing (Marketing Max): Strategi Produk (Ort), Strategi Promosi (periklanan), Strategi Produk (produk) dan Strategi Harga (harga). Dalam hal ini dilakukan strategi untuk memfasilitasi pelaksanaan ibadah haji dan umroh dengan membuka peluang sosialisasi di sekolah dan universitas serta menginformasikan kepada masyarakat tentang pentingnya ibadah haji dan umroh serta pelaksanaannya. Sementara kesamaan antara penelitian saat ini dan penelitian sebelumnya sangat mencolok, perbedaan antara penelitian saat ini dan penelitian sebelumnya sangat mencolok dalam hal strategi pemasaran produk. Perbedaan antara penelitian saat ini dan sebelumnya dalam strategi pemasaran produk juga mencolok.

5. Febriana Eka Wulandari, Di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bumi Arta Sampang Sampang Cilacap menerapkan strategi baru untuk meningkatkan jumlah Nasabah Tabungan. Penelitian lapangan (juga dikenal sebagai penelitian lapangan) adalah jenis penelitian kualitatif yang dapat digunakan sebagai alat dalam penelitian kuantitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kuantitatif. Penelitian lapangan disebut juga dengan penelitian deskriptif. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (field research). Ini juga dapat digunakan sebagai alat dalam penelitian kuantitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian ini, baik jumlah tabungan maupun kecepatan pemulihan di BPRS Bumi Arta Sampang berbeda-beda. Hal ini disebabkan kesadaran masyarakat yang fluktuatif terhadap berbagai produk dan proses yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Selain itu, kampanye Pemasaran hanya dilakukan setahun sekali dan dalam jangka waktu terbatas. Pertumbuhan Saldo Tabungan melambat pada tahun 2016 dan alasannya tidak jelas. Namun, keseimbangan yang dimaksud masih dalam parameter tujuan yang telah ditetapkan. Pada periode Juni hingga Juli, jumlah siswa yang mendaftar pada tahun ajaran baru meningkat secara signifikan, yang berarti tabungan harus menerima dana yang seharusnya digunakan untuk Siswanya. Pada periode Juni hingga Juli terjadi peningkatan jumlah siswa yang signifikan pada tahun ajaran baru, yang mengakibatkan alokasi dana untuk tabungan yang seharusnya masuk ke siswanya dan bertepatan

sehubungan dengan tumpang tindih antara Peneliti sekarang dan Di masa lalu, strategi untuk produk Pemasaran Peneliti Perbankan, tetapi ada juga beberapa penyimpangan karena tujuan Peneliti.

6. Evi Isfahani, Strategi promosi dan distribusi produk di PT. BPRS Saka Dana Kudu adalah produk iB sederhana. Fokus penelitian ini adalah produk Simpanan pelajar (simpler) iB dari PT. BPRS Saka Dana Mulia, dengan perhatian khusus pada hubungan dengan perusahaan. Dalam penelitian ini digunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif, dan metode itulah yang digunakan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran dan promosi produk iB sederhana yang paling efektif adalah dengan menggunakan mentukan (1). Apakah produk (produk) yang PT. BPRS Saka Dana Mulia Promosikan Kudu? (2) Biaya barang (Harga). (3) Pemasaran dan situs promosi produk (lokasi). (4) Periklanan dan Promosi (Promosi). Ada juga strategi Pendukung seperti (a) Jemput-Bola. c) door to door (c) dan untuk kegiatan promosi, termasuk penggunaan periklanan (periklanan). (d) penjualan eceran. (e) Ada juga pemasaran langsung. Karena kecepatan dan keseriusan kerja Pegawai, Nasabah mampu menawarkan Nilai Plus yang unik. Ada beberapa kegiatan pemasaran yang dilakukan dalam proses identifikasi dan promosi produk simpanan belajar (simpler) iB, antara lain evaluasi kinerja, penggunaan sumber daya, pengumpulan data, perencanaan dan komunikasi. Meskipun generasi siswa saat ini mirip dengan generasi

sebelumnya dalam hal strategi Pemasaran, ada perbedaan dalam hal tujuan evaluasi mereka.

7. Ria Saputri B, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., Strategi Pemasaran Kepuasan Pelanggan, Departemen Batu Raya. PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., Strategi Pemasaran Kepuasan Pelanggan, Departemen Batu Raya. Hal ini dikarenakan masih sedikitnya variabel seperti lokasi, promosi, dan karyawan yang bersedia berpartisipasi dalam mencari klien di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Satuan Batu Raya. Penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif untuk melakukan penelitiannya. Hasil penelitian yang dilakukan dengan Uji F menunjukkan bahwa terdapat berbagai macam produk, harga, lokasi, promosi, orang, struktur fisik dan proses yang positif dan signifikan dalam kaitannya dengan situasi sulit di Nasabah. Hasilnya, hasil Uji T menunjukkan bahwa berbagai variabel, termasuk lokasi, orang, dan promosi, berdampak positif pada keadaan perekonomian nasional. Sedangkan harga barang, nilai aset berwujud dan lamanya proses tidak signifikan dan tidak penting. Ada jenis variabel tertentu yang menjadi perhatian dan merupakan variabel masyarakat yang positif dan signifikan dalam tanggapannya terhadap nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Unit Batu Raya. Sebagai hasil dari kolaborasi mereka, Peneliti Terdahulu dan Peneliti Sekarang Meneliti melaporkan strategi Pemasaran. Meski memiliki kesamaan, Peneliti

Terdahulu lebih fokus pada pelaksanaan strategi. Peneliti terdahulu lebih fokus pada implementasi strategi.

8. Nur listyawati, Salah satu contohnya adalah strategi Pemasaran Produk Perbankan BNI KCP Pinrang terkait Upaya Peningkatan Nasabah (Analisis Ekonomi Syariah). Tujuan dari proyek ini adalah untuk memahami strategi pemasaran Tabungan Berjangka sehingga seluruh penduduk mengetahui produk yang dimaksud, menurut Peneliti. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitas yang menggunakan kerangka fenomenologis. Menurut hasil penelitian, hal-hal berikut harus diperhatikan: 1). Dalam konteks BNI KCP Pinrang Upaya Nasabah, kelompok sasaran dari strategi pemasaran penduduk perbankan yang bertujuan untuk meningkatkan derajat Nasabah adalah Masyarakat lengkap yang membaginya menjadi beberapa segmen, misalnya dalam hal Rekening Tabungan El Kelompok sasaran adalah siapa saja yang ingin membuka rekening Tabungan yang sesuai (2). Positioning (penempatan posisi) di pasar dalam rangka mencapai tujuan peningkatan kinerja nasabah di BNI KCP Pinrang dilakukan dengan mengedepankan keunggulan dan keunggulan produk dan layanan yang ditawarkan dengan layanan nasabah sebaik mungkin dengan tingkat keamanan tertinggi dan pengembangan hubungan positif Pelanggan. Baik penelitian terdahulu maupun penelitian saat ini mengkaji tentang strategi pemasaran produk perbankan, namun perbedaan antara

peneliti sebelumnya dan peneliti saat ini adalah pada topik penelitian, namun letak perbedaan peneliti adalah.

9. Ismi Mutmainna, Dalam meningkatkan market share suatu produk di BRI Syariah KCP Pinrang, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan. Dengan menggunakan pendekatan fenomenologi, penelitian ini dilakukan pada bank BRI Syariah KCP Pinrang. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode Wawancara menggunakan informasi dari berbagai sumber, termasuk situs Resmi Eitas dan sumber Datasecond Pendukung lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk meningkatkan pangsa pasar perlu diterapkan strategi yang efektif. Studi ini juga menemukan bahwa menerapkan strategi 7P yang efektif (Produk, Tempat, Promosi, Harga, Orang, Bukti Fisik, dan Proses) akan membantu meningkatkan pangsa pasar. Namun, peningkatan pangsa pasar yang diamati pada bank BRI Syariah KCP Pinrang tidak signifikan. Pasalnya, bagian pemasaran BRI Syariah belum mempromosikan produk-produk perusahaan yang hanya tersedia di beberapa kota. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa bank BRI Syariah mencatat penurunan pangsa pasar karena terbatasnya jumlah Sasabah pada periode yang dianalisis. Agar produk tersebut dikenal dan digunakan oleh masyarakat luas karena kegunaannya di dunia dan dalam Islam, maka harus dilaksanakan strategi pemasaran yang komprehensif. Terlepas dari kesamaan antara penelitian saat ini dan penelitian sebelumnya, penelitian saat ini berfokus pada pengembangan produk perbankan. Di sisi lain, penelitian sebelumnya

berfokus pada peningkatan pangsa pasar di sektor perbankan; Namun, penelitian saat ini difokuskan pada pengembangan produk perbankan.

10. Dicky Marcelino, Untuk membuat produk Mudharobah lebih dikenal masyarakat, Bank Syariah Mandiri memiliki strategi (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Karanganyar Cukuph, Kabupaten Kejang lebong). Fokus penelitian ini adalah pemahaman masyarakat umum terhadap produk dan layanan Bank Syariah mandiri (studi masyarakat Desa Karanganyar curup Timur Kabupaten Rejang lebong). Penelitian ini menggunakan deskripsi yang berkualitas serta teknik pengumpulan data primer dan skunder seperti observasi, wawancara dan pengarsipan. Menurut hasil penelitian, strategi untuk meningkatkan kesadaran di kalangan penduduk Karanganyar adalah dengan menggunakan sosialisasi, edukasi, dan kampanye doorprize/hadiah dengan menggunakan berbagai cara seperti Internet, perangkat penjualan, dan kampanye telemarketing. Salah satu faktor yang berkontribusi terhadap memburuknya pemahaman publik tentang krisis Mudharoba adalah kenyataan bahwa jumlah Masyarakat Kelurahan Karanganyar melebihi masyarakat tradisional.⁹

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang sama-sama membahas atau meneliti tentang strategi pemasaran produk perbankan, namun letak perbedaannya adalah penelitian terdahulu berfokus pada mudharoab, peneliti sekarang berfokus pada produk tabungan.

⁹ Dicky Marcelino, "Strategi Bank Syariah Mandiri Dalam Meningkatkan Pemahaman Tentang Produk Pembiayaan *Mudharobah* (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Karanganyar Curup Tengah, Kabupaten Rejang Iebung)", (Skripsi, IAIN Bengkulu, 2019).

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian

No	Nama/Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Eka Widya Alvionita Situmorang (2019)	Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Nasabah Produk Tabungan Impian Pada Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP. Tebing Tinggi	Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran	Perbedaannya terletak pada objek penelitian
2	Risa Windasari (2018)	Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Mikro 25iB BRI Syariah KC Semarang	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran	Perbedaannya peneliti terdahulu tentang produk pembiayaan sedangkan peneliti sekarang tentang pengenalan produk perbankan
3	Maulida Zulfa Rahmannisa (2018)	Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan iB Tasya Haji Baitullah Di BPRS Suriyah Cabang Kudus	Persamaan peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran produk perbankan	Perbedaannya peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang terletak pada objeknya
4	Riski Eka Iestari (2020)	Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabrur Junior Di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang sama-sama	sedangkan perbedaan peneliti terdahulu dengan Peneliti sekarang terletak pada objek penelitiannya

			meneliti tentang strategi pemasaran produk perbankan	
5	Febriana Eka Wulandari (2017)	Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bumi Arta Sampang, Sampang Cilacap	Persamaan peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran produk perbankan	Namun perbedaannya terletak pada objek penelitiannya
6	Evi Isfahani (2018)	Strategi Pemasaran Dan Promosi Produk Simpel iB Di PT. BPRS Saka Dana Mulia Kudus	Persamaan peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran	Namun perbedaannya terletak pada objek penelitiannya
7	Ria Saputri B (2018)	Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Batua Raya	Persamaan peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran	Adapun perbedaannya, peneliti terdahulu berfokus pada kepuasan nasabahnya, penelitian sekarang berfokus pada pengenalan produk perbankan
8	Nur listyawati 2020	Strategi Pemasaran Produk Perbankan Terhadap Upaya	Persamaan peneliti terdahulu dengan peneliti	Namun letak perbedaan peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang terletak pada

		Peningkatan Nasabah Di BNI KCP Pinrang (Analisis Ekonomi Syariah)	sekarang sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran	objek penelitiannya
9	Ismi Mutmainna (2020)	Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Market Share Pada Produk Di BRI Syariah KCP Pinrang	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran	Namun perbedaannya peneliti terdahulu meningkatkan market share pada produk Bank, namun peneliti sekarang berfokus pada pengenalan produk perbankan
10	Dicky Marcelino (2019)	Strategi Bank Syariah Mandiri Dalam Meningkatkan Pemahaman Tentang Produk Pembiayaan Mudharobah (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Karanganyar Cukup Tengah, Kabupaten Kejang lebong).	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang sama-sama membahas atau meneliti tentang strategi pemasaran produk perbankan	Namun letak perbedaannya adalah penelitian terdahulu berfokus pada mudharobah, peneliti sekarang berfokus pada produk tabungan

Sumber: Diolah dari Penelitian terdahulu

B. Kajian Teori

1. Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan yang memproduksi barang dan atau memberikan layanan kepada masyarakat untuk meningkatkan nilai saham mereka di pasar saham dalam lingkungan yang kompetitif. Strategi Pemasaran bertanggung

jawab atas keberhasilan penyelesaian Rencana perusahaan. Fase rencana strategis Pemasaran ini akan digunakan untuk mencapai kesuksesan yang diinginkan Pemasaran. Terdiri dari tiga komponen: Pengambilan tujuan jumlah uang yang ingin dikeluarkan perusahaan untuk proyek, Bauran untuk melaksanakan proyek dan lokasi proyek. Implementasi permanen dari strategi Pemasaran dicapai dengan meningkatkan jumlah indikator berbasis Sasara dan jumlah program Pemasaran yang digunakan untuk mengelola pasar Sasaran.¹⁰

Strategi pemasaran adalah bagian penting dari strategi bisnis dan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi semua aspek fungsi manajemen organisasi, terlepas dari ukurannya. Karena dengan adanya rencana strategis maka pelaksanaan program untuk mencapai tujuan organisasi dapat dilakukan secara aktif, sadar dan rasional. Strategi-strategi berikut ini bisa digunakan oleh perusahaan manapun, terutama bank syariah, untuk mendapatkan hasil yang mereka inginkan:

- a. Sebagai organisasi yang bertanggung jawab untuk memastikan bahwa para anggotanya mengetahui dan mematuhi undang-undang dan peraturan industri mereka. Lahir
- b. Sebagai sarana untuk membedakan dirinya dari seluruh dunia dengan memanfaatkan sumber daya perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dalam pengaturan yang lebih terjangkau dan kontemporer.

¹⁰ https://id.m.wikipedia.org/wiki/Strategi_pemasaran (04 Apri 2021)

- c. Sebagai wujud itikad baik dalam menghadapi perubahan kondisi bisnis, perusahaan harus memberikan insentif berupa uang kepada seluruh karyawannya. Strategi Pemasaran yang jelas mencakup unsur-unsur berikut: segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, positioning, unsur-unsur pemasaran dan biaya pemasaran. Strategi yang kurang jelas mencakup unsur-unsur berikut: keputusan yang diambil akan bersifat subjektif.
- d. Sebagai anggota tim dalam reorganisasi keuangan dan operasional perusahaan.
- e. Berfungsi sebagai alat penting dalam mencapai tujuan perusahaan dengan mendorong tumbuhnya budaya gila yang bebas korupsi dan berkembang untuk memfasilitasi penjualan sasaran.¹¹

Selalu ada risiko gagal dalam bisnis apa pun, baik itu untuk keuntungan atau non-profit yang mencoba berbuat baik. Yang terpenting dari Pemasaran adalah bahwa hal itu harus dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat umum. Pemasaran akan menjadi lebih penting ketika publik memahami situasinya. Selain itu, ia dapat mengamati peningkatan jumlah penimbangan dari satu hari ke hari berikutnya dari waktu ke waktu. Perencanaan dan implementasi inisiatif strategis telah lama menjadi prioritas utama dalam industri perbankan yang berorientasi pada profit. Jika tidak ada kampanye Pemasaran, jangan berharap penurunan permintaan atau penurunan jumlah orang yang ingin

¹¹ Desy Putri, *Strategi Pemasaran terhadap Penjualan Produk Tabungan IB Hasanah di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X*. Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa. Vol. 9 No. 1, 2016, 65.

bekerja. Oleh karena itu, agar tetap kompetitif, sektor perbankan harus menjaga kondisi operasional yang stabil dan terus meningkatkan aktivitas bisnisnya. Pemasaran harus dilakukan secara profesional untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan sesegera mungkin. Dalam konteks ini, Pemasaran Bank Yang Professional disebut sebagai "perampokan bank profesional". Pendekatan industri perbankan dalam meningkatkan modal tidak berbeda secara signifikan dengan industri lain seperti manufaktur, jasa, dan lain-lain. Oleh karena itu, karena Perbankan hanya satu jenis industri, maka proses pendiriannya memakan waktu lebih lama dibandingkan dengan pendirian jenis industri lainnya. Faktor lain yang membedakan Perbankan dari industri lain adalah banyaknya undang-undang dan peraturan yang mengatur penggunaan berbagai jenis Pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa sektor perbankan sangat rentan terhadap rendahnya kepercayaan masyarakat. Pada dasarnya, strategi perbankan didasarkan pada empat P bauran pemasaran (produk, harga, lokasi), yaitu produk, harga, dan posisi pasar, promotion).¹²

Rencana pemasaran (*marketing plan*) adalah instrument sentral untuk mengarahkan dan mengkoordinasikan usaha pemasaran. Rencana pemasaran beroperasi pada dua tingkat strategis dan taktis. Rencana pemasaran strategis (*Strategi marketing plan*) menjelaskan pasar sasaran dan proposisi nilai yang akan ditawarkan perusahaan berdasarkan pada

¹² Angelica Tamara, *Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan*
Bisnis, Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol. 4 No.3, Edisi Khusus Pemasaran & Keuangan,
2016, 398

analisis peluang pasar terbaik. Rencana pemasaran taktis (*tactical marketing plan*) menspesifikasikan taktik pemasaran, termasuk fitur produk, promosi, penyediaan barang, penetapan harga, saluran penjualan, dan pelayanannya.¹³

1) Produk (*Product*)

Barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan untuk target pemasaran termasuk berbagai bauran produk, ciri-ciri, desain, paket, ukuran, pelayanan, jaminan, dan kebijakan pengembalian (garansi).

- a) Produk adalah apa saja yang ditawarkan ke pasar untuk perhatian, perolehan, penggunaan, atau pemakaian yang diinginkan atau dibutuhkan secara memuaskan.
- b) Jasa adalah suatu aktifitas atau manfaat yang bisa memuaskan pihak lain yang dasarnya berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.
- c) Produk termasuk pengemasan, sebagai bagian dari total penawaran. Merek yang digunakan untuk pengemasan sebagai pengenalan, untuk meningkatkan nilai produk.
- d) Produk dan jasa juga seharusnya mempunyai tujuan, yang menemukan nilai asli produk, penggunaan, perbedaan, alasan, atau fungsi untuk konsumen.

¹³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : Penerbit Erlangga, 2009) Ed-13 Jilid 1, 42.

2) Harga (*Price*)

Semua aspek mengenai harga. Konsumen bersedia membayar harga eceran, diskon, tunjangan, kualitas diskon, kredit berjangka, penjualan dan periode pembayaran.

3) Tempat atau Distribusi (*Place*)

Aktivitas perusahaan yang membuat ketersediaan produk, menggunakan distribusi dan saluran penjualan, liputan, lokasi, persediaan barang dan karakteristik transformasi serta alternatif. Rantai persediaan terdiri dari empat mata rantai, yaitu: produsen, distribusi, grosir, persediaan eceran, dan pengguna.

4) Promosi (*Promotion*)

Elemen komunikasi termasuk aktivitas komunikasi langsung dan tidak langsung. Aktivitas berkomunikasi dari seluruh produk, termasuk:

a) Penjual pribadi

b) Iklan atau penjualan tidak langsung seperti televisi, radio, majalah. Iklan memiliki sifat terstruktur dan komunikasi tidak langsung yang tersusun dari informasi. Biasanya dibayar untuk produk (barang dan jasa) dan mengidentifikasi sponsor melalui berbagai macam media.

c) Promosi penjualan contoh: barang, kupon, uang jasa, tunjangan pameran, acara, dan banyak lagi.

- d) Jaminan seperti buku kecil, majalah, brosur, film, promosi produk, dan laporan tahunan.
- e) Pemasaran langsung seperti *online*, surat langsung, manajemen data, majalah, *telemarketing*. Termasuk interaktif seperti *internet* atau *web*.
- f) Acara dan pengalaman.
- g) Hubungan masyarakat: menerbitkan pers, publisitas Mitra (*Partners*).

Menurut Chandra dalam *Journal of Business Administration*-nya, strategi Pemasaran adalah suatu rencana yang mengidentifikasi bagaimana persepsi perusahaan terhadap produk atau jasanya dipengaruhi oleh berbagai kegiatan atau program yang bertujuan untuk menurunkan harga produk atau jasa. Pasar. Program Pemasaran terdiri dari berbagai kegiatan yang dapat membantu pemerintah meningkatkan kinerja suatu produk, seperti:¹⁴

Memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen merupakan langkah awal dalam proses penjualan. Tujuan dari setiap bisnis adalah untuk meningkatkan jumlah pelanggan untuk meningkatkan jumlah penjualan. Dalam lingkungan yang sangat kompetitif di mana berbagai strategi digunakan untuk menargetkan semakin banyak konsumen rasis, hanya penerapan proses klasifikasi Nilai yang kuat, serta identifikasi, distribusi,

¹⁴ Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, Sunarti, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo)", (*Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*)|Vol. 29 No.1 Desember 2015).

dan pelacakan kualitas Nilai tingkat tinggi, yang akan memungkinkan bisnis untuk makmur.¹⁵

2. Produk Perbankan

Yang pertama dari kegiatan ini adalah penggalangan dana dari masyarakat umum, yang dikenal sebagai keuangan di industri perbankan. Kegiatan kedua adalah penggalangan dana dari masyarakat umum, yang dikenal di industri keuangan sebagai pembiayaan. Dalam hal ini, metode paling umum untuk mengumpulkan uang adalah dengan membeli barang di pasar negara asing. Bank melakukan jenis transaksi ini dalam bentuk berbagai strategi untuk memastikan bahwa masyarakat mengetahui sifat dari transaksi tertentu. Giro, Tabungan, Sertifikat Deposito dan Deposito Berjangka, misalnya, adalah semua jenis Simpanan yang dapat digunakan oleh masyarakat umum, tetapi juga merupakan produk dari bank itu sendiri, antara lain.¹⁶

Ketika seorang warga ingin menyimpan uang di suatu lembaga perbankan, administrasi bank memberinya rangsangan berupa Peluru Jasa. Ini bisa berupa Bunga, Hasil, Hadiah, Pelayanan atau Jasa Balas lainnya. Meningkatkan jumlah uang gratis yang dibelanjakan akan meningkatkan kepercayaan orang terhadap kemampuan Anda untuk membelanjakan uang mereka. Oleh karena itu, lembaga keuangan harus menawarkan berbagai

¹⁵ Kotler, Manajemen, 36.

¹⁶ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan*, 24.

rangsangan dan kepercayaan untuk mendorong masyarakat umum berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi.¹⁷

Fungsi bank yang secara umum adalah sebagai penerima simpanan dana dan penyalur dana berupa pinjaman, bank memiliki bermacam-macam produk, diantaranya adalah:¹⁸

a. Bank sebagai penerima simpanan dana

1) Tabungan

Karena proses Penyetoran atau bahkan Penarikan yang masih bayi, tabungan adalah salah satu produk perbankan yang paling banyak dikomersialkan di dunia. Ini bukan hanya satu jenis produk; Saat ini berbagai jenis tabungan mengalami pertumbuhan, seperti tabungan haji, tabungan pendidikan, dan jenis tabungan lainnya. Tabungan sendiri bukan hanya satu jenis produk; Ini juga merupakan kumpulan produk yang digunakan untuk mendidik orang.

2) Deposito

Deposito adalah produk perbankan di mana uang deposan disimpan dalam kepercayaan selama pembukaan rekening dan uang deposan hanya dibayarkan pada hari terakhir pembukaan rekening. Uang deposan hanya dibayarkan pada hari terakhir pembukaan rekening dan uang hanya dibayarkan pada hari terakhir

¹⁷ Ibid, 25.

¹⁸ KPR Academy, "Definisi, Fungsi dan Produk Bank yang Sering Kamu Gunakan!"
<https://kpracademy.com/article/definisi-fungsi-dan-produk-bank-yang-sering-kamu-gunakan.html>
(15 Juni 2021)

penutupan rekening. Secara tradisional, bulan Januari, Maret, Juni, September dan Desember adalah yang paling umum. Tentu saja, bank akan menerbitkan bukti pembayaran kepada pelanggan yang berisi rincian transaksi, serta tanggal dan waktu pembayaran.

3) Giro

Giro adalah produk Perbankan yang memiliki kelemahan yang sama dengan Tabungan; Oleh karena itu, selama proses Penarikan, ada peluang untuk menggunakan CEK dan Bilyet Giro untuk menyelesaikan transaksi. Penggunaan rekening giro adalah umum di kalangan pengusaha dan pengusaha, terlepas dari apakah mereka adalah kepemilikan tunggal atau bagian dari perusahaan yang lebih besar.

b. Bank sebagai Penyalur pinjaman

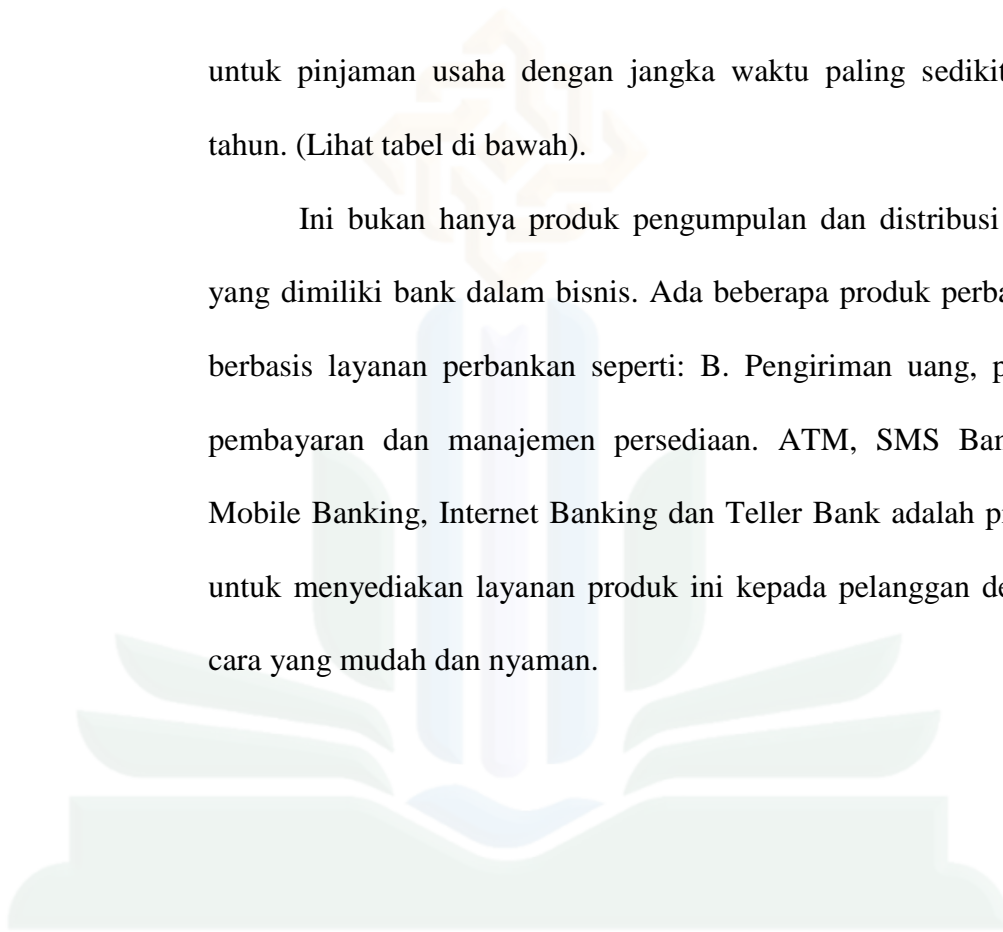
Jenis pinjaman yang disalurkan bank antara lain: pinjaman untuk modal usaha dan pinjaman kebutuhan konsumtif, yang terdiri dari:

- 1) Kredit Pemilikan Rumah (KPR)
- 2) Kredit Kendaraan Bermotor (KKB)
- 3) Kartu Kredit
- 4) Kredit Tanpa Agunan (KTA)

Secara umum, pinjaman korporasi memiliki jangka waktu yang lebih lama dibandingkan dengan pinjaman konsumen; Namun, ada produk perbankan tertentu yang dirancang khusus

untuk pinjaman usaha dengan jangka waktu paling sedikit satu tahun. (Lihat tabel di bawah).

Ini bukan hanya produk pengumpulan dan distribusi uang yang dimiliki bank dalam bisnis. Ada beberapa produk perbankan berbasis layanan perbankan seperti: B. Pengiriman uang, proses pembayaran dan manajemen persediaan. ATM, SMS Banking, Mobile Banking, Internet Banking dan Teller Bank adalah pilihan untuk menyediakan layanan produk ini kepada pelanggan dengan cara yang mudah dan nyaman.



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam konteks Ilmiah Penelitian, metode penelitian digunakan untuk menganalisis permasalahan lingkungan kerja agar dapat lebih memahami objek yang sedang diteliti, yang terdiri dari berbagai teknik dan alat yang digunakan di lingkungan kerja.¹⁹ Pada tahap ini peneliti memaparkan metode yang akan digunakan dalam penelitian diantaranya:

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penggunaan metode penelitian kualitatif didorong dalam penyelidikan topik seperti perilaku, tindakan, persepsi, motivasi dan lain-lain. Penggunaan metode penelitian kualitatif didorong dalam mempelajari topik-topik seperti perilaku, tindakan, persepsi, motivasi dan lain-lain untuk lebih memahami apa yang telah dipelajari. Penggunaan metode penelitian kualitatif dalam studi topik seperti perilaku, tindakan, motivasi, dll.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dijadikan tempat penelitian adalah Pulau Sapapan. Terletak di Kabupaten Sumenep, tepatnya di Desa Saobi, Kecamatan Kangayan. Pulau Sapapan ini berada dalam gugusan Kepulauan Kangean.

Peneliti memilih lokasi penelitian didasarkan karena pada masyarakat Pulau Sapapan sangat minim pengetahuannya terhadap produk perbankan, dan disana mayoritas masyarakatnya merantau keluar kota bahkan keluar

¹⁹ Nurul Zuriah, Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), 227.

Negeri sebagai Tenaga Kerja Indonesia (TKI). Masyarakat sangat minim pengetahuannya terhadap perbankan atau produk perbankan.

C. Subjek Penelitian

Pada subjek penelitian ini dilaporkan jenis data dan sumber data. Di uraian tersebut ini data apa saja yang ingin diperoleh, siapa saja yang hendak dijadikan informan atau subjek penelitian sehingga data yang di cari validitasnya dapat dijamin.

Berkaitan dengan hal tersebut jenis data pada penelitian ini akan dibagi menjadi dua bagian, yaitu kata-kata dan Tindakan, foto.

1. Kata-kata dan Tindakan

Kata-kata dan tindakan orang-orang yang dapat di amati atau wawancara merupakan sumber data paling utama. Sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis atau rekaman audio, dan pengambilan foto.

2. Foto

Dalam penelitian ini pada umumnya foto tidak hanya digunakan sebagai perlengkapan dalam sebuah penelitian.

Dalam penelitian ini, subjek penelitian menggunakan teknik purposive, yaitu teknik pengambilan data yang dijadikan sebagai sumber data dengan pertimbangan tertentu.

Pertimbangan yang digunakan untuk menentukan informan yaitu didasarkan beberapa hal sebagai berikut:

- a. Orang yang dijadikan informan tersebut harus yang benar-benar tahu permasalahan tentang apa yang diteliti.

- b. Orang tersebut bersifat netral yang tidak ada keinginan untuk menjelek jelekkan perusahaan.

Berdasarkan hal tersebut diharapkan dapat memperoleh informan yang benar-benar paham permasalahan yang diteliti sehingga menghasilkan data yang valid

D. Teknik Pengumpulan Data

Pada Teknik merupakan langkah yang cukup strategis dalam sebuah penelitian, karena dilakukannya sebuah penelitian yaitu bertujuan untuk mendapatkan sebuah data. Untuk mendapatkan sebuah data yang valid maka dibutuhkan teknik pengumpulan data yang digunakan ialah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi dilakukan sebagai kegiatan aktivitas dan mencatat dengan sistimatik terhadap keadaan-keadaan yang diteliti. Dalam hal ini peneliti ingin melakukan observasi untuk mengetahui fakta yang terjadi di lapangan dan data yang ingin peneliti dapat bersumber dari Bank BRI unit Kangean.

Dalam Teknik ini, data yang ingin peneliti peroleh secara langsung bersumber dari Bank BRI unit Kangean khususnya yang berkaitan dengan Strategi Pemasaran Produk Perbankan Bank BRI unit Kangean.

2. Wawancara

Wawancara ini adalah sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan secara tatap muka dan tanya jawab secara langsung antara peneliti dan narasumber. Wawancara digunakan untuk Teknik pengumpulan

data apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari informan atau narasumber yang lebih dalam.

Wawancara ini dilakukan dengan maksud dan tujuan agar peneliti dapat memperoleh data yang valid dan juga bermaksud untuk mengumpulkan informasi dan data-data yang berkaitan dengan Strategi Pemasaran Produk Perbankan Bank BRI unit Kangean.

Dalam hal ini peneliti sudah mengetahui informasi apa yang hendak digali dan didapati dari narasumber, nantinya peneliti juga akan menggunakan alat bantu seperti kamera, recorder, untuk melakukan wawancara.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yang dimaksud adalah sebuah dokumen catatan peristiwa yang telah berlalu. Dokumen ini bisa berbentuk sebuah arsip, gambar, cinderamata, jurnal kegiatan dan lain sebagainya, dalam hal ini selain mendapat data dan informasi melalui observasi dan wawancara peneliti juga bisa mendapat informasi dari dokumen-dokumen tersebut.

Teknik ini peneliti ingin memperoleh dokumentasi-dokumentasi dari sebuah peristiwa sebagai bahan penguat penelitian, khususnya berkaitan tentang Strategi Pemasaran Produk Perbankan Bank BRI unit Kangean.

E. Analisis Data

Analisis data adalah pengumpulan dan analisis data secara sistematis, baik itu data hasil Wawancara, data Catatan-Lapangan, atau sumber lainnya, sehingga setiap orang dapat dengan mudah memahami data yang dihasilkan

dari analisis tersebut. Analisis deskriptif adalah jenis analisis yang digunakan dalam proses penelitian. Ada sejumlah tangkapan dalam analisis data, antara lain.:

1. Reduksi Data

Reduksi data yaitu data yang diperoleh dari lapangan harus dirangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, sehingga data hasil reduksi bisa mudah dipahami dan memperoleh gambaran lapangan.

2. Penyajian Data

Dalam hal ini penyajian data biasanya dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan dan lain sebagainya. Dalam penyajian data ini peneliti melakukan penyajian data setelah data direduksi, seperti halnya dibuat narasi yang mudah dipahami.

3. Menarik Kesimpulan

Kesimpulan dalam hal ini yaitu temuan baru yang didapat seperti berupa deskripsi atau gambar dari objek sebelumnya sehingga dapat lebih jelas.

F. Keabsahan Data

Dalam hal penelitian keabsahan data digunakan untuk mendapat hasil yang valid. Dalam hal ini penelitian menggunakan triangulasi, dimana teknik ini mengumpulkan data dari berbagai Teknik penumpulan data dan sumber yang ada. Dalam hal pengujian data dan pengukuran kredibilitas data metode yang

digunakan yaitu metode triangulasi sumber, yaitu mengecek data yang diperoleh dari berbagai sumber.²⁰

G. Tahap-Tahap Penelitian

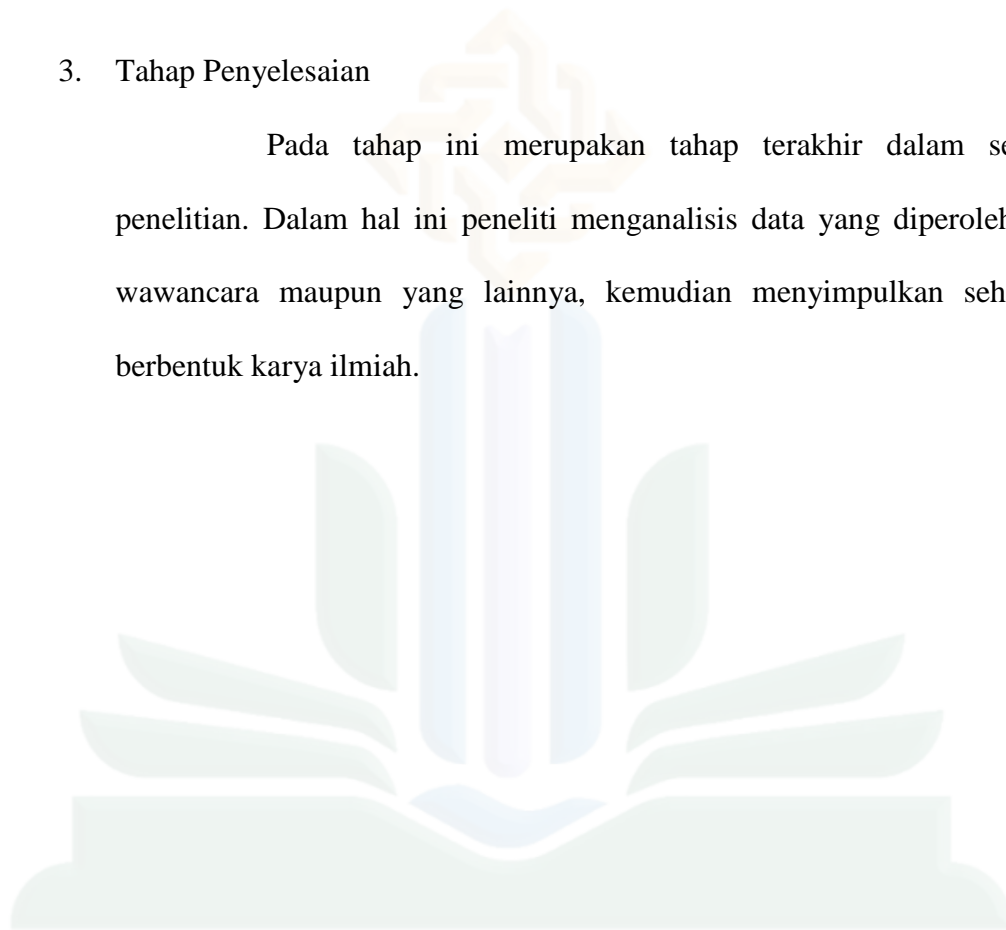
Tahap-tahap penelitian ini adalah tahapan-tahapan dari proses pelaksanaan penelitian. Dalam sebuah penelitian perlu adanya penyusunan tahap-tahap penelitian sehingga memudahkan penyusunan rancangan penelitian. Secara umum ada tiga tahap dalam proses penelitian yaitu, tahap pra-lapangan, tahap pekerjaan, dan tahap penyelesaian, secara rinci sebagai berikut :

1. Tahap pra-lapangan
 - a. Menyusun rencana penelitian.
 - b. Memilih objek penelitian.
 - c. Meninjau dan menilai lapangan.
 - d. Mengurus perizinan.
 - e. Memilih informan atau narasumber.
 - f. Menyiapkan perlengkapan dan kebutuhan pada saat penelitian.
2. Tahap Pelaksanaan Penelitian
 - a. Memahami latar penelitian dan persiapan diri
 - b. Memasuki lapangan
 - c. Berperan serta sekaligus mengumpulkan data.

²⁰ Mamik, *Metodologi Kualitatif*, (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015), 118.

3. Tahap Penyelesaian

Pada tahap ini merupakan tahap terakhir dalam sebuah penelitian. Dalam hal ini peneliti menganalisis data yang diperoleh dari wawancara maupun yang lainnya, kemudian menyimpulkan sehingga berbentuk karya ilmiah.



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Bank BRI Unit Kangean

Bank BRI adalah bank terbesar ketiga di Indonesia dan dikenal sebagai Bank Rakyat Indonesia (disingkat BRI). PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan pada tanggal 16 Desember 1895 di Puwokerto, Indonesia, oleh Raden Bei Aria Wirjaatmajda dan merupakan bank pertama di Indonesia. PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk, berkedudukan di Jakarta, Indonesia. Tahun pertama Bank Rakyat Indonesia beroperasi dengan nama De Poerwokertosche Hulp in Spaarbank der Inlandsche Hoofden, atau Bank Tabungan dan Bantuan Priyayi Purwokerto, kependekan dari Bank Tabungan dan Bantuan Priyayi Pur di tempat yang aman pada hari yang ditetapkan Se Hari BRI (Desember 16, 1895).

Puwokerto diyakini sebagai ibu kota Karesidenan Provinsi Banyumas dan Pendopo Si Panji bertanggung jawab untuk mengangkut orang dari Banyumas ke Kota Puwokerto. Raden Bei Aria Wirjaatmadja yang berasal dari Banyumas adalah pendiri Bank Rakyat Indonesia (BRI) yang didirikan dan diakui oleh pemerintah kolonial Belgia. Oleh karena itu, Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan untuk mendukung perkembangan perekonomian Indonesia. Menyusul kekalahan pemerintah Indonesia dalam Perang Dunia II, diumumkan bahwa Bank Republik

Indonesia (BRI) adalah bank milik negara pertama di Indonesia, sesuai dengan Pasal 1 Undang-Undang Pemerintah Nomor 1 Tahun 1945 , Bagian 1. Karena periode yang mengancam jiwa di mana Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan, bank harus menutup pintunya untuk beberapa waktu pada tahun 1948. Bank Rakyat Indonesia Serikat (BRI) didirikan pada tahun 1949 setelah kematian Renville .

Setelah persetujuan PERPU No. 41 tahun 1960, didirikan Bank Koperasi Tanidan Nelayan (BKTN) dengan partisipasi BRI, Bank Tanidan Nelayan dan Nederlandsche Maatschappij (HNM). Bank Indonesia Urusan Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) didirikan pada tahun 1965 berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 9 (Penpres) dan sebelumnya bernama Bank Indonesia Tani dan Nelayan. Setelah sebulan beroperasi, Bank Negara Indonesia didirikan di bawah pengawasan Penpres No. 17 Tahun 1965, yang bertujuan untuk mendirikan bank bernama Bank Negara Indonesia. Sebagai hasil konvensi penamaan baru, Bank Indonesia Urusan Koperasi, Tani, dan Nelayan (eks BKTN) kini dikenal sebagai Bank Negara Indonesia Unit II bidang Perdesaan, sedangkan NHM kini dikenal sebagai Bank Negara Indonesia Unit II bidang Ekspror Impor (Exim).). Sejak 1 Agustus 1992, status BRI berubah menjadi Perseroan Terbatas berdasarkan ketentuan Undang-undang Perbankan No. 7 Tahun 1992 dan ketentuan Peraturan Pemerintah RI No. 21 Tahun 1992. Menurut pemerintah, saat ini pemerintah Indonesia menggunakan BRI secara keseluruhan.

Pada tahun 2003, pemerintah Indonesia menyetujui penjualan 30 persen saham bank, yang menghasilkan pembentukan perusahaan publik bernama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk yang masih digunakan sampai sekarang. Anak perusahaan Bank Rakyat Indonesia antara lain Bank BRI Syariah, Bank BNI Agroniaga, BRI Life, Bri Remittance, Dana Reka Sekuritas, BRI Ventures dan BRINS, serta BRI Finance yang baru saja diluncurkan. BRINS, juga dikenal sebagai Asuransi Bringin Sejahtera Artamakmur, didirikan oleh BRI pada kuartal pertama tahun 2019 sebagai bagian dari rencana transisi dari asuransi tradisional ke asuransi modern. Pada periode 2020 hingga 2021, BRI menargetkan total penjualan sekitar Rp 18,65 miliar, total Rp 34,37 miliar.

Bank BRI Unit Kangean berdiri pada tanggal 15 Mei 2012, di pimpin oleh Bapak Ari, yang beralamatan di jalan Arjasa, kel Arjasa, Sumenep Jawa Timur. Untuk pertama kali Bank BRI hadir di masyarakat otomatis tidak mudah menyakinkan masyarakat untuk menjadi nasabah, yang mayoritasnya pengetahuan tentang perbankan sangat minim. Tapi dengan berjalannya waktu dan mengenalkan produk-produk pinjaman yang bisa membantu masyarakat untuk kebutuhan dan usahanya, sehingga bisa diterima oleh kalangan masyarakat.

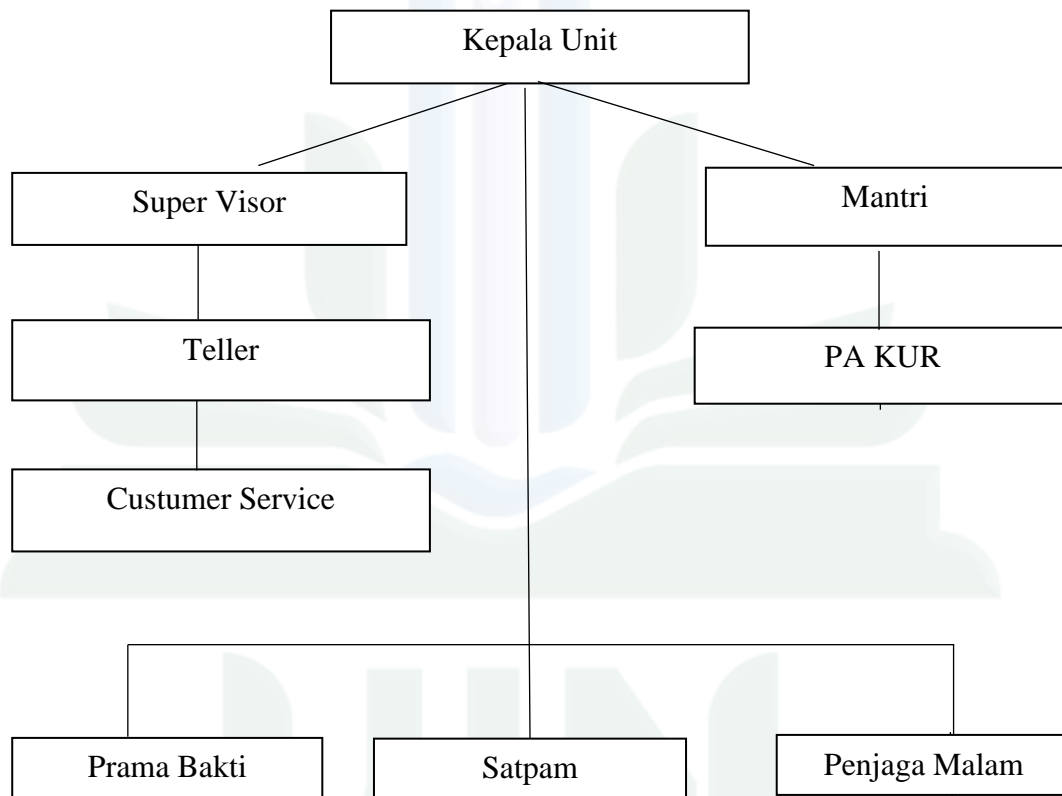
2. Visi dan misi Bank BRI

a. Visi

Menjadi The Most Valuable.

- b. Melakuakn kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada segmen mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.

3. Struktur Organisasi BRI Unit Kangean



4. Produk BRI Unit Kangean

a. Produk Pinjaman

1) Kredit Usaha Rakyat KUR

Kredit Usaha Rakyat (KUR) BRI merupakan salah satu jenis kredit BRI untuk usaha mikro, kecil dan menengah dengan bunga rendah untuk usaha mikro, kecil dan menengah. Pinjaman BRI-KUR diperuntukkan bagi masyarakat yang telah mendirikan

usaha dan telah menjalankan usaha minimal enam bulan. Saat ini ada tiga jenis KUR BRI yang bisa Anda pilih.:

a) KUR Mikro

Dengan jenis pinjaman ini, anda akan mendapatkan modal kerja atau investasi sebesar Rp25 juta per orang.

b) KUR TKI

Jenis pinjaman ini khusus diberikan kepada Tenaga Kerja (TK) sebagai modal awal pemberangkatan keluar negeri dengan maksimal kredit Rp25 juta per orang.

c) KUR Ritel

Dengan jenis pinjaman ini, anda akan mendapatkan kredit sebesar Rp25 juta hingga 500 juta dengan tenor maksimal 48 bulan.

2) Briguna

Ini adalah jenis pinjaman konsumen BRI yang dikenal sebagai KTA. Briguna yang dikenal dengan KTA merupakan salah satu jenis kredit konsumen BRI yang dikenal dengan KTA (Kredit Tanpa Agunan). Briguna menawarkan pinjaman tunai yang tersedia dalam tiga jenis pinjaman., yaitu:

a) Briguna Karya, sebuah jenis pinjaman yang ditujukan bagi para pegawai yang memiliki penghasilan tetap (*fixed income*).

b) Briguna Umum, jenis pinjaman yang diberikan kepada pensiunan.

c) Briguna Purma, jenis pinjaman yang ditujukan bagi anda yang penghasilannya dikirim melalui *payroll* BRI.

b. Produk Tabungan

1) Simpedes

Tabungan BRI Simpedes dikenal sebagai tabungan merakyat sejak dulu. Dengan jaringan kantor BRI yang tersebar di seluruh Indonesia, masyarakat yang lebih mudah untuk membuka tabungan ini.

a) Britama

Ini adalah alat untuk membantu mereka yang ingin perbankan lancar. Tabungan BRI Britama adalah salah satu contoh alat yang digunakan. Dalam situasi di mana Penyetoran dapat diberikan setiap hari dan frekuensi pelaksanaannya tidak dibahas, Saldo dapat digunakan untuk menekan dan menghilangkan munculnya berbagai Syarat. Nasabah akan dapat bertransaksi kapan saja, di mana saja berkat integrasi kemampuan perbankan elektronik BRI dan sistem online real-time, kata perusahaan.

B. Penyajian Data dan Analisis

Data pada bagian ini merupakan rangkuman hasil penelitian yang dilakukan dalam menanggapi suatu masalah tertentu dan analisis terhadap data yang relevan. Perlu dicatat bahwa dalam hal ini tim peneliti menggunakan teknik pengumpulan data seperti observasi, angket dan dokumentasi sebagai dasar pekerjaan mereka untuk menyelesaikan proyek. Tanggal hasil penelitian

yang berfokuskan kepada hasil penelitian akan disajikan secara satupersatu dalam satu persatu hal.

1. Strategi pemasaran dalam meningkatkan minat masyarakat minat sapapan terhadap produk perbankan pada Bank BRI unit kangean.

a. *Product* (produk)

Bapak Ari selaku kepala BRI Unit Kangean mengatakan:

“Produk yang tersedia di Bank BRI Unit Kangean diantaranya: produk pinjaman, produk tabungan, di produk tabungan itu ada Kredit Usaha Rakyat yang di sebut KUR dan Briguna, tapi yang paling diminati masyarakat itu adalah KUR dikarnankan lebih murah bunganya, dan karna KUR itu cuman 50 juta, kalau di atas 50 baru ke Simpedes, jadi masyarakat itu pembelajarannya di KUR dulu nanti kalua usahanya berkembang dan angsurannya bagus nanti baru diarahin ke simpedes”

Kemudian Bapak Sakti selaku super Vesor Bank BRI Unit Kangean mengatakan bahwa:

“Yang pertama itu ada produk simpan pinjam, yang ke dua asuransi, yang ketiga ada jasa perbankan, asuransi itu bisa asuransi kecelakaan, asuransi pendidikan, jasa itu bisa transaksi ke kantor dan melalui E-Channel ”

Dari hasil wawancara diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa sanya produk yang di tawarkan oleh Bank BRI Unit kangean sangat membantu masyarakat, hal ini bertujuan agar masyarakat yang ingin mempunyai usaha tapi tidak mempunyai uang maka ini sangat membantu masyarakat yang membutuhkan dengan cara meminjam uang terhadap Bank.

b. *Place* (Tempat)

Bapak Sakti selaku super visor BRI Unit Kangean mengatakan bahwa:

“kalau tempat itu dimana saja selagi itu strategis bagus untuk dijadikan tempat promosi ya oke oke aja.”

Kemudian Bapak Ari selaku kepala Cabang Kembali mengatakan:

“Pemasaran ini di lakukan di pasar-pasar, soalnya di pasar sebagai pusat perbelanjaan, pusat transaksi dan paling banyak orang, dan juga melakukan sosialisasi di pendopo”

Dari hasil wawan cara tersebut disimpulkan tempat mempromosikan produk adalah Pasar, dan mendatangi orang yang punya usaha, hal tersebut bertujuan supaya masyarakat dapat banyak mengenal, sehingga meskipun tidak mendatangi satu persatu masih dapat dikenal.

c. *Price* (Harga)

Bapak Ari selaku kepala cabang Kembali mengatakan:

“Kita ikut aturan pusat, aturan ojk”

Bapak Sakti selaku super vesor menjelaskan Kembali:

“bung aitu relative tergantung kebijakan pusat yang jelas tidak akan berbenturan dengan ketentuan yang di tetapkan pemerintah, ojk dan BI.”

d. *Promotion* (promosi)

Bapak Ari selaku kepala Bank BRI Unit kangean mengatakan bahwa:

“kalau Bank BRI kan BUMN artinya udah nasional, jadi promosi itu udah banyak di setiap kota jadi udah banyak di kenal masyarakat maksudnya banyak yang tahu, melalui iklan, TV. Ikut di pusat.”

Bapak Sakti selaku Super Vesor BRI Unit Kangean mengatakan bahwa:

“untuk pemasaran kami itu ada CSR jadi kita kerja sama dengan instansi yang terkait, contohnya kecamatan dengan pihak petani itu kita memberikan apa yang dibutuhkan masyarakat, melalui umbul-umbul, bener,”

Kemudian Bapak Sakti mengatakan Kembali:

“Kitakan punya pekerja lapangan itu mereka yang melakukan promosi kemasyarakat dengan produk-produk.”

Dari hasil wawan cara tersebut bertujuan untuk memperkenalkan produk dan menarik nasabah, kegiatan promosi yang dilakukan dengan cara melalui orang-orang terdekat dikarenakan dipedesaan yang tidak mungkin melakukan promosi online yang kemungkinan besar akan lambat dikarenakan permasalahan dari segi sinyal atau jaringan yang tidak memungkinkan para agen untuk melancarkannya.

2. Minat Masyarakat Pulau Sapapan Terhadap Produk yang Ditawarkan oleh Bank BRI Unit Kangean.

Ibu Latifa selaku nasabah Bank BRI Unit Kangean mengatakan:

“Karena kita punya akses terbatas untuk kepusat kecamatan untuk melakukan transaksi keuangan, sementara hal itu menjadi kebutuhan kita disini. Dimana keluarga, adik-adik banyak yang merantau untuk bekerja keluar negeri, jadi banyak transaksi yang dibutuhkan seperti pengiriman dan penerima uang. Karna Bank BRI punya BRIMO yang memudahkan kita disini melakukan transaksi keuangan, jadi hal itu yang membuat kita khususnya saya sendiri meminta produk perbankan ini.²¹

Ibu Nia selaku nasabah Bank BRI unit Kangean mengatakan:

“Kalau saya jadi nasabah karna meminjam modal usaha. Tujuannya ya untuk mengembangkan usaha saya, yang biasa dagangan cuma modal 25 juta, setelah meminjam dana ke bank

²¹ H. Askan, *Wawancara*, Sumenep, 16 September 2021

BRI, modal dagangan jadi bertambah 50 juta. Dengan begitu, dagangan saya jadi tambah banyak dan penghasilan pun meningkat. Enaknya juga bunganya kecil”²²

Ibu Suarna selaku nasabah Bank BRI Unit Kangean mengatakan:

“Saya cong pinjam uang ke bank buat modal dagangan. Kemarin sempat kekurangan modal, jadi pinjam ke Bank BRI. Alhamdulillah sekarang dagangan jadi banyak”²³

Dari hasil wawancara tersebut, peneliti dapat menyimpulkan bahwa, alasan masyarakat Sapapan berminat terhadap produk perbankan yakni karena Bank BRI Unit Kangean menawarkan produk perbankan yang dapat diakses dimana saja tanpa harus dating ke kantor cabang. Dan juga masyarakat sangat berminat terhadap produk pinjaman yang digunakan untuk modal usaha dengan bunga yang rendah.

C. Pembahasan Temuan

1. Strategi pemasaran Bank BRI Unit Kangean dalam meningkatkan minat masyarakat Sapapan terhadap produk perbankan.

Berdasarkan dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti terkait strategi pemasaran produk perbankan dalam meningkatkan minat masyarakat sapapan terhadap produk yang ditawarkan Bank BRI Unit Kangean adalah:

- a. Produk (Product)

Produk yang tersedia cukup beragam, baik itu jenis simpan pinjam, asuransi. Produk ini sudah pasti ada ketentuan ketentuannya

²² Nia, *Wawancara*, Sumenep, 17 September 2021

²³ Suarna, *Wawancara*, Sumenep, 17 September 2021

ada pelayanan yang baik dari Bank yang terkait agar dapat diterima oleh masyarakat atau nasabah.

b. Tempat (Place)

Tempat kegiatan promosi secara offline adalah pasar, atau tempat keramaian, hal ini dilakukan bertujuan supaya banyak dikenal oleh masyarakat. Sehingga meskipun tidak dilakukan online masyarakat masih bisa mengenalnya.

Dari fakta diatas ada keterkaitan dengan buku Tengku Firli Musfar yaitu, suatu perusahaan harus mendistribusikan suatu produk ke tempat yang nantinya mudah untuk diakses oleh pembeli seperti halnya pusat keramaian dan lainnya. Kemudian strategi tempat yang dilakukan oleh Bank BRI Unit Kangean tempat keramaian pasar, dan sebagaimana Bank BRI memasarkan produknya.

c. Harga (price)

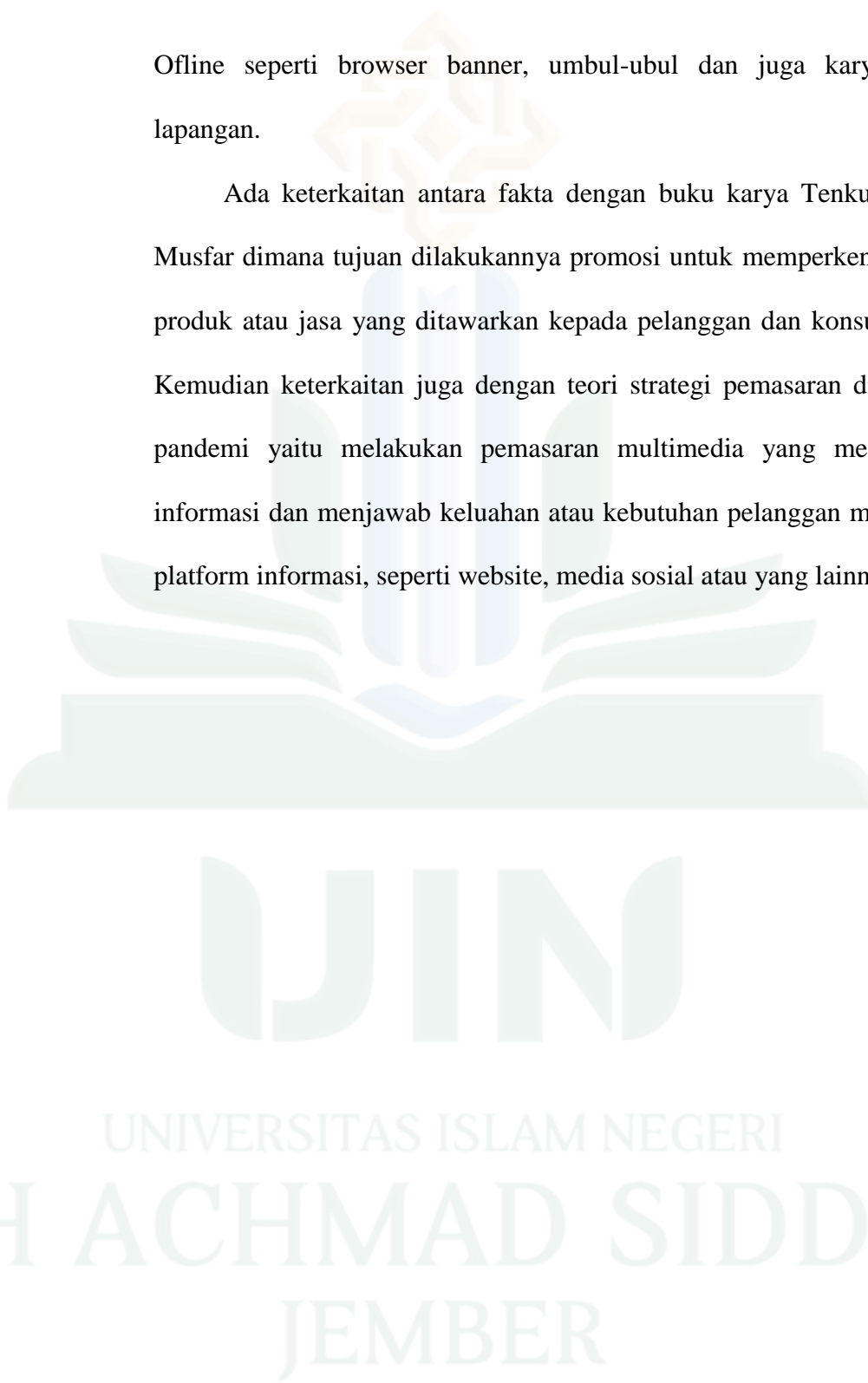
Harga atau suku bunga yang ditawarkan oleh Bank BRI Unit kangean sudah sesuai dengan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan juga BI Bank Indonesia, yang sudah diatur oleh pemerintah sehingga sesuai dengan undang-undang atau ketentuan yang ada.

d. Promosi (promotion)

Kegiatan promosi ini dilakukan oleh semua marketing yang ada bertujuan supaya banyak yang mengenal produk perbankan dan untuk menarik nasabah. Kegiatan promosi ini dilakukan online dan offline, Online seperti iklan-iklan melalui TV dan lain sebagainya. Kalau

Offline seperti browser banner, umbul-ubul dan juga karyawan lapangan.

Ada keterkaitan antara fakta dengan buku karya Tenku Firlis Musfar dimana tujuan dilakukannya promosi untuk memperkenalkan produk atau jasa yang ditawarkan kepada pelanggan dan konsumen. Kemudian keterkaitan juga dengan teori strategi pemasaran dimasa pandemi yaitu melakukan pemasaran multimedia yang memberi informasi dan menjawab keluhan atau kebutuhan pelanggan melalui platform informasi, seperti website, media sosial atau yang lainnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka penulis dapat menyimpulkan bahwa:

1. Strategi pemasaran dalam meningkatkan minat masyarakat sapapan terhadap produk perbankan pada Bank BRI unit kangean.

Strategi pemasaran dalam meningkatkan minat masyarakat Pulau Kangean terhadap produk perbankan pada bank BRI Unit Kangean yakni menggunakan Strategi bauran pemasaran 4P (Produk, Harga, Tempat, dan promosi) dimana, produk yang di tawarkan oleh BANK BRI unit Kangean berupa simpan, pimjam, asuransi dan paling banyak diminati masyarakat adalah produk pinjaman yaitu Kredit Usaha Rakyat (KUR). Tempat pemasaran produk Bank BRI unit Kangean adalah fleksibel bisa dimana saja yang terpenting banyak masyarakat, terlebih di pusat-pusat transaksi seperti pasar. Bank BRI unit Kangean dibantu oleh instansi pemerintah dan pegawai lapang dalam menyalurkan promosi produk perbankan. Harga yang ditawarkan oleh Bank BRI unit Kangean yaitu, sesuai denga napa yang telah ditetapkan oleh pusat. Promosi dibantu oleh instansi pemerintahan dan juga pekerja lapang yang kemudian informasi-informasi dari Bank BRI Unit Kangean dapat tersalurkan kepada masyarakat.

2. Minat Masyarakat Dusun Sapapan Pulau Kangean Terhadap Produk yang Ditawarkan oleh Bank BRI Unit Kangean.

Masyarakat Sapapan berminat terhadap produk perbankan yakni karena Bank BRI unit Kangean menawarkan produk perbankan yang dapat diakses dimana saja tanpa harus datang ke kantor cabang. Dan juga masyarakat sangat berminat terhadap produk pinjaman yang digunakan untuk modal usaha dengan biaya yang rendah.

B. Saran

1. Melakukan promosi dan sosialisasi mengenai produk perbankan yang lebih intens pada masyarakat pulau Sapapan.
2. Merekrut lebih banyak Agen BRI Link.
3. Memberikan akses kemudahan untuk masyarakat Sapapan berupa tersedianya Anjungan Tunai Mandiri (ATM) yang lebih dekat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhifni, Reni A. 2019. *Factor-faktor Penyebab Kurangnya Minat Masyarakat Menabung di Lembaga Keuangan Mikro Syariah*. Jurnal Syarikah. Vol No. 1.
- Atmoko, T. Prasetyo Hadi. 2018. *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta*. (Journal of Indonesia Tourism, Hospitality and Recreation---Volume 1, Nomor 2.
- Askan. 2021. *Stategi Pemasaran Bank BRI Unit Kangean dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Sapapan terhadap Produk Perbankan*. Hasil Wawancara Pribadi: 15 September 2021. Agen BRI Link.
- B, Ria Saputri. 2018. *Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Unit Batu Raya*. Skripsi : UIN Alaudin Makassar.
- Dosenpendidikan, “*Pengertian Strategi Menurut Para Ahli*” <https://www.dosenpendidikan.co.id/strategi-adalah/> (03 April 2021).
- https://id.m.wikipedia.org/wiki/Strategi_pemasaran (04 April 2021)
- Isfahani, Evi. 2018. *Strategi Pemasaran Dan Promosi Produk Simpel iB Di PT. BPRS Saka Dana Mulia Kudus*. Skripsi : UIN Walisongo Semarang.
- Kasmir. 2017. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- “Kepulauan Kangean”, https://id.m.wikipedia.org/wiki/kepulauan_kangean (03 April 2021)
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: erlangga Ed-13.
- KPR Academy, “*Definisi, Fungsi dan Produk Bank yang Sering Kamu Gunakan*” <https://kpracademy.com/article/definisi-fungsi-dan-produk-bank-yang-sering-kamu-gunakan.html> (15 Juni 2021)
- Kusuma, Ari Marta. 2021. *Stategi Pemasaran Bank BRI KCP Unit Kangean dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Sapapan terhadap Produk Perbankan*. Hasil Wawancara Pribadi: 15 September 2021. Kantor Bank BRI Unit Kangean.
- Latifa. 2021. *Minat Masyarakat Sapapan Terhadap Produk Bank BRI Unit Kangean*. Hasil Wawancara Pribadi: 16 September 2021. Dusun Sapapan.

- Lestari, Riski Eka. 2020. *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabrur Junior Di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung*. Skripsi: IAIN Metro.
- Mamik. 2015. *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Marcelino, Dicky. 2019. *Strategi Bank Syariah Mandiri Dalam Meningkatkan Pemahaman Tentang Produk Pembiayaan Mudharobah (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Karanganyar Curup Tengah, Kabupaten Rejang Lebung*. Skripsi : IAIN Bengkulu.
- Moh Tamimi, “*Begini Warga Pulau Bungin Nyarat dan Sapapan Penuhi Air Bersih dan Energi*”, <https://www.mongabay.co.id/2020/12/11/begini-warga-pulau-bungin-nyarat-dan-energi/> (03 April 2021)
- Mutmainna, Ismi. 2020. *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Market Share Pada Produk Di BRI KCP Pinrang*. Skripsi : UIN Alauddin Makassar.
- Nia. 2021. *Minat Masyarakat Sapapan Terhadap Produk Bank BRI Unit Kangean*. Hasil Wawancara Pribadi: 16 September 2021. Dusun Sapapan.
- “*Pengertian Produk: Jenis, Tingkatan, dan Konsep Produksi Menurut Ahlinya*”, <https://accurate.id/bisnis-ukm/pengertian-produk/> (04 April 2021).
- Pertiwi, Desy Putri. 2017. *Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan IB Hasanah di PT Bank Negara Indonesia Syariah*.
- Rahmannisa, Maulida Zulfa. 2018. *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan iB Tasya Haji Baitullah Di BPRS Suryah Cabang Kudus*. Skripsi: UIN Walisongo Semarang.
- Sakti. 2021. *Stategi Pemasaran Bank BRI Unit Kangean dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Sapapan terhadap Produk Perbankan*. Hasil Wawancara Pribadi: 15 September 2021. Kantor Bank BRI KCP Unit Kangean.
- Sekretariat Negara RI, Undang-undang Nomer 10 Tahun 1998 tentang Perbankan.
- Situmorang, Eka Widya Alvionita. 2019. *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Nasabah Produk Tabungan Impian Pada Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP. Tebing Tinggi*. Skripsi : UIN Sumatera Utara Medan.
- Suarna. 2021. *Minat Masyarakat Sapapan Terhadap Produk Bank BRI KCP Unit Kangean*. Hasil Wawancara Pribadi: 16 September 2021. Dusun Sapapan.

- Tamara, Angelica. 2016. Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* Vol. 4 No.3, Edisi Khusus Pemasaran & Keuangan.
- Tim Penyusun. 2017. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember : IAIN Jember Press.
- Wibowo, Dimas Hendika, Zainul Arifin & Sunarti. 2015. *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM, Studi pada Batik Diajeng Solo*.
- Wibowo, Eko Arianto. 2015. *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Berjangka Pada Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Ciputat*. Skripsi : UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Windasari, Risa. 2018. *Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Mikro25B BRI Syariah KC Semarang*. Skripsi: UIN Walisongo Semarang.
- Wulandari, Febriana Eka. 2017. *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bumi Arta Sampang, Sampang Cilacap*. Skripsi : IAIN Purwokerto.
- Zuriah, Nurul. 2009. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Humaidi

NIM : E20171128

Prodi : Perbankan

Fakultas : Ekonomi dan bisnis Islam

Institusi : Univesitas Islam Negeri KH. Achmad Siddiq

Menyatakan Dengan Sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul "*Strategi Pemasaran Bank BRI KCP Unit Kangean Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Sapapan Terhadap Produk Perbankan*" adalah benar-benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang telah disebutkan sumbernya. Apabila dapat kesalahan di dalamnya maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Sumenep, 4 Oktober 2021



Ahmad Humaidi
NIM: E20171128

Matrik Penelitian

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metodelogi Penelitian	Fokus Penelitian
Strategi Pemasaran Bank BRI KCP Unit Kangean dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Sapapan terhadap Produk Perbankan	<p>A. Strategi Pemasaran Bank BRI KCP Unit Kangean</p> <p>B. Minat Masyarakat Sapapan terhadap Produk Perbankan</p>	<p>1. Strategi Pemasaran</p> <p>2. Produk Perbankan</p>	<p>a. Produk</p> <p>b. Tempat</p> <p>c. Harga</p> <p>d. Promosi</p> <p>a. Tabungan</p> <p>b. Deposito</p> <p>c. Giro</p> <p>d. Pinjaman</p>	<p>Informan:</p> <p>a. Kepala Bank BRI KCP Unit Kangean</p> <p>b. Supervisor Bank BRI KCP Unit Kangean</p> <p>c. Agen BRI Link</p> <p>d. Nasabah Bank BRI KCP Unit Kangean</p> <p>Kepustakaan:</p> <p>a. Buku</p> <p>b. Jurnal</p> <p>c. Artikel</p> <p>d. Website</p>	<p>1. Pendekatan dan Jenis penelitian:</p> <p>➤ Kualitatif Deskriptif</p> <p>2. Teknik Pengambilan Sampel</p> <p>➤ <i>Purposive Sampling</i></p> <p>3. Metode Pengumpulan Data:</p> <p>a. Observasi</p> <p>b. Wawancara</p> <p>c. Dokumentasi</p> <p>4. Teknik Analisis Data</p> <p>a. Reduksi Data</p> <p>b. Penyajian Data</p> <p>c. Verifikasi</p> <p>5. Keabsahan Data</p> <p>➤ Triangulasi Sumber</p>	<p>1. Bagaimana Strategi Pemasaran yang Dilakukan Oleh Bank Bri Kcp Unit Kangean dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Sapapan terhadap Produk Perbankan?</p> <p>2. Bagaimana Minat Masyarakat Pulau Sapapan Terhadap Produk yang Ditawarkan oleh Bank BRI KCP Unit Kangean?</p>

PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana sejarah berdirinya Bank BRI KCP Unit Kangean?
2. Bagaimana strategi Pemasaran Bank BRI KCP Unit Kangean?
 - a. Produk apa saja yang ditawarkan untuk meningkatkan minat masyarakat Pulau Sapapan?
 - b. Bagaimana Harga atau bunga yang ditawarkan?
 - c. Bagaimana cara Bank BRI KCP Unit Kangean dalam mempromosikan kepada Masyarakat atau calon nasabah?
 - d. Dimana saja biasanya Bank BRI KCP Unit Kangean dalam mempromosikan produk Perbankan?
3. Bagaimana minat masyarakat Pulau Sapapan terhadap Produk Bank BRI KCP Unit Kangean?
 1. Alasan apa yang membuat tertarik untuk menjadi nasabah Bank BRI KCP Unit Kangean?
 2. Produk perbankan apa saja yang diminati masyarakat Pulau Sapapan?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Lokasi Penelitian: Jl. Arjasa, Kelurahan Arjasa, Kabupaten Sumenep, Jawa Timur, 69491.

No	Hari/Tanggal	Jadwal Kegiatan	Ttd
1.	Senin, 13 September 2021	Konsultasi proposal sekaligus memasukkan surat izin penelitian	
2.	Rabu, 15 September 2021	Wawancara ke Kepala bank BRI KCP Unit Kangean	
3.	Kamis, 16 September 2021	Wawancara ke Super Visor BRI KCP Unit Kangean	
4.	Jumat, 17 September 2021	Wawancara ke Agen BRI Link KCP Unit Kangean	
5.	Sabtu, 18 September 2021	Wawancara ke Nasabah BRI KCP Unit Kangean	
6.		Meminta surat selesai penelitian	



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

SURAT KETERANGAN

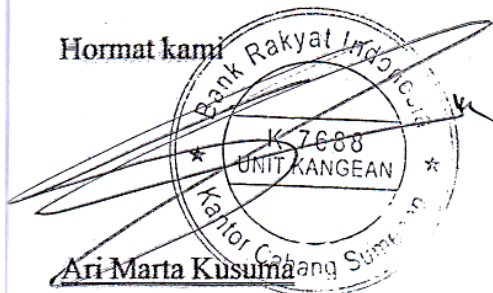
Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa:

Nama : Ahmad Humaidi
NIM : E20171128
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Lembaga : Universitas Islam Negeri KH. Achmad Siddiq Jember

Telah melaksanakan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Bank BRI KCP Unit Kangean Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Sapapan Terhadap Produk Perbankan”. Demikian surat keterangan ini dibuat agar digunakan sebagaimana mestinya.

Sumenep, 21 September 2021

Hormat kami



Ari Marta Kusuma

Kepala Bank BRI Kangean

DOKUMENTASI



Dokumentasi setelah wawancara dengan Kepala Bank BRI KCP unit Kangean



Wawancara dengan Supervisor Bank BRI KCP Unit Kangean



Bank BRI KCP Unit Kangean



Agen BRI LINK



Wawancara dengan Nasabah Bank BRI KCP Unit Kangean di Dusun Sapapan



Wawancara dengan Nasabah Bank BRI KCP Unit Kangean di Dusun Sapapan

BIODATA PENULIS



A. Data Pribadi

Nama : Ahmad Humaidi
NIM : E20171128
Tempat Tanggal Lahir : Sumenep, 21 Januari 1999
Alamat : Dusun Sapapan RT/RW 003/00 Desa Saobi, Kecamatan Kangayan, Kabupaten Sumenep, Jawa Timur
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Perbankan Syariah
Email : Umaid259@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

TK : TK Darul Ulum Sapapan
SD : SD Negeri Saobi 3
SMP/MTs : MTs Nurul Jadid Sumber Anyar
Mlandingan : MA Nurul Jadid Sumber Anyar
Mlandingan : UIN KH. Achmad Shiddiq
Perguruan Tinggi

C. Pengalaman Organisasi

- a. OSIS MA Nurul Jadid
- b. Anggota PMII Rayon FEBI

**STRATEGI PEMASARAN BANK BRI UNIT KANGEAN
DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT PULAU
KANGEAN TERHADAP PRODUK PERBANKAN**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Shiddiq
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Oleh:

Ahmad Humaidi

NIM: E20171128

**UNIVERSITAS ISLAM KIAI HAJI ACHMAD SHIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
2021**

**STRATEGI PEMASARAN BANK BRI UNIT KANGEAN
DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT PULAU
KANGEAN TERHADAP PRODUK PERBANKAN**

SKRIPSI

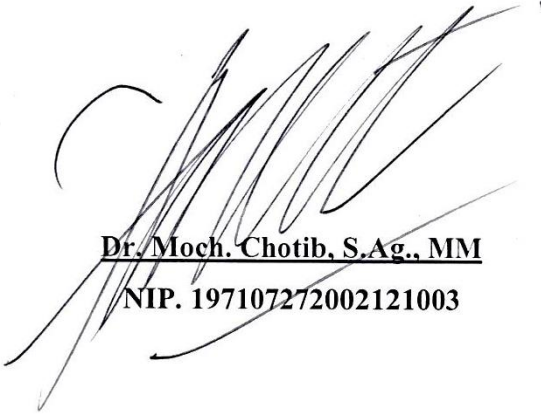
Diajukan kepada Universitas Islam Negeri KH Achmad Shiddiq
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh:

Ahmad Humaidi

NIM: E20171128

Disetujui Pembimbing



Dr. Moch. Chotib, S.Ag., MM

NIP. 197107272002121003

**STRATEGI PEMASARAN BANK BRI UNIT KANGEAN
DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT PULAU
KANGEAN TERHADAP PRODUK PERBANKAN**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Jumat
Tanggal : 19 November 2021

Tim Penguji

Ketua



Toton Fanshurna, M.E.I
NIP. 198112142011011008

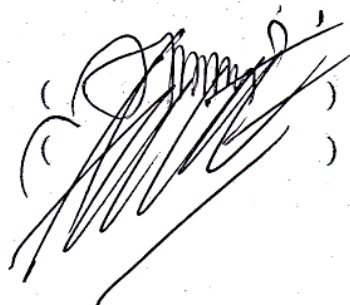
Sekretaris



Nur Hidayat, SE., M.M
NUP. 201603132

Anggota:

1. Dr. Abdul Roshim, S.Ag., M.E.I
2. Dr. Moch. Chotib, M.Ag



Menyetujui

Dean Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



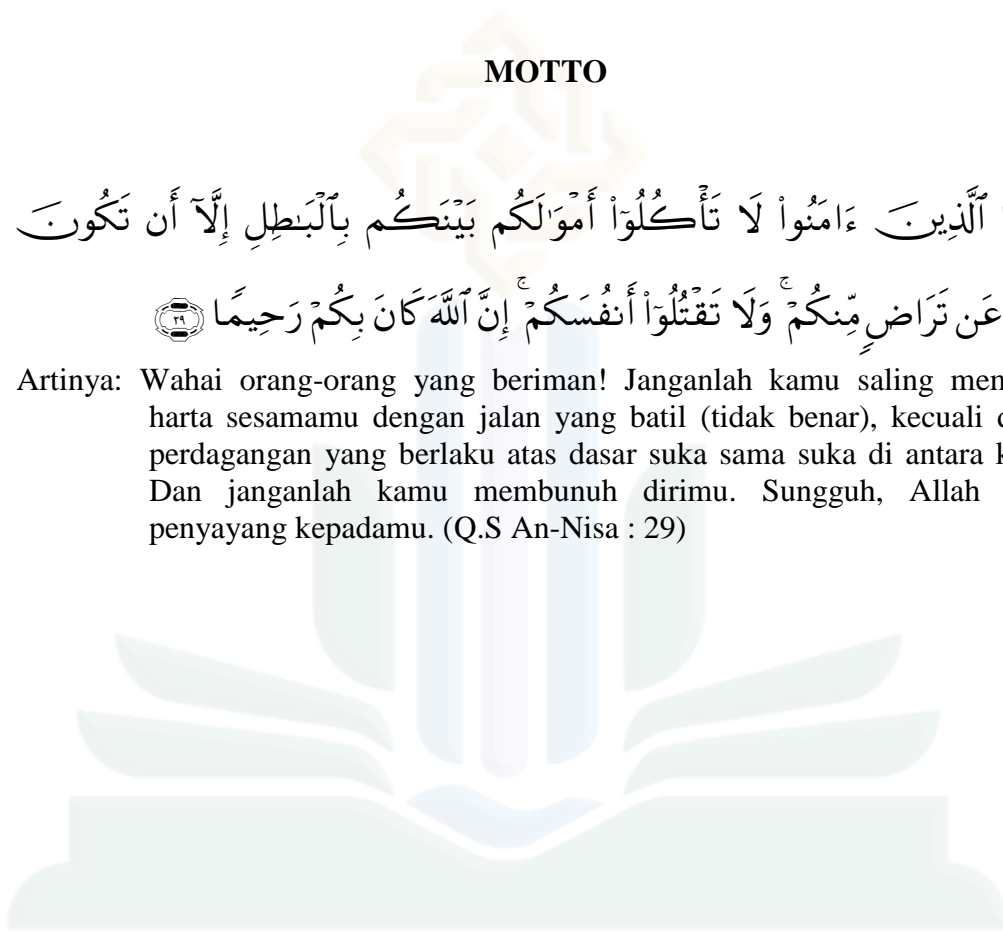
Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si
NIP. 19680807 200003 1 00 1

MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ

تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah maha penyayang kepadamu. (Q.S An-Nisa : 29)



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

PERSEMBAHAN

Puji syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT, karya ini saya persembahkan kepada orang yang cukup berarti dalam hidup saya, yaitu:

1. Kedua orang tua saya yang saya cintai dan saya banggakan, Bapak Mistari dan Ibu Rusdania yang telah berjuang, berkorban, dari segi materi bimbingan dan dukungan. hingga saya bisa sampai di titik ini. Terimakasih atas kasih sayang, dan doa Bapak Ibu berikan.
2. Keluarga yang selalu memberi support, dukungan dan juga yang selalu mengingatkan saya untuk tidak melakukan hal-hal negative, terimakasih.
3. Almamater UIN KHAS Jember

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT, atas Ridho dan Rahmat-Nya akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan sesuai dengan harapan. Sholawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada Baginda Rosulullah Muhammad SAW yang telah menuntun kita menuju jalan kebenaran.

Tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, akan sangat sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih atas doa dan dukungan kepada seluruh yang terlibat dalam penyelesaian skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM, selaku Rektor UIN KHAS Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'I, SE., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Nurul Setianingrum, SE, M.M selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah.
4. Bapak Dr. Moch. Chotib, S.Ag., MM selaku Dosen pembimbing akademik dan Dosen Pembimbing skripsi. Terimakasih atas bimbingan dan motivasi Bapak selama masa perkuliahan. Juga terimakasih untuk waktu, kesabaran, keikhlasan, dan ilmu yang bermanfaat, serta bimbingan selama proses penyelesaian skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) yang telah memberikan ilmunya selama masa perkuliahan.

6. Bapak Ari Marta Kusuma selaku Kepala Bank BRI KCP Unit Kangean dan seluruh karyawan yang telah membantu peneliti dalam mendapatkan informasi, motivasi, dan ilmu selama proses penelitian.
7. Kepada penguji sidang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, penulis Menyusun berdasarkan kemampuan yang dimiliki.

Penulis mengucapkan terimakasih banyak, semoga kebaikan semua pihak yang telah memberikan bantuan mendapatkan balasan pahala dari Allah SWT yang dapat menjadi amal perbuatan dan semoga bermanfaat untuk semua di dunia maupun di akhirat, aamiin.

Sumenep, 25 September 2021

Penulis

UIN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

ABSTRAK

Ahmad Humaidi, E20171128: Strategi Pemasaran Bank Bri Unit Kangean Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Pulau Kangean Terhadap Produk Perbankan

. Bank BRI sendiri merupakan satu-satunya Bank milik Negara yang berada di Pulau Kangean. Bank BRI ikut berpartisipasi dalam rangka pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, Menengah, dan Koperasi (UMKM) penciptaan lapangan kerja dan penanggulangan kemiskinan ini berharap bisa memberikan peluang dan pengentas kemiskinan Masyarakat Kangean

Fokus masalah yang diteliti dalam skripsi ini yaitu: 1) Bagaimana Strategi Pemasaran yang Dilakukan Oleh Bank Bri Unit Kangean dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Sapapan terhadap Produk Perbankan? 2) Bagaimana Minat Masyarakat Pulau Kangean Terhadap Produk yang Ditawarkan oleh Bank BRI Unit Kangean?

Tujuan dari penelitian ini yaitu: 1) Untuk Mengetahui Bagaimana Strategi Pemasaran yang Dilakukan Oleh Bank BRI Unit Kangean dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Sapapan terhadap Produk Perbankan. 2) Untuk Mengetahui Bagaimana Minat Masyarakat Pulau Kangean Terhadap Produk yang Ditawarkan oleh Bank BRI Unit Kangean.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, subyek penelitian menggunakan *purposive sampling*, Teknik pengumpulan data menggunakan Teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Serta keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini adalah: 1) Produk yang di tawarkan oleh BANK BRI unit Kangean berupa simpan, pimjam, asuransi dan paling banyak diminati masyarakat adalah produk pinjaman yaitu Kredit Usaha Rakyat (KUR). Tempat pemasaran produk Bank BRI unit Kangean adalah fleksibel bisa dimana saja yang terpenting banyak masyarakat, terlebih di pusat-pusat transaksi seperti pasar. Bank BRI unit Kangean dibantu oleh instansi pemerintah dan pegawai lapang dalam menyalurkan promosi produk perbankan. Harga yang ditawarkan oleh Bank BRI unit Kangean yaitu, sesuai denga napa yang telah ditetapkan oleh pusat. Promosi dibantu oleh instansi pemerintahan dan juga pekerja lapang yang kemudian informasi-informasi dari Bank BRI unit Kangean dapat tersalurkan kepada masyarakat. 2) Masyarakat Sapapan berminat terhadap produk perbankan yakni karena Bank BRI unit Kangean menawarkan produk perbankan yang dapat diakses dimana saja tanpa harus dating kekntor cabang. Dan juga masyarakat sangat berminat terhadap produk pinjaman yang digunakan untuk modal usaha dengan biaya yang rendah.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Produk Perbankan, Minat Masyarakat

ABSTRACT

Ahmad Humaidi, E20171128: Strategi Pemasaran Bank Bri Unit Kangean Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Pulau Kangean Terhadap Produk Perbankan

Bank BRI is the only state-owned bank located on Kangean Island. Bank BRI participates in the context of empowering Micro, Small, Medium Enterprises and Cooperatives (MSMEs) to create job opportunities and reduce poverty.

The focus of the problems studied in this thesis are: 1) How is the Marketing Strategy Carried out by Bank Bri Kangean Unit in Increasing Sapapan Community's Interest in Banking Products? 2) What is the Interest of the Sapapan Island Community in the Products Offered by Bank BRI Kangean Unit?

The objectives of this study are: 1) To find out how the marketing strategy is carried out by Bank BRI Kangean Unit in Increasing Sapapan Community's Interest in Banking Products. 2) To find out how the Sapapan Island community's interest in the products offered by Bank BRI Kangean Unit.

This research uses qualitative research with a descriptive approach, research subjects use purposive sampling, data collection techniques use observation, interviews, and documentation techniques. And the validity of the data using source triangulation.

The results of this study are: 1) The products offered by BANK BRI unit Kangean in the form of savings, loans, insurance and the most popular with the public are loan products, namely People's Business Credit (KUR). The place for marketing products from Bank BRI Kangean unit is flexible, it can be anywhere, the most important thing is that there are many people, especially in transaction centers such as markets. Bank BRI Kangean unit is assisted by government agencies and field employees in distributing the promotion of banking products. The price offered by Bank BRI Kangean unit is in accordance with what has been determined by the center. Promotions are assisted by government agencies and also field workers who then information from Bank BRI Kangean unit can be distributed to the public. 2) The Sapapan community is interested in banking products, namely because Bank BRI Kangean unit offers banking products that can be accessed anywhere without having to come to the branch office. And also people are very interested in loan products that are used for business capital at low costs.

Keywords : Marketing Strategy, Banking Products, Public Interest

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Istilah.....	8
F. Sistematika Pembahasan	11
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	13
A. Penelitian Terdahulu	13
B. Kajian Teori	24

BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	35
B. Lokasi Penelitian.....	35
C. Subyek Penelitian.....	36
D. Teknik Pengumpulan Data.....	37
E. Analisis Data	38
F. Keabsahan Data.....	41
G. Tahap-tahap Penelitian.....	40
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	42
A. Gambaran Obyek Penelitian	42
B. Penyajian Data dan Analisis.....	47
C. Pembahasan Temuan.....	51
BAB V PENUTUP.....	54
A. Kesimpulan	54
B. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	59

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Jumlah Penduduk di Pulau Sapapan	3
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	22



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

**KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Jumlah Penduduk di Pulau Sapapan.....	3
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian.....	22



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

**KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Terletak di bagian paling selatan Pulau Madura di provinsi Laut Jawa, Kepulauan Kangean adalah pulau kecil Gugusan yang merupakan rumah bagi komunitas kecil orang. Pulau Kepulauan terdiri dari 60 pulau dengan luas total 487 km². Ada tiga pulau terbesar di dunia: Pulau Kangean (188 km²), Pulau Paliat (186 km²) dan Pulau Sepanjang (186 km²). Prosedur administratif, Kepulauan ini terletak di Provinsi Jawa Timur, di wilayah Kabupaten Sumenep. Kepulauan Kangean adalah sebuah pulau kecil di lepas pantai provinsi Sumenep, Indonesia. Total ada tiga Kecamatan di wilayah Kangean: Kecamatan Arjasa, Sapeken, dan Kangayan. Kangayan merupakan hasil karya komunitas Arjasa pada tahun 2007.¹

Kepulauan Kangean terletak di bagian paling selatan Pulau Madura di provinsi Laut Jawa dan merupakan Gugusan kecil, Batu Putih, Tembayan, Cangkaramaan dan Saobi, antara lain. Berbeda dengan Kecamatan Arjasa, yang termasuk Pulau Kangean di provinsi Barat, di mana sebagian besar Wilayah terletak di Pulau Kangean Besar, pulau yang merupakan rumah bagi komunitas kecil orang. Pulau Kepulauan terdiri dari 60 pulau dengan luas total 487 km². Ada tiga pulau terbesar di dunia: Pulau Kangean (188 km²), Pulau Paliat (186 km²) dan Pulau Sepanjang (186 km²). Prosedur administratif. Kecamatan Kangayan justru memiliki wilayah dengan berbagai pulau-pulau

¹ "Kepulauan Kangean", https://id.m.wikipedia.org/wiki/kepulauan_kangean (03 April 2021)

kecil. Misalnya, di Kecamatan Kangayan, terdapat Desa Saobi, wilayah yang terdapat di Desa Saobi ini bahkan berada di pulau yang berbeda, seperti pulau Kareenteng, Pulau Bunginnyarat, dan Pulau Sapapan, yang berada di antara pulau Kangean besar (sebelah barat) dan pulau Saubi (sebelah timur)

Artikel ini mencakup Dusun Sapapan yang terdapat di Kangean Kepulauan, Kecamatan Kangayan, Kecamatan Desa Saobi, dan Sumenep Jawa Timur. Pulau Sapapan, demikian nama resminya, terletak di satu distrik administratif, Desa Saobi. Perjalanan dari kota Sumenep menuju pulau Sapapan memakan waktu kurang lebih 12 jam. Sebuah perahu digunakan untuk mengangkut orang dari Dusun Sapapan ke kota Saobi dan memakan waktu antara 10 dan 15 menit (tergantung pada kecepatan perahu dan jarak yang ditempuh).

Diperkirakan ada sekitar 800 orang (delapan ratus) yang tinggal di Dusun Sapapan Pulau Kangean, dan kebanyakan dari mereka adalah Petani, Nelayan dan Sapi atau Kambing Peternaks (lihat di bawah). Mereka Bertani adalah sosok wanita yang tabah. Tidak adanya sungai hanya memperparah Hujan, sehingga masyarakat Pulau rata-rata mengalami satu hari hujan dalam setahun dan dua hari berburu dalam setahun.

Penduduk Dusun Sapapan Kepulauan Kangean tidak memiliki akses transportasi umum dan oleh karena itu mengandalkan panel surya untuk memindahkan barang-barang mereka dari satu tempat ke tempat lain. Setiap anggota kelompok yang tidak dapat pergi ke Tetangga atau Sanak Keluarganya. Penjaga Dusun Sapapan di Kepulauan Kangean telah

menerima sumbangan dari Desel de Desa selama lima tahun terakhir. Akibatnya, warga Sapapan panik dan kepala desa harus segera membayar semua biaya operasional kabupaten; jika tidak, bahan bakar akan terdampar di pom bensin. Masjid untuk tujuan kuno tidak hanya dioperasikan dengan diesel untuk tujuan kuno².

Tabel 1.1
Pertumbuhan Jumlah Penduduk Di Dusun Sapapan Di Kepulauan Kangean

NO	TAHUN	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	JUMLAH
1	2016	335 Jiwa	339 Jiwa	674 Jiwa
2	2017	340 Jiwa	345 Jiwa	685 Jiwa
3	2018	360 Jiwa	374 Jiwa	742 Jiwa
4	2019	375 Jiwa	385 Jiwa	760 Jiwa

Sumber : Bagian Administratif Desa

Tabel ini menunjukkan bahwa ada peningkatan setiap tahunnya meskipun berangka kecil, Pada tahun 2016 (Dua ribu enam belas) Jumlah penduduk pulau Sapapan sebanyak 674 Jiwa, yaitu terdiri dari 335 Laki-Laki dan 339 Perempuan. Kemudian pada tahun 2017 (Dua ribu tujuh belas) jumlah penduduk masyarakat pulau sapapan mengalami peningkatan sebanyak sebelas jiwa, begitupun pda tahun berikutnya jumlah penduduk Dusun Sapapan kepulauan Kangean terus mengalami perkembangan penduduk, dari tahun 2017-2018 bertambah sebanyak 56 jiwa. Penduduk Dusun Sapapan Kepulauan KAngean terus mengalami peningkatan jumlah penduduk, sehingga pada tahun 2019 jumlah penduduk Dusun Sapapan Kepulauan Kangean dari 2018 meningkat sebanyak 18 (delapan belas) Jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa setiap tahunnya di Dusun Sapapan Kepulauan Kangean terus mengalami peningkatan jumlah penduduk.

² Moh Tamimi, "Begini Warga Pulau Bungin Nyarat dan Sapapan Penuhi Air Bersih dan Energi", <https://www.mongabay.co.id/2020/12/11/begini-warga-pulau-bungin-nyarat-dan-energi/> (03 April 2021)

Selain mayoritas mata pencaharian masyarakatnya ialah sebagai nelayan, pelaut, dan petani. Namun banyak juga di antaranya yang pergi merantau ke luar kota, seperti kota-kota besar di pulau Jawa, Makassar, dll. Bahkan merantau ke luar negeri pun menjadi pilihan masyarakat pulau ini. Motifnya beragam, dari yang merantau untuk bekerja, sampai merantau untuk menempuh pendidikan. Minat Masyarakat Dusun Sapapan Kepulauan Kangean untuk pergi merantau bekerja ataupun menempuh pendidikan itu semakin tahun bertambah. Berdasarkan hasil pra seris di pulau sapapan tersebut, didapatkan bahwasanya masyarakat pulau tersebut kurang berminat terhadap perbankan. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya faktor kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap perbankan (produk bank), faktor jauhnya terhadap kantor cabang di kecamatan, faktor keyakinan.

Dari sini dapat dilihat bahwa butuhnya transaksi elektronik untuk memudahkan masyarakat untuk saling mengirim uang. Entah itu dari orang tua di kampung kepada anak di rantau, atau mungkin kepala keluarga yang sedang bekerja, mengirim uang untuk keluarga di kampung. Namun, masyarakat Dusun Sapapan Kepulauan kangean tidak banyak yang memiliki buku tabungan perbankan, atau atm untuk memudahkan transaksi tersebut. Hanya beberapa saja. Dan jika ingin melakukan transaksi tersebut, perlu meminta bantuan kepada tetangga yang memilikinya. Masyarakat Dusun Sapapan Kepulauan Kangean lebih cenderung menabung dengan cara menitipkan uang atau harta benda lain kepada orang kepercayaan di pulau tersebut. Oleh karna itu agar kegiatan sosialisasi dalam rangka

memperkenalkan pemahaman masyarakat terhadap produk perbankan menjadi lebih efektif, diperlukan informasi yang lengkap untuk karakteristik dan perilaku masyarakat/calon nasabah terhadap perbankan.

Di Pulau Kangean sendiri terdapat beberapa perbankan, yang berada di kecamatan Arjasa yang merupakan pusat perekonomian di Pulau Kangean. Perbankan tersebut diantaranya adalah Bank BRI, Bank Jatim, BPRS, BMT Sidogiri. Bank BRI sendiri merupakan satu-satunya Bank milik Negara yang berada di Pulau Kangean.

BRI telah setuju untuk berpartisipasi dalam program Penciptaan Kerja Dan Penanggulangan Kemiskinan UMKM untuk memberikan kesempatan kepada Kemiskinan untuk tumbuh dan berkembang. Masyarakat Kangean dan BRI diharapkan dapat berpartisipasi dalam KUR BRI, proyek bunga Pinjaman KUR jangka panjang yang saat ini sedang diselenggarakan di desa Arjasa di provinsi Jawa Barat.

Selain itu, Minat juga dapat didefinisikan sebagai keadaan pikiran di mana seseorang merasakan dan berpartisipasi secara aktif dalam berbagai kegiatan, di mana kegiatan yang seseorang mulai dan berpartisipasi aktif secara teratur dan disertai dengan tekad. memimpin Pengembangan perasaan positif. Minat tidak hanya merupakan situasi pratindakan yang dialami seseorang, tetapi juga dapat disebut sebagai Minat Menabung, yaitu perilaku yang terjadi sebagai akibat dari reaksi orang tersebut terhadap transaksi tersebut. Minat Menabung bisa juga disebut Minat Beli, yaitu suatu perilaku yang terjadi sebagai akibat dari reaksi orang tersebut terhadap transaksi

tersebut. Minat Menabung juga bisa Karena fakta bahwa Minat Menabung telah dikaitkan dengan perilaku konsumen, itu adalah fenomena yang sangat penting untuk berfungsinya lembaga keuangan manapun. Minat Menabung telah dikaitkan dengan perilaku konsumen yang mungkin mengalami dorongan tiba-tiba untuk melakukan atau tidak membeli. Fakta bahwa Minat Menabung Yang Besar merupakan sumber motivasi yang penting untuk melakukan tugas tertentu menunjukkan bahwa Minat Menabung Yang Besar merupakan sumber motivasi yang penting untuk melakukan tugas tersebut.³

Dengan kurangnya minat masyarakat Kangean terhadap produk perbankan dan juga Bank BRI unit Kangean yang memiliki produk perbankan berbasis kemasyarakatan, sehingga peneliti lebih lanjut ingin meneliti tentang Strategi Pemasaran Bank BRI Unit Kangean Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Kangean Terhadap Produk Perbankan.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang dikemukakan di atas maka focus penelitian dalam penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana Strategi Pemasaran yang Dilakukan Oleh Bank Bri Unit Kangean dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Pulau Kangean terhadap Produk Perbankan?
2. Bagaimana Minat Masyarakat Pulau Kangean Terhadap Produk yang Ditawarkan oleh Bank BRI Unit Kangean?

³ Reni A. Alhifni, *Factor-faktor Penyebab Kurangnya Minat Masyarakat Menabung di Lembaga Keuangan Mikro Syariah*, Jurnal Syarikah. Vol 5 No. 1, Juni 2019, 62.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui Bagaimana Strategi Pemasaran yang Dilakukan Oleh Bank BRI Unit Kangean dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Pulau Kangean terhadap Produk Perbankan.
2. Untuk Mengetahui Bagaimana Minat Masyarakat Pulau Kangean Terhadap Produk yang Ditawarkan oleh Bank BRI Unit Kangean.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat untuk:

1. Manfaat Teoris

Peneliti ini diharapkan untuk memberikan pengetahuan atau manfaat terhadap masalah yang akan diteliti. Khususnya mengenai atau berfokus terhadap strategi pemasaran pengenalan produk perbankan dalam meningkatkan jumlah nasabah. Dan dapat dijadikan referensi bagi pihak lain yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Akademis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai sumber informasi bagi masyarakat umum untuk lebih memahami produk perbankan.

- b. Bagi Peneliti

Dalam penelitian ini, kami mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan masyarakat untuk membeli produk bank.

Kami akan menggunakan informasi ini untuk meningkatkan pemahaman kami tentang area penelitian.

c. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pengetahuan mengenai produk yang diberikan oleh perbankan.

E. Definisi Istilah

1. Strategi Pemasaran

a. Strategi

Perencanaan strategis sangat penting untuk keberhasilan bisnis apa pun. Untuk mencapai sasaran atau tujuan perusahaan secara efisien dan efektif, perusahaan harus secara proaktif mengatasi setiap masalah yang muncul di dalam atau di luar organisasi.

Menurut Morrisey, definisi strategi adalah "suatu proses dimana perusahaan menetapkan kerangka kerja yang harus diikuti agar perusahaan mencapai tujuannya." Strategi

adalah seperangkat prinsip yang memandu upaya perusahaan untuk mengatur operasinya dan semua aktivitas terkait untuk mencapai tujuan bisnisnya, termasuk menutup transaksi dan melaporkan hasil kepada investor. Ini juga dikenal sebagai "rencana lima tahun". Strategi pencapaian tujuan dan sasaran, serta pedoman dan tata cara, digunakan untuk membimbing Usaha dan Ushaha Pemasaran Perusahaan dari hari ke hari melalui berbagai tingkat Tidkatan, Acuan, dan Alokasi, dan sangat membantu dalam Usaha dan

Usaha. memandu pemasaran perusahaan dalam menghadapi masalah lingkungan dan sosial yang terus berubah.⁴

b. Pemasaran

Tujuan inti pemasaran (pemasaran) adalah untuk mengidentifikasi dan memuaskan kebutuhan individu dan kelompok. Dalam konteks Pemasaran, salah satu definisi yang paling sederhana dan paling berguna adalah "memenuhi kebutuhan masyarakat dengan cara yang hemat biaya".

Pemasaran, menurut buku American Marketing Association dengan nama yang sama oleh Philip Kotler, adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk berkomunikasi dan memberikan informasi kepada pelanggan. Ini juga mencakup prosedur untuk membangun dan memelihara hubungan pelanggan dengan cara yang bermanfaat bagi perusahaan dan pelanggan.⁵

2. Produk Perbankan

a. Produk

Produk, dalam definisi yang paling dasar, adalah setiap barang yang dapat diproduksi selama proses pembuatan suatu produk, seperti:

B. barang atau perangkat yang pada akhirnya dijual untuk mendapatkan keuntungan. Penulis, William J. Stanton, berpendapat bahwa harga suatu produk merupakan sekumpulan faktor yang

⁴ T. Prasetyo Hadi Atmoko, "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta", (Journal of Indonesia Tourism, Hospitality and Recreation, Volume 1, Nomor 2, Oktober 2018).

⁵ Ibid.

terpisah, ada yang Nyata dan ada yang tidak, antara lain harga, Warka, Kemasan, Pengecer, dan lain-lain. termasuk reputasi produsen serta layanan atau produk dari produsen yang digunakan oleh pembeli untuk mengurangi atau menghilangkan kebutuhan mereka.⁶

b. Perbankan

Produk, dalam definisi yang paling dasar, adalah setiap barang yang dapat diproduksi selama proses pembuatan suatu produk, seperti: B. barang atau perangkat yang pada akhirnya dijual untuk mendapatkan keuntungan. Penulis, William J. Santon, berpendapat bahwa harga suatu produk merupakan sekumpulan faktor yang terpisah, ada yang Nyata dan ada yang tidak, antara lain harga, Warka, Kemasan, Pengecer, dan lain-lain. termasuk reputasi produsen serta layanan atau produk dari produsen yang digunakan oleh pembeli untuk mengurangi atau menghilangkan kebutuhan mereka.⁷

3. Masyarakat

Masyarakat adalah sekumpulan manusia yang hidup atau tinggal disuatu tempat dengan tradisi yang sama, dan mempunyai hubungan erat antara satu manusia dan lainnya, saling membantu, saling menghargai, saling menghormati antara satu dan lainnya.

⁶ “Pengertian Produk: Jenis, Tingkatan, dan Konsep Produksi Menurut Ahlinya”, <https://accurate.id/bisnis-ukm/pengertian-produk/> (04 April 2021).

⁷ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Depok: Raja Grafindo Persada, 2017), 24.

F. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN. Pada bab ini diuraikan terkait latar belakang masalah, focus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konseptual, dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN PENELITIAN. Pada bab ini berisi konsep tualisasi topik yang diteliti dan perspektif teoritis. Bab ini menguraikan kajian pustaka mengenai: strategi pemasaran produk perbankan memperkenalkan terhadap masyarakat.

BAB III METODE PENELITIAN. Pada bab ini diuraikan terkait jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, Teknik analisis data, dan keabsaan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN. Bab ini memuat temuan-temuan dilapangan yang disebut hasil penelitian dan memuat pembahasan mengenai analisis di lapangan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN. Pada bab ini berisikan kesimpulan serta saran-saran dari penelitian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Bagian ini memberikan informasi bagaimana hasil penelitian sebelumnya dapat digunakan sebagai metode perbandingan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada bagian ini. Selain itu, Kajian Terdahulu berpotensi membantu Peneliti mengumpulkan penelitiannya dan menentukan kualitas hasil penelitiannya.

Namun, ada beberapa Penelithians lengkap yang peneliti percaya relevan dengan Penelithians tidak lengkap lainnya. Ini tercantum di bawah ini.:

1. Eka Widya Alvionita Situmorang, Untuk meningkatkan produksi Tabungan-Impian di bank KCP Syariah Rakyat Indonesia, dikembangkan strategi untuk meningkatkan produksi Tabungan-Impian. Fokus penelitian ini adalah pada perencanaan strategis yang dilakukan oleh PT. Bank BRI Syariah KCP Tebing Tinggi untuk produksi Tabungan Impian iB BRI Syariah. Dalam penelitian ini, penelitian kualitatif digunakan dalam hubungannya dengan metode deskriptif. Berdasarkan hasil kajian tersebut, strategi yang diterapkan BRI Kcp Bank Tebing Tinggi dalam rangka Pemasaran produk tabungan impian iB adalah dengan memberikan informasi dan produk bagi yang ingin memulai usaha manufaktur Faedah. Penggunaan brosur dan iklan yang menarik, serta informasi produk dan layanan Bank Rakyat Indonesia Syariah, pinjaman pribadi dan pinjaman usaha merupakan contoh strategi pemasaran yang

efektif.⁸ Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran, sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian.

2. Risa Windasari, Mikro 25iB BRI Syariah KC Semarang merupakan produk dari BRI Syariah KC Semarang. KC Semarang BRI Syariah Strategi Pemasaran Pemasaran Fokus penelitian ini adalah pada strategi Pemasaran yang digunakan oleh perusahaan yang menjual produk mikro, yaitu produk 25iB BRI Syariah. Studi tesis ini menggunakan jenis penelitian lapangan yang dikenal sebagai lapangan (field research) yang memungkinkan pengumpulan data kuantitatif dengan kualitas tinggi. lebih khusus lagi, Kualitatif berkaitan dengan proses pengumpulan data yang mengarah pada distribusi data deskriptif, yang terdiri dari Tertulis/lisan, individu, dan perilaku terverifikasi. Hasil penelitian ini mengarah pada pengembangan strategi implementasi mikro 25iB BRI Syariah. Dalam hal ini segmentasi memungkinkan penyampaian produk yang lebih terfokus pada UMKM, pasar tradisional dan masyarakat atau perusahaan kecil yang lebih beretika dalam hal kewirausahaan dan memiliki tujuan tertentu. Untuk menghindari Syarat, perusahaan harus telah beroperasi setidaknya selama tiga tahun. Perusahaan mungkin telah menjalankan bisnisnya selama lebih dari sebulan dan telah menerima 75/200iB dari Pembiayaan, tetapi belum memiliki peringkat kredit bank yang negatif. Dalam hal arah strategis, Penelitian Terdahulu dan

⁸ Eka Widya Alvionita Situmorang, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Nasabah Produk Tabungan Impian Pada Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP. Tebing Tinggi", (Skripsi, UIN Sumatera Utara Medan, 2019).

Penelitian Sekarang sangat berbeda satu sama lain. Perbedaan utamanya adalah Peneliti Terdahulu fokus pada produk Pembiayaan, sedangkan Peneliti Sekarang fokus pada produk Perkenalan Perbankan. Peneliti Terdahulu juga berfokus pada pengembangan produk baru.

3. Maulida Zulfa Rahmannisa, Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan iB Tasya Haji Baitullah Di BPRS Suriyah Cabang Kudus. Fokus penelitian ini adalah menyusun strategi peningkatan jumlah nasabah produk iB tasya haji baitullah di BPRS Suriyah Cabang Kudu, serta mengkaji berbagai aspek strategi peningkatan jumlah nasabah produk iB tasya haji baitullah dalam Penelitian ini menggunakan BPRS Suriyah Cabang Kudu, serta berbagai metode Deskriptif kualitatif, dan metode itulah yang digunakan. Berdasarkan hasil penelitian maka dikembangkan strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah produk Nasabah Tabungan iB Tasya Haji Baitullah pada BPRS Suriyah Cabang Kudu yang meliputi penggunaan 4P (Product, Price, location, Promotion dan STP) . . serta penggunaan bauran pemasaran (termasuk 4P) (segmentasi, penargetan, penentuan posisi). Dalam hal ini yang menjadi masalah adalah promosi yang belum dilaksanakan secara maksimal dan masih banyak masyarakat yang belum mengenal BPRS. Sama seperti Peneliti Terdahulu dan Peneliti bekerja sama hari ini pada strategi untuk memproduksi produk bank, Peneliti Terdahulu dan Peneliti sekarang bekerja sama di sebuah properti. Juga,

Peneliti Terdahulu dan Peneliti sekarang sedang mengerjakan strategi untuk memproduksi produk perbankan, perbedaan antara Penelit.

4. Riski Eka lestari, KCP Teluk Betung Syariah Mandiri Strategi Bank Peasaran Produk Tabungan Maburur Junior Di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Fokus penelitian ini hanya pengembangan strategi tabungan junior manufacturing, serta lokasi lokasi penelitian yaitu Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung. Disarankan agar metode yang digunakan dalam penelitian ini diadopsi langsung dari lokasi penelitian (penelitian lapangan) dan hasil penelitian disajikan sebagai deskriptif berkualitas tinggi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, strategi yang diterapkan Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung untuk produk Tabungan Maburur Junior sejalan dengan strategi pemasaran menggunakan 4P Marketing (Marketing Max): Strategi Produk (Ort), Strategi Promosi (periklanan), Strategi Produk (produk) dan Strategi Harga (harga). Dalam hal ini dilakukan strategi untuk memfasilitasi pelaksanaan ibadah haji dan umroh dengan membuka peluang sosialisasi di sekolah dan universitas serta menginformasikan kepada masyarakat tentang pentingnya ibadah haji dan umroh serta pelaksanaannya. Sementara kesamaan antara penelitian saat ini dan penelitian sebelumnya sangat mencolok, perbedaan antara penelitian saat ini dan penelitian sebelumnya sangat mencolok dalam hal strategi pemasaran produk. Perbedaan antara penelitian saat ini dan sebelumnya dalam strategi pemasaran produk juga mencolok.

5. Febriana Eka Wulandari, Di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bumi Arta Sampang Sampang Cilacap menerapkan strategi baru untuk meningkatkan jumlah Nasabah Tabungan. Penelitian lapangan (juga dikenal sebagai penelitian lapangan) adalah jenis penelitian kualitatif yang dapat digunakan sebagai alat dalam penelitian kuantitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kuantitatif. Penelitian lapangan disebut juga dengan penelitian deskriptif. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (field research). Ini juga dapat digunakan sebagai alat dalam penelitian kuantitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian ini, baik jumlah tabungan maupun kecepatan pemulihan di BPRS Bumi Arta Sampang berbeda-beda. Hal ini disebabkan kesadaran masyarakat yang fluktuatif terhadap berbagai produk dan proses yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Selain itu, kampanye Pemasaran hanya dilakukan setahun sekali dan dalam jangka waktu terbatas. Pertumbuhan Saldo Tabungan melambat pada tahun 2016 dan alasannya tidak jelas. Namun, keseimbangan yang dimaksud masih dalam parameter tujuan yang telah ditetapkan. Pada periode Juni hingga Juli, jumlah siswa yang mendaftar pada tahun ajaran baru meningkat secara signifikan, yang berarti tabungan harus menerima dana yang seharusnya digunakan untuk Siswanya. Pada periode Juni hingga Juli terjadi peningkatan jumlah siswa yang signifikan pada tahun ajaran baru, yang mengakibatkan alokasi dana untuk tabungan yang seharusnya masuk ke siswanya dan bertepatan

sehubungan dengan tumpang tindih antara Peneliti sekarang dan Di masa lalu, strategi untuk produk Pemasaran Peneliti Perbankan, tetapi ada juga beberapa penyimpangan karena tujuan Peneliti.

6. Evi Isfahani, Strategi promosi dan distribusi produk di PT. BPRS Saka Dana Kudu adalah produk iB sederhana. Fokus penelitian ini adalah produk Simpanan pelajar (simpler) iB dari PT. BPRS Saka Dana Mulia, dengan perhatian khusus pada hubungan dengan perusahaan. Dalam penelitian ini digunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif, dan metode itulah yang digunakan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran dan promosi produk iB sederhana yang paling efektif adalah dengan menggunakan mentukan (1). Apakah produk (produk) yang PT. BPRS Saka Dana Mulia Promosikan Kudu? (2) Biaya barang (Harga). (3) Pemasaran dan situs promosi produk (lokasi). (4) Periklanan dan Promosi (Promosi). Ada juga strategi Pendukung seperti (a) Jemput-Bola. c) door to door (c) dan untuk kegiatan promosi, termasuk penggunaan periklanan (periklanan). (d) penjualan eceran. (e) Ada juga pemasaran langsung. Karena kecepatan dan keseriusan kerja Pegawai, Nasabah mampu menawarkan Nilai Plus yang unik. Ada beberapa kegiatan pemasaran yang dilakukan dalam proses identifikasi dan promosi produk simpanan belajar (simpler) iB, antara lain evaluasi kinerja, penggunaan sumber daya, pengumpulan data, perencanaan dan komunikasi. Meskipun generasi siswa saat ini mirip dengan generasi

sebelumnya dalam hal strategi Pemasaran, ada perbedaan dalam hal tujuan evaluasi mereka.

7. Ria Saputri B, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., Strategi Pemasaran Kepuasan Pelanggan, Departemen Batu Raya. PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., Strategi Pemasaran Kepuasan Pelanggan, Departemen Batu Raya. Hal ini dikarenakan masih sedikitnya variabel seperti lokasi, promosi, dan karyawan yang bersedia berpartisipasi dalam mencari klien di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Satuan Batu Raya. Penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif untuk melakukan penelitiannya. Hasil penelitian yang dilakukan dengan Uji F menunjukkan bahwa terdapat berbagai macam produk, harga, lokasi, promosi, orang, struktur fisik dan proses yang positif dan signifikan dalam kaitannya dengan situasi sulit di Nasabah. Hasilnya, hasil Uji T menunjukkan bahwa berbagai variabel, termasuk lokasi, orang, dan promosi, berdampak positif pada keadaan perekonomian nasional. Sedangkan harga barang, nilai aset berwujud dan lamanya proses tidak signifikan dan tidak penting. Ada jenis variabel tertentu yang menjadi perhatian dan merupakan variabel masyarakat yang positif dan signifikan dalam tanggapannya terhadap nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Unit Batu Raya. Sebagai hasil dari kolaborasi mereka, Peneliti Terdahulu dan Peneliti Sekarang Meneliti melaporkan strategi Pemasaran. Meski memiliki kesamaan, Peneliti

Terdahulu lebih fokus pada pelaksanaan strategi. Peneliti terdahulu lebih fokus pada implementasi strategi.

8. Nur listyawati, Salah satu contohnya adalah strategi Pemasaran Produk Perbankan BNI KCP Pinrang terkait Upaya Peningkatan Nasabah (Analisis Ekonomi Syariah). Tujuan dari proyek ini adalah untuk memahami strategi pemasaran Tabungan Berjangka sehingga seluruh penduduk mengetahui produk yang dimaksud, menurut Peneliti. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitas yang menggunakan kerangka fenomenologis. Menurut hasil penelitian, hal-hal berikut harus diperhatikan: 1). Dalam konteks BNI KCP Pinrang Upaya Nasabah, kelompok sasaran dari strategi pemasaran penduduk perbankan yang bertujuan untuk meningkatkan derajat Nasabah adalah Masyarakat lengkap yang membaginya menjadi beberapa segmen, misalnya dalam hal Rekening Tabungan El Kelompok sasaran adalah siapa saja yang ingin membuka rekening Tabungan yang sesuai (2). Positioning (penempatan posisi) di pasar dalam rangka mencapai tujuan peningkatan kinerja nasabah di BNI KCP Pinrang dilakukan dengan mengedepankan keunggulan dan keunggulan produk dan layanan yang ditawarkan dengan layanan nasabah sebaik mungkin dengan tingkat keamanan tertinggi dan pengembangan hubungan positif Pelanggan. Baik penelitian terdahulu maupun penelitian saat ini mengkaji tentang strategi pemasaran produk perbankan, namun perbedaan antara

peneliti sebelumnya dan peneliti saat ini adalah pada topik penelitian, namun letak perbedaan peneliti adalah.

9. Ismi Mutmainna, Dalam meningkatkan market share suatu produk di BRI Syariah KCP Pinrang, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan. Dengan menggunakan pendekatan fenomenologi, penelitian ini dilakukan pada bank BRI Syariah KCP Pinrang. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode Wawancara menggunakan informasi dari berbagai sumber, termasuk situs Resmi Eitas dan sumber Datasecond Pendukung lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk meningkatkan pangsa pasar perlu diterapkan strategi yang efektif. Studi ini juga menemukan bahwa menerapkan strategi 7P yang efektif (Produk, Tempat, Promosi, Harga, Orang, Bukti Fisik, dan Proses) akan membantu meningkatkan pangsa pasar. Namun, peningkatan pangsa pasar yang diamati pada bank BRI Syariah KCP Pinrang tidak signifikan. Pasalnya, bagian pemasaran BRI Syariah belum mempromosikan produk-produk perusahaan yang hanya tersedia di beberapa kota. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa bank BRI Syariah mencatat penurunan pangsa pasar karena terbatasnya jumlah Sasabah pada periode yang dianalisis. Agar produk tersebut dikenal dan digunakan oleh masyarakat luas karena kegunaannya di dunia dan dalam Islam, maka harus dilaksanakan strategi pemasaran yang komprehensif. Terlepas dari kesamaan antara penelitian saat ini dan penelitian sebelumnya, penelitian saat ini berfokus pada pengembangan produk perbankan. Di sisi lain, penelitian sebelumnya

berfokus pada peningkatan pangsa pasar di sektor perbankan; Namun, penelitian saat ini difokuskan pada pengembangan produk perbankan.

10. Dicky Marcelino, Untuk membuat produk Mudharobah lebih dikenal masyarakat, Bank Syariah Mandiri memiliki strategi (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Karanganyar Cukuph, Kabupaten Kejang lebong). Fokus penelitian ini adalah pemahaman masyarakat umum terhadap produk dan layanan Bank Syariah mandiri (studi masyarakat Desa Karanganyar curup Timur Kabupaten Rejang lebong). Penelitian ini menggunakan deskripsi yang berkualitas serta teknik pengumpulan data primer dan skunder seperti observasi, wawancara dan pengarsipan. Menurut hasil penelitian, strategi untuk meningkatkan kesadaran di kalangan penduduk Karanganyar adalah dengan menggunakan sosialisasi, edukasi, dan kampanye doorprize/hadiah dengan menggunakan berbagai cara seperti Internet, perangkat penjualan, dan kampanye telemarketing. Salah satu faktor yang berkontribusi terhadap memburuknya pemahaman publik tentang krisis Mudharoba adalah kenyataan bahwa jumlah Masyarakat Kelurahan Karanganyar melebihi masyarakat tradisional.⁹

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang sama-sama membahas atau meneliti tentang strategi pemasaran produk perbankan, namun letak perbedaannya adalah penelitian terdahulu berfokus pada mudharoab, peneliti sekarang berfokus pada produk tabungan.

⁹ Dicky Marcelino, "Strategi Bank Syariah Mandiri Dalam Meningkatkan Pemahaman Tentang Produk Pembiayaan *Mudharobah* (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Karanganyar Curup Tengah, Kabupaten Rejang Iebung)", (Skripsi, IAIN Bengkulu, 2019).

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian

No	Nama/Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Eka Widya Alvionita Situmorang (2019)	Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Nasabah Produk Tabungan Impian Pada Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP. Tebing Tinggi	Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran	Perbedaannya terletak pada objek penelitian
2	Risa Windasari (2018)	Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Mikro 25iB BRI Syariah KC Semarang	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran	Perbedaannya peneliti terdahulu tentang produk pembiayaan sedangkan peneliti sekarang tentang pengenalan produk perbankan
3	Maulida Zulfa Rahmannisa (2018)	Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan iB Tasya Haji Baitullah Di BPRS Suriyah Cabang Kudus	Persamaan peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran produk perbankan	Perbedaannya peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang terletak pada objeknya
4	Riski Eka Iestari (2020)	Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabrur Junior Di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang sama-sama	sedangkan perbedaan peneliti terdahulu dengan Peneliti sekarang terletak pada objek penelitiannya

			meneliti tentang strategi pemasaran produk perbankan	
5	Febriana Eka Wulandari (2017)	Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bumi Arta Sampang, Sampang Cilacap	Persamaan peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran produk perbankan	Namun perbedaannya terletak pada objek penelitiannya
6	Evi Isfahani (2018)	Strategi Pemasaran Dan Promosi Produk Simpel iB Di PT. BPRS Saka Dana Mulia Kudus	Persamaan peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran	Namun perbedaannya terletak pada objek penelitiannya
7	Ria Saputri B (2018)	Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Batua Raya	Persamaan peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran	Adapun perbedaannya, peneliti terdahulu berfokus pada kepuasan nasabahnya, penelitian sekarang berfokus pada pengenalan produk perbankan
8	Nur listyawati 2020	Strategi Pemasaran Produk Perbankan Terhadap Upaya	Persamaan peneliti terdahulu dengan peneliti	Namun letak perbedaan peneliti terdahulu dengan peneliti sekarang terletak pada

		Peningkatan Nasabah Di BNI KCP Pinrang (Analisis Ekonomi Syariah)	sekarang sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran	objek penelitiannya
9	Ismi Mutmainna (2020)	Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Market Share Pada Produk Di BRI Syariah KCP Pinrang	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran	Namun perbedaannya peneliti terdahulu meningkatkan market share pada produk Bank, namun peneliti sekarang berfokus pada pengenalan produk perbankan
10	Dicky Marcelino (2019)	Strategi Bank Syariah Mandiri Dalam Meningkatkan Pemahaman Tentang Produk Pembiayaan Mudharobah (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Karanganyar Cukup Tengah, Kabupaten Kejang lebong).	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang sama-sama membahas atau meneliti tentang strategi pemasaran produk perbankan	Namun letak perbedaannya adalah penelitian terdahulu berfokus pada mudharobah, peneliti sekarang berfokus pada produk tabungan

Sumber: Diolah dari Penelitian terdahulu

B. Kajian Teori

1. Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan yang memproduksi barang dan atau memberikan layanan kepada masyarakat untuk meningkatkan nilai saham mereka di pasar saham dalam lingkungan yang kompetitif. Strategi Pemasaran bertanggung

jawab atas keberhasilan penyelesaian Rencana perusahaan. Fase rencana strategis Pemasaran ini akan digunakan untuk mencapai kesuksesan yang diinginkan Pemasaran. Terdiri dari tiga komponen: Pengambilan tujuan jumlah uang yang ingin dikeluarkan perusahaan untuk proyek, Bauran untuk melaksanakan proyek dan lokasi proyek. Implementasi permanen dari strategi Pemasaran dicapai dengan meningkatkan jumlah indikator berbasis Sasara dan jumlah program Pemasaran yang digunakan untuk mengelola pasar Sasaran.¹⁰

Strategi pemasaran adalah bagian penting dari strategi bisnis dan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi semua aspek fungsi manajemen organisasi, terlepas dari ukurannya. Karena dengan adanya rencana strategis maka pelaksanaan program untuk mencapai tujuan organisasi dapat dilakukan secara aktif, sadar dan rasional. Strategi-strategi berikut ini bisa digunakan oleh perusahaan manapun, terutama bank syariah, untuk mendapatkan hasil yang mereka inginkan:

- a. Sebagai organisasi yang bertanggung jawab untuk memastikan bahwa para anggotanya mengetahui dan mematuhi undang-undang dan peraturan industri mereka. Lahir
- b. Sebagai sarana untuk membedakan dirinya dari seluruh dunia dengan memanfaatkan sumber daya perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dalam pengaturan yang lebih terjangkau dan kontemporer.

¹⁰ https://id.m.wikipedia.org/wiki/Strategi_pemasaran (04 Apri 2021)

- c. Sebagai wujud itikad baik dalam menghadapi perubahan kondisi bisnis, perusahaan harus memberikan insentif berupa uang kepada seluruh karyawannya. Strategi Pemasaran yang jelas mencakup unsur-unsur berikut: segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, positioning, unsur-unsur pemasaran dan biaya pemasaran. Strategi yang kurang jelas mencakup unsur-unsur berikut: keputusan yang diambil akan bersifat subjektif.
- d. Sebagai anggota tim dalam reorganisasi keuangan dan operasional perusahaan.
- e. Berfungsi sebagai alat penting dalam mencapai tujuan perusahaan dengan mendorong tumbuhnya budaya gila yang bebas korupsi dan berkembang untuk memfasilitasi penjualan sasaran.¹¹

Selalu ada risiko gagal dalam bisnis apa pun, baik itu untuk keuntungan atau non-profit yang mencoba berbuat baik. Yang terpenting dari Pemasaran adalah bahwa hal itu harus dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat umum. Pemasaran akan menjadi lebih penting ketika publik memahami situasinya. Selain itu, ia dapat mengamati peningkatan jumlah penimbangan dari satu hari ke hari berikutnya dari waktu ke waktu. Perencanaan dan implementasi inisiatif strategis telah lama menjadi prioritas utama dalam industri perbankan yang berorientasi pada profit. Jika tidak ada kampanye Pemasaran, jangan berharap penurunan permintaan atau penurunan jumlah orang yang ingin

¹¹ Desy Putri, *Strategi Pemasaran terhadap Penjualan Produk Tabungan IB Hasanah di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X*. Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa. Vol. 9 No. 1, 2016, 65.

bekerja. Oleh karena itu, agar tetap kompetitif, sektor perbankan harus menjaga kondisi operasional yang stabil dan terus meningkatkan aktivitas bisnisnya. Pemasaran harus dilakukan secara profesional untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan sesegera mungkin. Dalam konteks ini, Pemasaran Bank Yang Professional disebut sebagai "perampokan bank profesional". Pendekatan industri perbankan dalam meningkatkan modal tidak berbeda secara signifikan dengan industri lain seperti manufaktur, jasa, dan lain-lain. Oleh karena itu, karena Perbankan hanya satu jenis industri, maka proses pendiriannya memakan waktu lebih lama dibandingkan dengan pendirian jenis industri lainnya. Faktor lain yang membedakan Perbankan dari industri lain adalah banyaknya undang-undang dan peraturan yang mengatur penggunaan berbagai jenis Pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa sektor perbankan sangat rentan terhadap rendahnya kepercayaan masyarakat. Pada dasarnya, strategi perbankan didasarkan pada empat P bauran pemasaran (produk, harga, lokasi), yaitu produk, harga, dan posisi pasar, promotion).¹²

Rencana pemasaran (*marketing plan*) adalah instrument sentral untuk mengarahkan dan mengkoordinasikan usaha pemasaran. Rencana pemasaran beroperasi pada dua tingkat strategis dan taktis. Rencana pemasaran strategis (*Strategi marketing plan*) menjelaskan pasar sasaran dan proposisi nilai yang akan ditawarkan perusahaan berdasarkan pada

¹² Angelica Tamara, *Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan*
Bisnis, Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol. 4 No.3, Edisi Khusus Pemasaran & Keuangan,
2016, 398

analisis peluang pasar terbaik. Rencana pemasaran taktis (*tactical marketing plan*) menspesifikasikan taktik pemasaran, termasuk fitur produk, promosi, penyediaan barang, penetapan harga, saluran penjualan, dan pelayanannya.¹³

1) Produk (*Product*)

Barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan untuk target pemasaran termasuk berbagai bauran produk, ciri-ciri, desain, paket, ukuran, pelayanan, jaminan, dan kebijakan pengembalian (garansi).

- a) Produk adalah apa saja yang ditawarkan ke pasar untuk perhatian, perolehan, penggunaan, atau pemakaian yang diinginkan atau dibutuhkan secara memuaskan.
- b) Jasa adalah suatu aktifitas atau manfaat yang bisa memuaskan pihak lain yang dasarnya berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.
- c) Produk termasuk pengemasan, sebagai bagian dari total penawaran. Merek yang digunakan untuk pengemasan sebagai pengenalan, untuk meningkatkan nilai produk.
- d) Produk dan jasa juga seharusnya mempunyai tujuan, yang menemukan nilai asli produk, penggunaan, perbedaan, alasan, atau fungsi untuk konsumen.

¹³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : Penerbit Erlangga, 2009) Ed-13 Jilid 1, 42.

2) Harga (*Price*)

Semua aspek mengenai harga. Konsumen bersedia membayar harga eceran, diskon, tunjangan, kualitas diskon, kredit berjangka, penjualan dan periode pembayaran.

3) Tempat atau Distribusi (*Place*)

Aktivitas perusahaan yang membuat ketersediaan produk, menggunakan distribusi dan saluran penjualan, liputan, lokasi, persediaan barang dan karakteristik transformasi serta alternatif. Rantai persediaan terdiri dari empat mata rantai, yaitu: produsen, distribusi, grosir, persediaan eceran, dan pengguna.

4) Promosi (*Promotion*)

Elemen komunikasi termasuk aktivitas komunikasi langsung dan tidak langsung. Aktivitas berkomunikasi dari seluruh produk, termasuk:

a) Penjual pribadi

b) Iklan atau penjualan tidak langsung seperti televisi, radio, majalah. Iklan memiliki sifat terstruktur dan komunikasi tidak langsung yang tersusun dari informasi. Biasanya dibayar untuk produk (barang dan jasa) dan mengidentifikasi sponsor melalui berbagai macam media.

c) Promosi penjualan contoh: barang, kupon, uang jasa, tunjangan pameran, acara, dan banyak lagi.

- d) Jaminan seperti buku kecil, majalah, brosur, film, promosi produk, dan laporan tahunan.
- e) Pemasaran langsung seperti *online*, surat langsung, manajemen data, majalah, *telemarketing*. Termasuk interaktif seperti *internet* atau *web*.
- f) Acara dan pengalaman.
- g) Hubungan masyarakat: menerbitkan pers, publisitas Mitra (*Partners*).

Menurut Chandra dalam *Journal of Business Administration*-nya, strategi Pemasaran adalah suatu rencana yang mengidentifikasi bagaimana persepsi perusahaan terhadap produk atau jasanya dipengaruhi oleh berbagai kegiatan atau program yang bertujuan untuk menurunkan harga produk atau jasa. Pasar. Program Pemasaran terdiri dari berbagai kegiatan yang dapat membantu pemerintah meningkatkan kinerja suatu produk, seperti:¹⁴

Memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen merupakan langkah awal dalam proses penjualan. Tujuan dari setiap bisnis adalah untuk meningkatkan jumlah pelanggan untuk meningkatkan jumlah penjualan. Dalam lingkungan yang sangat kompetitif di mana berbagai strategi digunakan untuk menargetkan semakin banyak konsumen rasis, hanya penerapan proses klasifikasi Nilai yang kuat, serta identifikasi, distribusi,

¹⁴ Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, Sunarti, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo)", (*Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*)|Vol. 29 No.1 Desember 2015).

dan pelacakan kualitas Nilai tingkat tinggi, yang akan memungkinkan bisnis untuk makmur.¹⁵

2. Produk Perbankan

Yang pertama dari kegiatan ini adalah penggalangan dana dari masyarakat umum, yang dikenal sebagai keuangan di industri perbankan. Kegiatan kedua adalah penggalangan dana dari masyarakat umum, yang dikenal di industri keuangan sebagai pembiayaan. Dalam hal ini, metode paling umum untuk mengumpulkan uang adalah dengan membeli barang di pasar negara asing. Bank melakukan jenis transaksi ini dalam bentuk berbagai strategi untuk memastikan bahwa masyarakat mengetahui sifat dari transaksi tertentu. Giro, Tabungan, Sertifikat Deposito dan Deposito Berjangka, misalnya, adalah semua jenis Simpanan yang dapat digunakan oleh masyarakat umum, tetapi juga merupakan produk dari bank itu sendiri, antara lain.¹⁶

Ketika seorang warga ingin menyimpan uang di suatu lembaga perbankan, administrasi bank memberinya rangsangan berupa Peluru Jasa. Ini bisa berupa Bunga, Hasil, Hadiah, Pelayanan atau Jasa Balas lainnya. Meningkatkan jumlah uang gratis yang dibelanjakan akan meningkatkan kepercayaan orang terhadap kemampuan Anda untuk membelanjakan uang mereka. Oleh karena itu, lembaga keuangan harus menawarkan berbagai

¹⁵ Kotler, Manajemen, 36.

¹⁶ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan*, 24.

rangsangan dan kepercayaan untuk mendorong masyarakat umum berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi.¹⁷

Fungsi bank yang secara umum adalah sebagai penerima simpanan dana dan penyalur dana berupa pinjaman, bank memiliki bermacam-macam produk, diantaranya adalah:¹⁸

a. Bank sebagai penerima simpanan dana

1) Tabungan

Karena proses Penyetoran atau bahkan Penarikan yang masih bayi, tabungan adalah salah satu produk perbankan yang paling banyak dikomersialkan di dunia. Ini bukan hanya satu jenis produk; Saat ini berbagai jenis tabungan mengalami pertumbuhan, seperti tabungan haji, tabungan pendidikan, dan jenis tabungan lainnya. Tabungan sendiri bukan hanya satu jenis produk; Ini juga merupakan kumpulan produk yang digunakan untuk mendidik orang.

2) Deposito

Deposito adalah produk perbankan di mana uang deposan disimpan dalam kepercayaan selama pembukaan rekening dan uang deposan hanya dibayarkan pada hari terakhir pembukaan rekening. Uang deposan hanya dibayarkan pada hari terakhir pembukaan rekening dan uang hanya dibayarkan pada hari terakhir

¹⁷ Ibid, 25.

¹⁸ KPR Academy, "Definisi, Fungsi dan Produk Bank yang Sering Kamu Gunakan!"
<https://kpracademy.com/article/definisi-fungsi-dan-produk-bank-yang-sering-kamu-gunakan.html>
(15 Juni 2021)

penutupan rekening. Secara tradisional, bulan Januari, Maret, Juni, September dan Desember adalah yang paling umum. Tentu saja, bank akan menerbitkan bukti pembayaran kepada pelanggan yang berisi rincian transaksi, serta tanggal dan waktu pembayaran.

3) Giro

Giro adalah produk Perbankan yang memiliki kelemahan yang sama dengan Tabungan; Oleh karena itu, selama proses Penarikan, ada peluang untuk menggunakan CEK dan Bilyet Giro untuk menyelesaikan transaksi. Penggunaan rekening giro adalah umum di kalangan pengusaha dan pengusaha, terlepas dari apakah mereka adalah kepemilikan tunggal atau bagian dari perusahaan yang lebih besar.

b. Bank sebagai Penyalur pinjaman

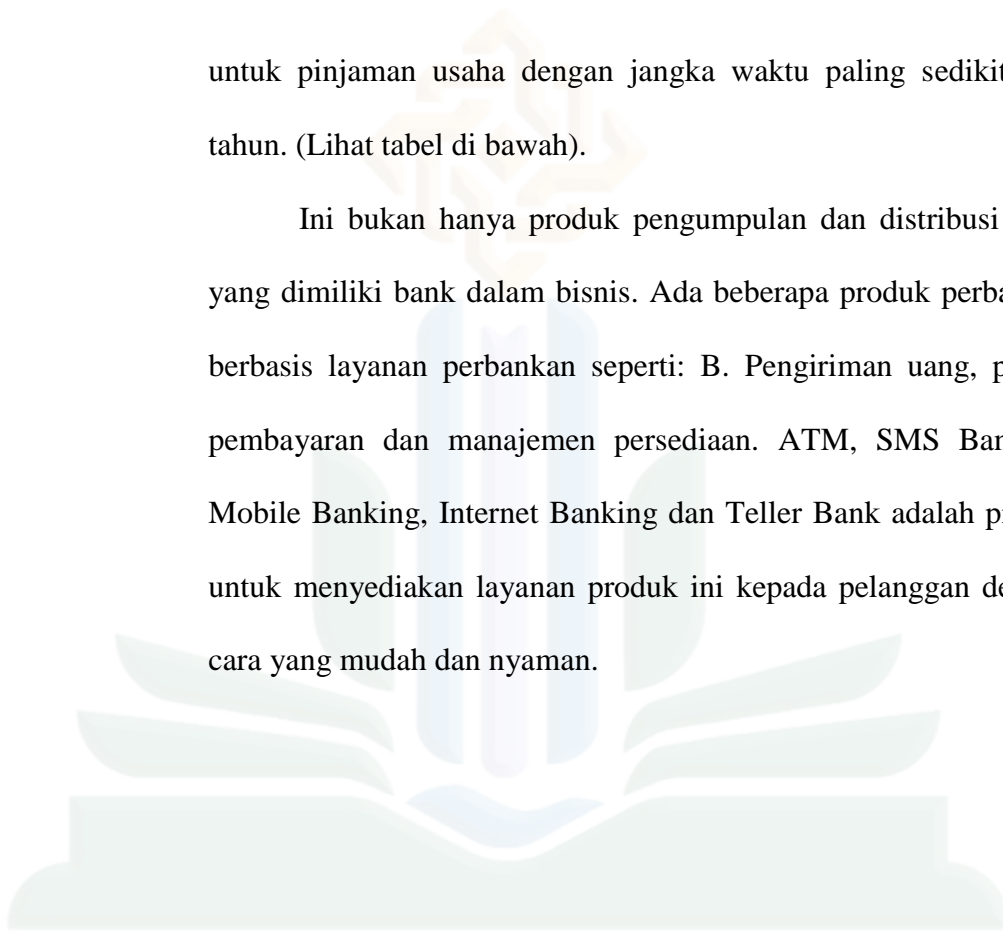
Jenis pinjaman yang disalurkan bank antara lain: pinjaman untuk modal usaha dan pinjaman kebutuhan konsumtif, yang terdiri dari:

- 1) Kredit Pemilikan Rumah (KPR)
- 2) Kredit Kendaraan Bermotor (KKB)
- 3) Kartu Kredit
- 4) Kredit Tanpa Agunan (KTA)

Secara umum, pinjaman korporasi memiliki jangka waktu yang lebih lama dibandingkan dengan pinjaman konsumen; Namun, ada produk perbankan tertentu yang dirancang khusus

untuk pinjaman usaha dengan jangka waktu paling sedikit satu tahun. (Lihat tabel di bawah).

Ini bukan hanya produk pengumpulan dan distribusi uang yang dimiliki bank dalam bisnis. Ada beberapa produk perbankan berbasis layanan perbankan seperti: B. Pengiriman uang, proses pembayaran dan manajemen persediaan. ATM, SMS Banking, Mobile Banking, Internet Banking dan Teller Bank adalah pilihan untuk menyediakan layanan produk ini kepada pelanggan dengan cara yang mudah dan nyaman.



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam konteks Ilmiah Penelitian, metode penelitian digunakan untuk menganalisis permasalahan lingkungan kerja agar dapat lebih memahami objek yang sedang diteliti, yang terdiri dari berbagai teknik dan alat yang digunakan di lingkungan kerja.¹⁹ Pada tahap ini peneliti memaparkan metode yang akan digunakan dalam penelitian diantaranya:

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penggunaan metode penelitian kualitatif didorong dalam penyelidikan topik seperti perilaku, tindakan, persepsi, motivasi dan lain-lain. Penggunaan metode penelitian kualitatif didorong dalam mempelajari topik-topik seperti perilaku, tindakan, persepsi, motivasi dan lain-lain untuk lebih memahami apa yang telah dipelajari. Penggunaan metode penelitian kualitatif dalam studi topik seperti perilaku, tindakan, motivasi, dll.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dijadikan tempat penelitian adalah Pulau Sapapan. Terletak di Kabupaten Sumenep, tepatnya di Desa Saobi, Kecamatan Kangayan. Pulau Sapapan ini berada dalam gugusan Kepulauan Kangean.

Peneliti memilih lokasi penelitian didasarkan karena pada masyarakat Pulau Sapapan sangat minim pengetahuannya terhadap produk perbankan, dan disana mayoritas masyarakatnya merantau keluar kota bahkan keluar

¹⁹ Nurul Zuriah, Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), 227.

Negeri sebagai Tenaga Kerja Indonesia (TKI). Masyarakat sangat minim pengetahuannya terhadap perbankan atau produk perbanka.

C. Subjek Penelitian

Pada subjek penelitian ini dilaporkan jenis data dan sumber data. Di uraian tersebut ini data apa saja yang ingin diperoleh, siapa saja yang hendak dijadikan informan atau subjek penelitian sehingga data yang di cari validalitasnya dapat dijamin.

Berkaitan dengan hal tersebut jenis data pada penelitian ini akan dibagi menjadi dua bagian, yaitu kata-kata dan Tindakan, foto.

1. Kata-kata dan Tindakan

Kata-kata dan tindakan orang-orang yang dapat di amati atau wawancara merupakan sumber data paling utama. Sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis atau rekaman audio, dan pengambilan foto.

2. Foto

Dalam penelitian ini pada umumnya foto tidak hanya digunakan sebagai perlengkapan dalam sebuah penelitian.

Dalam penelitian ini, subjek penelitian menggunakan teknik purposive, yaitu teknik pengambilan data yang dijadikan sebagai sumber data dengan pertimbangan tertentu.

Pertimbangan yang digunakan untuk menentukan informan yaitu didasarkan beberapa hal sebagai berikut:

- a. Orang yang dijadikan informan tersebut harus yang benarbenar tahu permasalahan tentang apa yang diteliti.

- b. Orang tersebut bersifat netral yang tidak ada keinginan untuk menjelek jelekan perusahaan.

Berdasarkan hal tersebut diharapkan dapat memperoleh informan yang benar-benar paham permasalahan yang diteliti sehingga menghasilkan data yang valid

D. Teknik Pengumpulan Data

Pada Teknik merupakan langkah yang cukup strategis dalam sebuah penelitian, karena dilakukannya sebuah penelitian yaitu bertujuan untuk mendapatkan sebuah data. Untuk mendapatkan sebuah data yang valid maka dibutuhkan teknik pengumpulan data yang digunakan ialah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi dilakukan sebagai kegiatan aktivitas dan mencatat dengan sistimatik terhadap keadaan-keadaan yang diteliti. Dalam hal ini peneliti ingin melakukan observasi untuk mengetahui fakta yang terjadi di lapangan dan data yang ingin peneliti dapat bersumber dari Bank BRI unit Kangean.

Dalam Teknik ini, data yang ingin peneliti peroleh secara langsung bersumber dari Bank BRI unit Kangean khususnya yang berkaitan dengan Strategi Pemasaran Produk Perbankan Bank BRI unit Kangean.

2. Wawancara

Wawancara ini adalah sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan secara tatap muka dan tanya jawab secara langsung antara peneliti dan narasumber. Wawancara digunakan untuk Teknik pengumpulan

data apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari informan atau narasumber yang lebih dalam.

Wawancara ini dilakukan dengan maksud dan tujuan agar peneliti dapat memperoleh data yang valid dan juga bermaksud untuk mengumpulkan informasi dan data-data yang berkaitan dengan Strategi Pemasaran Produk Perbankan Bank BRI unit Kangean.

Dalam hal ini peneliti sudah mengetahui informasi apa yang hendak digali dan didapati dari narasumber, nantinya peneliti juga akan menggunakan alat bantu seperti kamera, recorder, untuk melakukan wawancara.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yang dimaksud adalah sebuah dokumen catatan peristiwa yang telah berlalu. Dokumen ini bisa berbentuk sebuah arsip, gambar, cinderamata, jurnal kegiatan dan lain sebagainya, dalam hal ini selain mendapat data dan informasi melalui observasi dan wawancara peneliti juga bisa mendapat informasi dari dokumen-dokumen tersebut.

Teknik ini peneliti ingin memperoleh dokumentasi-dokumentasi dari sebuah peristiwa sebagai bahan penguat penelitian, khususnya berkaitan tentang Strategi Pemasaran Produk Perbankan Bank BRI unit Kangean.

E. Analisis Data

Analisis data adalah pengumpulan dan analisis data secara sistematis, baik itu data hasil Wawancara, data Catatan-Lapangan, atau sumber lainnya, sehingga setiap orang dapat dengan mudah memahami data yang dihasilkan

dari analisis tersebut. Analisis deskriptif adalah jenis analisis yang digunakan dalam proses penelitian. Ada sejumlah tangkapan dalam analisis data, antara lain.:

1. Reduksi Data

Reduksi data yaitu data yang diperoleh dari lapangan harus dirangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, sehingga data hasil reduksi bisa mudah dipahami dan memperoleh gambaran lapangan.

2. Penyajian Data

Dalam hal ini penyajian data biasanya dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan dan lain sebagainya. Dalam penyajian data ini peneliti melakukan penyajian data setelah data direduksi, seperti halnya dibuat narasi yang mudah dipahami.

3. Menarik Kesimpulan

Kesimpulan dalam hal ini yaitu temuan baru yang didapat seperti berupa deskripsi atau gambar dari objek sebelumnya sehingga dapat lebih jelas.

F. Keabsahan Data

Dalam hal penelitian keabsahan data digunakan untuk mendapat hasil yang valid. Dalam hal ini penelitian menggunakan triangulasi, dimana teknik ini mengumpulkan data dari berbagai Teknik penumpulan data dan sumber yang ada. Dalam hal pengujian data dan pengukuran kredibilitas data metode yang

digunakan yaitu metode triangulasi sumber, yaitu mengecek data yang diperoleh dari berbagai sumber.²⁰

G. Tahap-Tahap Penelitian

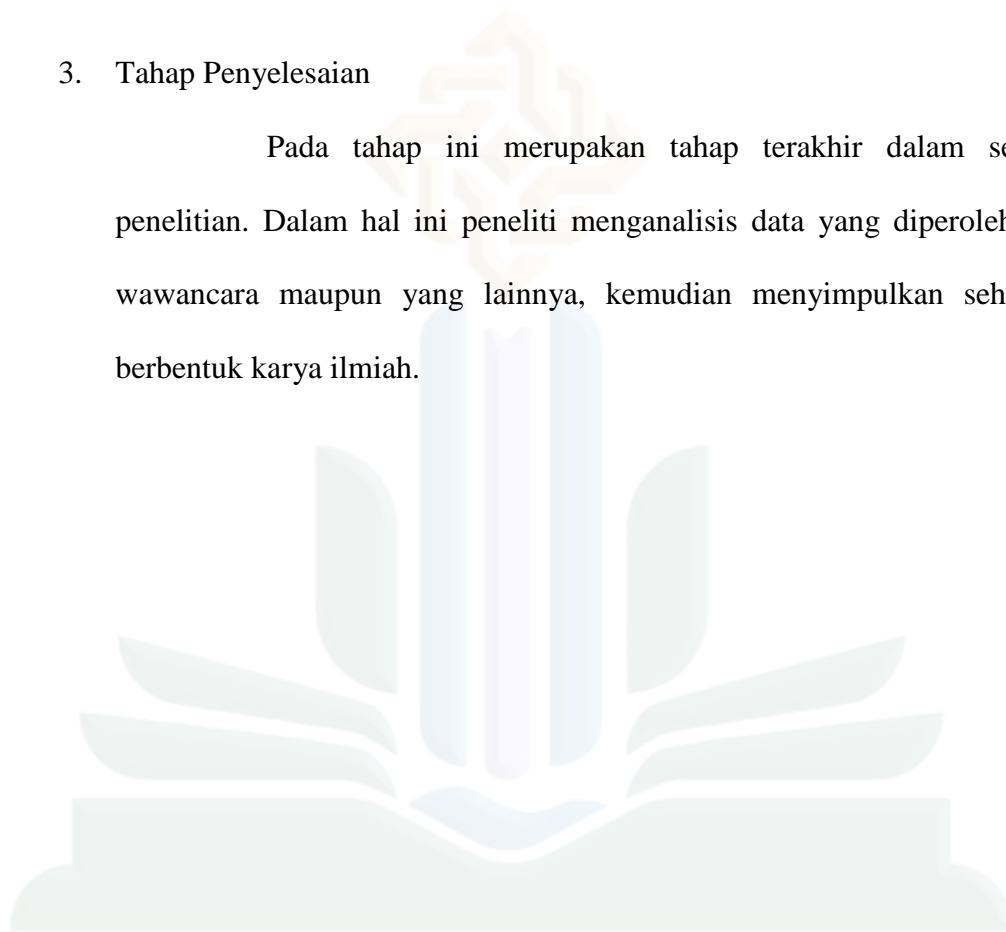
Tahap-tahap penelitian ini adalah tahapan-tahapan dari proses pelaksanaan penelitian. Dalam sebuah penelitian perlu adanya penyusunan tahap-tahap penelitian sehingga memudahkan penyusunan rancangan penelitian. Secara umum ada tiga tahap dalam proses penelitian yaitu, tahap pra-lapangan, tahap pekerjaan, dan tahap penyelesaian, secara rinci sebagai berikut :

1. Tahap pra-lapangan
 - a. Menyusun rencana penelitian.
 - b. Memilih objek penelitian.
 - c. Meninjau dan menilai lapangan.
 - d. Mengurus perizinan.
 - e. Memilih informan atau narasumber.
 - f. Menyiapkan perlengkapan dan kebutuhan pada saat penelitian.
2. Tahap Pelaksanaan Penelitian
 - a. Memahami latar penelitian dan persiapan diri
 - b. Memasuki lapangan
 - c. Berperan serta sekaligus mengumpulkan data.

²⁰ Mamik, *Metodologi Kualitatif*, (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015), 118.

3. Tahap Penyelesaian

Pada tahap ini merupakan tahap terakhir dalam sebuah penelitian. Dalam hal ini peneliti menganalisis data yang diperoleh dari wawancara maupun yang lainnya, kemudian menyimpulkan sehingga berbentuk karya ilmiah.



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Bank BRI Unit Kangean

Bank BRI adalah bank terbesar ketiga di Indonesia dan dikenal sebagai Bank Rakyat Indonesia (disingkat BRI). PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan pada tanggal 16 Desember 1895 di Puwokerto, Indonesia, oleh Raden Bei Aria Wirjaatmajda dan merupakan bank pertama di Indonesia. PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk, berkedudukan di Jakarta, Indonesia. Tahun pertama Bank Rakyat Indonesia beroperasi dengan nama De Poerwokertosche Hulp in Spaarbank der Inlandsche Hoofden, atau Bank Tabungan dan Bantuan Priyayi Purwokerto, kependekan dari Bank Tabungan dan Bantuan Priyayi Pur di tempat yang aman pada hari yang ditetapkan Se Hari BRI (Desember 16, 1895).

Puwokerto diyakini sebagai ibu kota Karesidenan Provinsi Banyumas dan Pendopo Si Panji bertanggung jawab untuk mengangkut orang dari Banyumas ke Kota Puwokerto. Raden Bei Aria Wirjaatmadja yang berasal dari Banyumas adalah pendiri Bank Rakyat Indonesia (BRI) yang didirikan dan diakui oleh pemerintah kolonial Belgia. Oleh karena itu, Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan untuk mendukung perkembangan perekonomian Indonesia. Menyusul kekalahan pemerintah Indonesia dalam Perang Dunia II, diumumkan bahwa Bank Republik

Indonesia (BRI) adalah bank milik negara pertama di Indonesia, sesuai dengan Pasal 1 Undang-Undang Pemerintah Nomor 1 Tahun 1945 , Bagian 1. Karena periode yang mengancam jiwa di mana Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan, bank harus menutup pintunya untuk beberapa waktu pada tahun 1948. Bank Rakyat Indonesia Serikat (BRI) didirikan pada tahun 1949 setelah kematian Renville .

Setelah persetujuan PERPU No. 41 tahun 1960, didirikan Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) dengan partisipasi BRI, Bank Tani dan Nelayan dan Nederlandsche Maatschappij (HNM). Bank Indonesia Urusan Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) didirikan pada tahun 1965 berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 9 (Penpres) dan sebelumnya bernama Bank Indonesia Tani dan Nelayan. Setelah sebulan beroperasi, Bank Negara Indonesia didirikan di bawah pengawasan Penpres No. 17 Tahun 1965, yang bertujuan untuk mendirikan bank bernama Bank Negara Indonesia. Sebagai hasil konvensi penamaan baru, Bank Indonesia Urusan Koperasi, Tani, dan Nelayan (eks BKTN) kini dikenal sebagai Bank Negara Indonesia Unit II bidang Perdesaan, sedangkan NHM kini dikenal sebagai Bank Negara Indonesia Unit II bidang Ekspor Impor (Exim).). Sejak 1 Agustus 1992, status BRI berubah menjadi Perseroan Terbatas berdasarkan ketentuan Undang-undang Perbankan No. 7 Tahun 1992 dan ketentuan Peraturan Pemerintah RI No. 21 Tahun 1992. Menurut pemerintah, saat ini pemerintah Indonesia menggunakan BRI secara keseluruhan.

Pada tahun 2003, pemerintah Indonesia menyetujui penjualan 30 persen saham bank, yang menghasilkan pembentukan perusahaan publik bernama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk yang masih digunakan sampai sekarang. Anak perusahaan Bank Rakyat Indonesia antara lain Bank BRI Syariah, Bank BNI Agroniaga, BRI Life, Bri Remittance, Dana Reka Sekuritas, BRI Ventures dan BRINS, serta BRI Finance yang baru saja diluncurkan. BRINS, juga dikenal sebagai Asuransi Bringin Sejahtera Artamakmur, didirikan oleh BRI pada kuartal pertama tahun 2019 sebagai bagian dari rencana transisi dari asuransi tradisional ke asuransi modern. Pada periode 2020 hingga 2021, BRI menargetkan total penjualan sekitar Rp 18,65 miliar, total Rp 34,37 miliar.

Bank BRI Unit Kangean berdiri pada tanggal 15 Mei 2012, di pimpin oleh Bapak Ari, yang beralamatan di jalan Arjasa, kel Arjasa, Sumenep Jawa Timur. Untuk pertama kali Bank BRI hadir di masyarakat otomatis tidak mudah menyakinkan masyarakat untuk menjadi nasabah, yang mayoritasnya pengetahuan tentang perbankan sangat minim. Tapi dengan berjalannya waktu dan mengenalkan produk-produk pinjaman yang bisa membantu masyarakat untuk kebutuhan dan usahanya, sehingga bisa diterima oleh kalangan masyarakat.

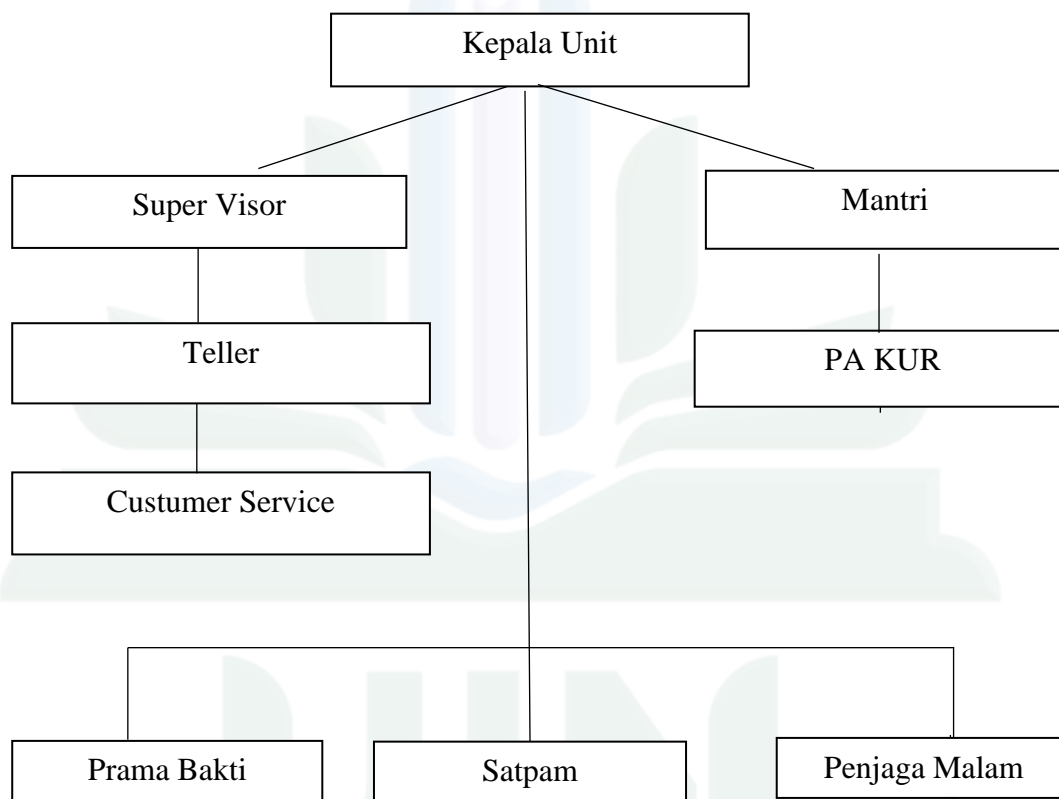
2. Visi dan misi Bank BRI

a. Visi

Menjadi The Most Valuable.

- b. Melakuakn kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada segmen mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.

3. Struktur Organisasi BRI Unit Kangean



4. Produk BRI Unit Kangean

a. Produk Pinjaman

1) Kredit Usaha Rakyat KUR

Kredit Usaha Rakyat (KUR) BRI merupakan salah satu jenis kredit BRI untuk usaha mikro, kecil dan menengah dengan bunga rendah untuk usaha mikro, kecil dan menengah. Pinjaman BRI-KUR diperuntukkan bagi masyarakat yang telah mendirikan

usaha dan telah menjalankan usaha minimal enam bulan. Saat ini ada tiga jenis KUR BRI yang bisa Anda pilih.:

a) KUR Mikro

Dengan jenis pinjaman ini, anda akan mendapatkan modal kerja atau investasi sebesar Rp25 juta per orang.

b) KUR TKI

Jenis pinjaman ini khusus diberikan kepada Tenaga Kerja (TK) sebagai modal awal pemberangkatan keluar negeri dengan maksimal kredit Rp25 juta per orang.

c) KUR Ritel

Dengan jenis pinjaman ini, anda akan mendapatkan kredit sebesar Rp25 juta hingga 500 juta dengan tenor maksimal 48 bulan.

2) Briguna

Ini adalah jenis pinjaman konsumen BRI yang dikenal sebagai KTA. Briguna yang dikenal dengan KTA merupakan salah satu jenis kredit konsumen BRI yang dikenal dengan KTA (Kredit Tanpa Agunan). Briguna menawarkan pinjaman tunai yang tersedia dalam tiga jenis pinjaman., yaitu:

a) Briguna Karya, sebuah jenis pinjaman yang ditujukan bagi para pegawai yang memiliki penghasilan tetap (*fixed income*).

b) Briguna Umum, jenis pinjaman yang diberikan kepada pensiunan.

c) Briguna Purma, jenis pinjaman yang ditujukan bagi anda yang penghasilannya dikirim melalui *payroll* BRI.

b. Produk Tabungan

1) Simpedes

Tabungan BRI Simpedes dikenal sebagai tabungan merakyat sejak dulu. Dengan jaringan kantor BRI yang tersebar di seluruh Indonesia, masyarakat yang lebih mudah untuk membuka tabungan ini.

a) Britama

Ini adalah alat untuk membantu mereka yang ingin perbankan lancar. Tabungan BRI Britama adalah salah satu contoh alat yang digunakan. Dalam situasi di mana Penyetoran dapat diberikan setiap hari dan frekuensi pelaksanaannya tidak dibahas, Saldo dapat digunakan untuk menekan dan menghilangkan munculnya berbagai Syarat. Nasabah akan dapat bertransaksi kapan saja, di mana saja berkat integrasi kemampuan perbankan elektronik BRI dan sistem online real-time, kata perusahaan.

B. Penyajian Data dan Analisis

Data pada bagian ini merupakan rangkuman hasil penelitian yang dilakukan dalam menanggapi suatu masalah tertentu dan analisis terhadap data yang relevan. Perlu dicatat bahwa dalam hal ini tim peneliti menggunakan teknik pengumpulan data seperti observasi, angket dan dokumentasi sebagai dasar pekerjaan mereka untuk menyelesaikan proyek. Tanggal hasil penelitian

yang berfokuskan kepada hasil penelitian akan disajikan secara satupersatu dalam satu persatu hal.

1. Strategi pemasaran dalam meningkatkan minat masyarakat minat sapapan terhadap produk perbankan pada Bank BRI unit kangean.

a. *Product* (produk)

Bapak Ari selaku kepala BRI Unit Kangean mengatakan:

“Produk yang tersedia di Bank BRI Unit Kangean diantaranya: produk pinjaman, produk tabungan, di produk tabungan itu ada Kredit Usaha Rakyat yang di sebut KUR dan Briguna, tapi yang paling diminati masyarakat itu adalah KUR dikarnankan lebih murah bunganya, dan karna KUR itu cuman 50 juta, kalau di atas 50 baru ke Simpedes, jadi masyarakat itu pembelajarannya di KUR dulu nanti kalua usahanya berkembang dan angsurannya bagus nanti baru diarahin ke simpedes”

Kemudian Bapak Sakti selaku super Vesor Bank BRI Unit Kangean mengatakan bahwa:

“Yang pertama itu ada produk simpan pinjam, yang ke dua asuransi, yang ketiga ada jasa perbankan, asuransi itu bisa asuransi kecelakaan, asuransi pendidikan, jasa itu bisa transaksi ke kantor dan melalui E-Channel ”

Dari hasil wawancara diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa sanya produk yang di tawarkan oleh Bank BRI Unit kangean sangat membantu masyarakat, hal ini bertujuan agar masyarakat yang ingin mempunyai usaha tapi tidak mempunyai uang maka ini sangat membantu masyarakat yang membutuhkan dengan cara meminjam uang terhadap Bank.

b. *Place* (Tempat)

Bapak Sakti selaku super visor BRI Unit Kangean mengatakan bahwa:

“kalau tempat itu dimana saja selagi itu strategis bagus untuk dijadikan tempat promosi ya oke oke aja.”

Kemudian Bapak Ari selaku kepala Cabang Kembali mengatakan:

“Pemasaran ini di lakukan di pasar-pasar, soalnya di pasar sebagai pusat perbelanjaan, pusat transaksi dan paling banyak orang, dan juga melakukan sosialisasi di pendopo”

Dari hasil wawan cara tersebut disimpulkan tempat mempromosikan produk adalah Pasar, dan mendatangi orang yang punya usaha, hal tersebut bertujuan supaya masyarakat dapat banyak mengenal, sehingga meskipun tidak mendatangi satu persatu masih dapat dikenal.

c. *Price* (Harga)

Bapak Ari selaku kepala cabang Kembali mengatakan:

“Kita ikut aturan pusat, aturan ojk”

Bapak Sakti selaku super vesor menjelaskan Kembali:

“bung aitu relative tergantung kebijakan pusat yang jelas tidak akan berbenturan dengan ketentuan yang di tetapkan pemerintah, ojk dan BI.”

d. *Promotion* (promosi)

Bapak Ari selaku kepala Bank BRI Unit kangean mengatakan bahwa:

“kalau Bank BRI kan BUMN artinya udah nasional, jadi promosi itu udah banyak di setiap kota jadi udah banyak di kenal masyarakat maksudnya banyak yang tahu, melalui iklan, TV. Ikut di pusat.”

Bapak Sakti selaku Super Vesor BRI Unit Kangean mengatakan bahwa:

“untuk pemasaran kami itu ada CSR jadi kita kerja sama dengan instansi yang terkait, contohnya kecamatan dengan pihak petani itu kita memberikan apa yang dibutuhkan masyarakat, melalui umbul-umbul, bener,”

Kemudian Bapak Sakti mengatakan Kembali:

“Kitakan punya pekerja lapangan itu mereka yang melakukan promosi kemasyarakat dengan produk-produk.”

Dari hasil wawan cara tersebut bertujuan untuk memperkenalkan produk dan menarik nasabah, kegiatan promosi yang dilakukan dengan cara melalui orang-orang terdekat dikarenakan dipedesaan yang tidak mungkin melakukan promosi online yang kemungkinan besar akan lambat dikarenakan permasalahan dari segi sinyal atau jaringan yang tidak memungkinkan para agen untuk melancarkannya.

2. Minat Masyarakat Pulau Sapapan Terhadap Produk yang Ditawarkan oleh Bank BRI Unit Kangean.

Ibu Latifa selaku nasabah Bank BRI Unit Kangean mengatakan:

“Karena kita punya akses terbatas untuk kepusat kecamatan untuk melakukan transaksi keuangan, sementara hal itu menjadi kebutuhan kita disini. Dimana keluarga, adik-adik banyak yang merantau untuk bekerja keluar negeri, jadi banyak transaksi yang dibutuhkan seperti pengiriman dan penerima uang. Karna Bank BRI punya BRIMO yang memudahkan kita disini melakukan transaksi keuangan, jadi hal itu yang membuat kita khususnya saya sendiri meminta produk perbankan ini.²¹

Ibu Nia selaku nasabah Bank BRI unit Kangean mengatakan:

“Kalau saya jadi nasabah karna meminjam modal usaha. Tujuannya ya untuk mengembangkan usaha saya, yang biasa dagangan cuma modal 25 juta, setelah meminjam dana ke bank

²¹ H. Askan, *Wawancara*, Sumenep, 16 September 2021

BRI, modal dagangan jadi bertambah 50 juta. Dengan begitu, dagangan saya jadi tambah banyak dan penghasilan pun meningkat. Enaknya juga bunganya kecil”²²

Ibu Suarna selaku nasabah Bank BRI Unit Kangean mengatakan:

“Saya cong pinjam uang ke bank buat modal dagangan. Kemarin sempat kekurangan modal, jadi pinjam ke Bank BRI. Alhamdulillah sekarang dagangan jadi banyak”²³

Dari hasil wawancara tersebut, peneliti dapat menyimpulkan bahwa, alasan masyarakat Sapapan berminat terhadap produk perbankan yakni karena Bank BRI Unit Kangean menawarkan produk perbankan yang dapat diakses dimana saja tanpa harus dating ke kantor cabang. Dan juga masyarakat sangat berminat terhadap produk pinjaman yang digunakan untuk modal usaha dengan bunga yang rendah.

C. Pembahasan Temuan

1. Strategi pemasaran Bank BRI Unit Kangean dalam meningkatkan minat masyarakat Sapapan terhadap produk perbankan.

Berdasarkan dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti terkait strategi pemasaran produk perbankan dalam meningkatkan minat masyarakat sapapan terhadap produk yang ditawarkan Bank BRI Unit Kangean adalah:

- a. Produk (Product)

Produk yang tersedia cukup beragam, baik itu jenis simpan pinjam, asuransi. Produk ini sudah pasti ada ketentuan ketentuannya

²² Nia, *Wawancara*, Sumenep, 17 September 2021

²³ Suarna, *Wawancara*, Sumenep, 17 September 2021

ada pelayanan yang baik dari Bank yang terkait agar dapat diterima oleh masyarakat atau nasabah.

b. Tempat (Place)

Tempat kegiatan promosi secara offline adalah pasar, atau tempat keramaian, hal ini dilakukan bertujuan supaya banyak dikenal oleh masyarakat. Sehingga meskipun tidak dilakukan online masyarakat masih bisa mengenalnya.

Dari fakta diatas ada keterkaitan dengan buku Tengku Firli Musfar yaitu, suatu perusahaan harus mendistribusikan suatu produk ke tempat yang nantinya mudah untuk diakses oleh pembeli seperti halnya pusat keramaian dan lainnya. Kemudian strategi tempat yang dilakukan oleh Bank BRI Unit Kangean tempat keramaian pasar, dan sebagaimana Bank BRI memasarkan produknya.

c. Harga (price)

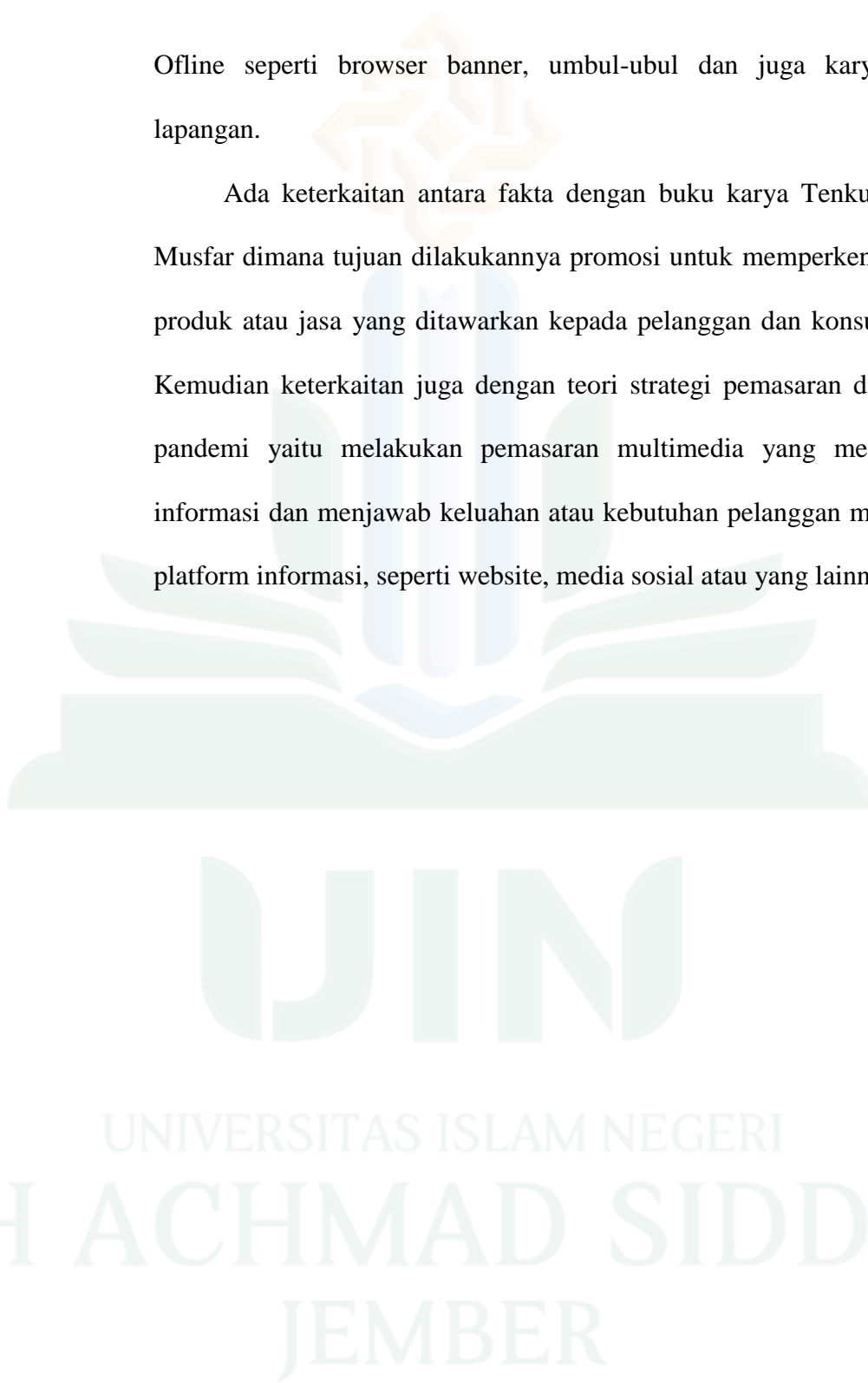
Harga atau suku bunga yang ditawarkan oleh Bank BRI Unit kangean sudah sesuai dengan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan juga BI Bank Indonesia, yang sudah diatur oleh pemerintah sehingga sesuai dengan undang-undang atau ketentuan yang ada.

d. Promosi (promotion)

Kegiatan promosi ini dilakukan oleh semua marketing yang ada bertujuan supaya banyak yang mengenal produk perbankan dan untuk menarik nasabah. Kegiatan promosi ini dilakukan online dan offline, Online seperti iklan-iklan melalui TV dan lain sebagainya. Kalau

Offline seperti browser banner, umbul-ubul dan juga karyawan lapangan.

Ada keterkaitan antara fakta dengan buku karya Tenku Firlis Musfar dimana tujuan dilakukannya promosi untuk memperkenalkan produk atau jasa yang ditawarkan kepada pelanggan dan konsumen. Kemudian keterkaitan juga dengan teori strategi pemasaran dimasa pandemi yaitu melakukan pemasaran multimedia yang memberi informasi dan menjawab keluhan atau kebutuhan pelanggan melalui platform informasi, seperti website, media sosial atau yang lainnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka penulis dapat menyimpulkan bahwa:

1. Strategi pemasaran dalam meningkatkan minat masyarakat sapapan terhadap produk perbankan pada Bank BRI unit kangean.

Strategi pemasaran dalam meningkatkan minat masyarakat Pulau Kangean terhadap produk perbankan pada bank BRI Unit Kangean yakni menggunakan Strategi bauran pemasaran 4P (Produk, Harga, Tempat, dan promosi) dimana, produk yang di tawarkan oleh BANK BRI unit Kangean berupa simpan, pimjam, asuransi dan paling banyak diminati masyarakat adalah produk pinjaman yaitu Kredit Usaha Rakyat (KUR). Tempat pemasaran produk Bank BRI unit Kangean adalah fleksibel bisa dimana saja yang terpenting banyak masyarakat, terlebih di pusat-pusat transaksi seperti pasar. Bank BRI unit Kangean dibantu oleh instansi pemerintah dan pegawai lapang dalam menyalurkan promosi produk perbankan. Harga yang ditawarkan oleh Bank BRI unit Kangean yaitu, sesuai denga napa yang telah ditetapkan oleh pusat. Promosi dibantu oleh instansi pemerintahan dan juga pekerja lapang yang kemudian informasi-informasi dari Bank BRI Unit Kangean dapat tersalurkan kepada masyarakat.

2. Minat Masyarakat Dusun Sapapan Pulau Kangean Terhadap Produk yang Ditawarkan oleh Bank BRI Unit Kangean.

Masyarakat Sapapan berminat terhadap produk perbankan yakni karena Bank BRI unit Kangean menawarkan produk perbankan yang dapat diakses dimana saja tanpa harus datang ke kantor cabang. Dan juga masyarakat sangat berminat terhadap produk pinjaman yang digunakan untuk modal usaha dengan biaya yang rendah.

B. Saran

1. Melakukan promosi dan sosialisasi mengenai produk perbankan yang lebih intens pada masyarakat pulau Sapapan.
2. Merekrut lebih banyak Agen BRI Link.
3. Memberikan akses kemudahan untuk masyarakat Sapapan berupa tersedianya Anjungan Tunai Mandiri (ATM) yang lebih dekat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhifni, Reni A. 2019. *Factor-faktor Penyebab Kurangnya Minat Masyarakat Menabung di Lembaga Keuangan Mikro Syariah*. Jurnal Syarikah. Vol No. 1.
- Atmoko, T. Prasetyo Hadi. 2018. *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta*. (Journal of Indonesia Tourism, Hospitality and Recreation---Volume 1, Nomor 2.
- Askan. 2021. *Stategi Pemasaran Bank BRI Unit Kangean dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Sapapan terhadap Produk Perbankan*. Hasil Wawancara Pribadi: 15 September 2021. Agen BRI Link.
- B, Ria Saputri. 2018. *Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Unit Batu Raya*. Skripsi : UIN Alaudin Makassar.
- Dosenpendidikan, “*Pengertian Strategi Menurut Para Ahli*” <https://www.dosenpendidikan.co.id/strategi-adalah/> (03 April 2021).
- https://id.m.wikipedia.org/wiki/Strategi_pemasaran (04 April 2021)
- Isfahani, Evi. 2018. *Strategi Pemasaran Dan Promosi Produk Simpel iB Di PT. BPRS Saka Dana Mulia Kudus*. Skripsi : UIN Walisongo Semarang.
- Kasmir. 2017. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- “Kepulauan Kangean”, https://id.m.wikipedia.org/wiki/kepulauan_kangean (03 April 2021)
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: erlangga Ed-13.
- KPR Academy, “*Definisi, Fungsi dan Produk Bank yang Sering Kamu Gunakan*” <https://kpracademy.com/article/definisi-fungsi-dan-produk-bank-yang-sering-kamu-gunakan.html> (15 Juni 2021)
- Kusuma, Ari Marta. 2021. *Stategi Pemasaran Bank BRI KCP Unit Kangean dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Sapapan terhadap Produk Perbankan*. Hasil Wawancara Pribadi: 15 September 2021. Kantor Bank BRI Unit Kangean.
- Latifa. 2021. *Minat Masyarakat Sapapan Terhadap Produk Bank BRI Unit Kangean*. Hasil Wawancara Pribadi: 16 September 2021. Dusun Sapapan.

- Lestari, Riski Eka. 2020. *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabrur Junior Di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung*. Skripsi: IAIN Metro.
- Mamik. 2015. *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Marcelino, Dicky. 2019. *Strategi Bank Syariah Mandiri Dalam Meningkatkan Pemahaman Tentang Produk Pembiayaan Mudharobah (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Karanganyar Curup Tengah, Kabupaten Rejang Lebung*. Skripsi : IAIN Bengkulu.
- Moh Tamimi, “*Begini Warga Pulau Bungin Nyarat dan Sapapan Penuhi Air Bersih dan Energi*”, <https://www.mongabay.co.id/2020/12/11/begini-warga-pulau-bungin-nyarat-dan-energi/> (03 April 2021)
- Mutmainna, Ismi. 2020. *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Market Share Pada Produk Di BRI KCP Pinrang*. Skripsi : UIN Alauddin Makassar.
- Nia. 2021. *Minat Masyarakat Sapapan Terhadap Produk Bank BRI Unit Kangean*. Hasil Wawancara Pribadi: 16 September 2021. Dusun Sapapan.
- “*Pengertian Produk: Jenis, Tingkatan, dan Konsep Produksi Menurut Ahlinya*”, <https://accurate.id/bisnis-ukm/pengertian-produk/> (04 April 2021).
- Pertiwi, Desy Putri. 2017. *Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan IB Hasanah di PT Bank Negara Indonesia Syariah*.
- Rahmannisa, Maulida Zulfa. 2018. *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan iB Tasya Haji Baitullah Di BPRS Suriyah Cabang Kudus*. Skripsi: UIN Walisongo Semarang.
- Sakti. 2021. *Stategi Pemasaran Bank BRI Unit Kangean dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Sapapan terhadap Produk Perbankan*. Hasil Wawancara Pribadi: 15 September 2021. Kantor Bank BRI KCP Unit Kangean.
- Sekretariat Negara RI, Undang-undang Nomer 10 Tahun 1998 tentang Perbankan.
- Situmorang, Eka Widya Alvionita. 2019. *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Nasabah Produk Tabungan Impian Pada Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP. Tebing Tinggi*. Skripsi : UIN Sumatera Utara Medan.
- Suarna. 2021. *Minat Masyarakat Sapapan Terhadap Produk Bank BRI KCP Unit Kangean*. Hasil Wawancara Pribadi: 16 September 2021. Dusun Sapapan.

- Tamara, Angelica. 2016. Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* Vol. 4 No.3, Edisi Khusus Pemasaran & Keuangan.
- Tim Penyusun. 2017. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember : IAIN Jember Press.
- Wibowo, Dimas Hendika, Zainul Arifin & Sunarti. 2015. *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM, Studi pada Batik Diajeng Solo*.
- Wibowo, Eko Arianto. 2015. *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Berjangka Pada Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Ciputat*. Skripsi : UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Windasari, Risa. 2018. *Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Mikro25B BRI Syariah KC Semarang*. Skripsi: UIN Walisongo Semarang.
- Wulandari, Febriana Eka. 2017. *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bumi Arta Sampang, Sampang Cilacap*. Skripsi : IAIN Purwokerto.
- Zuriah, Nurul. 2009. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Humaidi

NIM : E20171128

Prodi : Perbankan

Fakultas : Ekonomi dan bisnis Islam

Institusi : Univesitas Islam Negeri KH. Achmad Siddiq

Menyatakan Dengan Sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul "*Strategi Pemasaran Bank BRI KCP Unit Kangean Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Sapapan Terhadap Produk Perbankan*" adalah benar-benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang telah disebutkan sumbernya. Apabila dapat kesalahan di dalamnya maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Sumenep, 4 Oktober 2021



Ahmad Humaidi
NIM: E20171128

Matrik Penelitian

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metodelogi Penelitian	Fokus Penelitian
Strategi Pemasaran Bank BRI KCP Unit Kangean dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Sapapan terhadap Produk Perbankan	<p>A. Strategi Pemasaran Bank BRI KCP Unit Kangean</p> <p>B. Minat Masyarakat Sapapan terhadap Produk Perbankan</p>	<p>1. Strategi Pemasaran</p> <p>2. Produk Perbankan</p>	<p>a. Produk</p> <p>b. Tempat</p> <p>c. Harga</p> <p>d. Promosi</p> <p>a. Tabungan</p> <p>b. Deposito</p> <p>c. Giro</p> <p>d. Pinjaman</p>	<p>Informan:</p> <p>a. Kepala Bank BRI KCP Unit Kangean</p> <p>b. Supervisor Bank BRI KCP Unit Kangean</p> <p>c. Agen BRI Link</p> <p>d. Nasabah Bank BRI KCP Unit Kangean</p> <p>Kepustakaan:</p> <p>a. Buku</p> <p>b. Jurnal</p> <p>c. Artikel</p> <p>d. Website</p>	<p>1. Pendekatan dan Jenis penelitian:</p> <p>➤ Kualitatif Deskriptif</p> <p>2. Teknik Pengambilan Sampel</p> <p>➤ <i>Purposive Sampling</i></p> <p>3. Metode Pengumpulan Data:</p> <p>a. Observasi</p> <p>b. Wawancara</p> <p>c. Dokumentasi</p> <p>4. Teknik Analisis Data</p> <p>a. Reduksi Data</p> <p>b. Penyajian Data</p> <p>c. Verifikasi</p> <p>5. Keabsahan Data</p> <p>➤ Triangulasi Sumber</p>	<p>1. Bagaimana Strategi Pemasaran yang Dilakukan Oleh Bank Bri Kcp Unit Kangean dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Sapapan terhadap Produk Perbankan?</p> <p>2. Bagaimana Minat Masyarakat Pulau Sapapan Terhadap Produk yang Ditawarkan oleh Bank BRI KCP Unit Kangean?</p>

PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana sejarah berdirinya Bank BRI KCP Unit Kangean?
2. Bagaimana strategi Pemasaran Bank BRI KCP Unit Kangean?
 - a. Produk apa saja yang ditawarkan untuk meningkatkan minat masyarakat Pulau Sapapan?
 - b. Bagaimana Harga atau bunga yang ditawarkan?
 - c. Bagaimana cara Bank BRI KCP Unit Kangean dalam mempromosikan kepada Masyarakat atau calon nasabah?
 - d. Dimana saja biasanya Bank BRI KCP Unit Kangean dalam mempromosikan produk Perbankan?
3. Bagaimana minat masyarakat Pulau Sapapan terhadap Produk Bank BRI KCP Unit Kangean?
 1. Alasan apa yang membuat tertarik untuk menjadi nasabah Bank BRI KCP Unit Kangean?
 2. Produk perbankan apa saja yang diminati masyarakat Pulau Sapapan?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Lokasi Penelitian: Jl. Arjasa, Kelurahan Arjasa, Kabupaten Sumenep, Jawa Timur, 69491.

No	Hari/Tanggal	Jadwal Kegiatan	Ttd
1.	Senin, 13 September 2021	Konsultasi proposal sekaligus memasukkan surat izin penelitian	
2.	Rabu, 15 September 2021	Wawancara ke Kepala bank BRI KCP Unit Kangean	
3.	Kamis, 16 September 2021	Wawancara ke Super Visor BRI KCP Unit Kangean	
4.	Jumat, 17 September 2021	Wawancara ke Agen BRI Link KCP Unit Kangean	
5.	Sabtu, 18 September 2021	Wawancara ke Nasabah BRI KCP Unit Kangean	
6.		Meminta surat selesai penelitian	



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

SURAT KETERANGAN

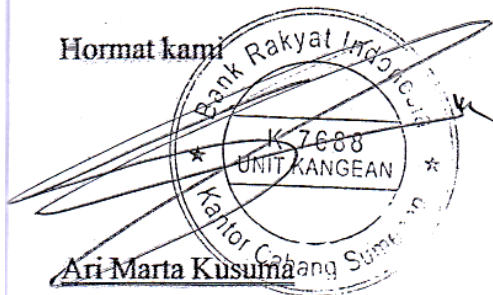
Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa:

Nama : Ahmad Humaidi
NIM : E20171128
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Lembaga : Universitas Islam Negeri KH. Achmad Siddiq Jember

Telah melaksanakan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Bank BRI KCP Unit Kangean Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Sapapan Terhadap Produk Perbankan”. Demikian surat keterangan ini dibuat agar digunakan sebagaimana mestinya.

Sumenep, 21 September 2021

Hormat kami



Ari Marta Kusuma

Kepala Bank BRI Kangean

DOKUMENTASI



Dokumentasi setelah wawancara dengan Kepala Bank BRI KCP unit Kangean



Wawancara dengan Supervisor Bank BRI KCP Unit Kangean



Bank BRI KCP Unit Kangean



Agen BRI LINK



Wawancara dengan Nasabah Bank BRI KCP Unit Kangean di Dusun Sapapan



Wawancara dengan Nasabah Bank BRI KCP Unit Kangean di Dusun Sapapan

BIODATA PENULIS



A. Data Pribadi

Nama : Ahmad Humaidi
NIM : E20171128
Tempat Tanggal Lahir : Sumenep, 21 Januari 1999
Alamat : Dusun Sapapan RT/RW 003/00 Desa Saobi, Kecamatan Kangayan, Kabupaten Sumenep, Jawa Timur
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Perbankan Syariah
Email : Umaid259@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

TK : TK Darul Ulum Sapapan
SD : SD Negeri Saobi 3
SMP/MTs : MTs Nurul Jadid Sumber Anyar
Mlandingan
SMA/MA : MA Nurul Jadid Sumber Anyar
Mlandingan
Perguruan Tinggi : UIN KH. Achmad Shiddiq

C. Pengalaman Organisasi

- a. OSIS MA Nurul Jadid
- b. Anggota PMII Rayon FEBI