

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK BANK
MELALUI PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DI PT.
BSI KC SIMEULUE**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi
Perbankan Syariah*

Oleh :

MARIA SASMITA

NPM : 1901270026



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur pada Allah Swt. atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya diberi kesempatan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi saya. Alhamdulillah saya panjatkan syukur kepada Allah SWT, serta support dari keluarga yang selalu memberikan doa dan semangat, sehingga skripsi saya ini dapat terselesaikan dengan baik.

Untuk karya yang sederhana ini, maka saya persembahkan untuk:

Ayahanda Rajudin dan Ibunda Warna

Sebagai terima kasih yang tiada terhingga saya persembahkan karya kecil ini kepada kedua orang tua yang telah membesarkan dan memberikan kasih sayang, dukungan, ridho dan cinta kasih yang luar biasa dan tiada terhingga yang mungkin tidak dapat saya balas hanya dengan selembar kertas. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat ayah dan ibu bahagia dan bangga.

Abang dan kedua Kakak ku, AL- Ihsan, Risnawani dan Maria Novita
Sebagai tanda terimakasihku, kupersembahkan karya kecil ini untuk abang dan kedua kakak ku tersayang.

*Tetapalah menjadi dirimu sendiri tidak perlu membuat
dirimu seperti orang lain.*

PERNYATAAN ORISINALITAS



Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Maria Sasmita
NPM : 1901270026
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul: **Analisis Strategi Pemasaran Produk Bank Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi Di PT BSI KC Simeulue** merupakan karya asli saya. Jika kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil dari plagiarism maka saya bersedia ditindak dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, Agustus 2023

Yang menyatakan



Sasmita
MARIA SASMITA

NPM: 1901270026

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK BANK
MELALUI PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DI PT.
BSI KC SIMEULUE**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi
Perbankan Syariah*

Oleh :

Maria Sasmita
NPM : 1901270026

Program Studi Perbankan Syariah

Pembimbing



Uswah Hasanah

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**

PERSETUJUAN

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK BANK
MELALUI PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DI PT.
BSI KC SIMEULUE**

Oleh:

MARIA SASMITA

NPM : 1901270026

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi

Medan, Agustus 2023

Pembimbing



Uswah Hasanah, S.Ag.MA

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2023

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (tiga) Exemplar
Hal : Skripsi

Medan, 25 Agustus 2023

**Kepada Yth: Bapak Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Di
Medan**

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi mahasiswa **Maria Sasmita** yang berjudul "**Analisis Strategi Pemasaran Produk Bank Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi Di BSI KC Simeulue**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan di ajukan pada sidang Munaqasah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Demikianlah kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing



Uswah Hasanah

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini disusun oleh

NAMA MAHASISWA : Maria Sasmita
NPM : 1901270026
PROGRAM STUDI : Perbankan Syariah
JUDUL SKRIPSI : Analisis Strategi Pemasaran Produk Bank Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi Di PT Bank BSI KC Simeulue.

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi


Medan, Agustus 2023

Pembimbing



Uswah Hasanah, S.Ag.MA

DI SETUJUI OLEH:
KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Rahmayati, SE.I, M.EI

Medan,
Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA



Unggul | Terpercaya

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



Telah selesai di berikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setujui untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh :

NAMA MAHASISWA : Maria Sasmita
NPM : 1901270026
PROGRAM STUDI : Perbankan Syariah
JUDUL SKRIPSI : Analisis Strategi Pemasaran Produk Bank Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi Di PT Bank BSI KC Simeulue.

Medan, Agustus 2023

Pembimbing

Uswah Hasanah, S.Ag.MA

DI SETUJUI OLEH:
KETUA PROGRAM STUDI

Dr. Rahmayati, SE.I, M.EI

Dekan,

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

BERITAACARA PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas
Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama Mahasiswa : Maria Sasmita
NPM : 1901270026
Program Studi : Perbankan Syari'ah
Semester : VIII
Tanggal Sidang : 14/09/2023
Waktu : 09.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. Rahmayati, SE.I, M.EI
PENGUJI II : Selamat Pohan, S.Ag, MA



PANITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib

Dr. Zailani, MA



Unggul | Cerdas | Berdaya

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN
KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor : 158 th. 1987

Nomor : 0543bJU/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fenom konsonan Bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	S	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	T	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	‘	Komater balik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2 Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ	Fathah	A	A
إِ	Kasrah	I	I
أُ	Dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
أَـ /	Fathah dan ya	Ai	a dan i
أَـ و /	Fathah dan waw	Au	a dan u

Contoh :

- Kataba : كتبة
- Fa'ala : فعم
- Kaifa : كيف

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أَـ /	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
إَـ /	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
أَـ و	Fathah dan waw	Au	a dan u

Contoh :

- qala : قال
- rama : ياز
- qila : قيم

d. Ta marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua :

1) *Ta marbutah* hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat *fatah*, *kasrah* dan *amah*, transliterasinya (t).

2) *Ta marbutah* mati

Ta marbutah yang mati mendapat harkat *sukun*, transliterasinya adalah(h).

3) Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh katayang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata ituterpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh :

- raudah al-atfal – raudatul atfal : لزواجالطفا
- al-Madinahal - munawwarah : انديهاالووج
- talhah : طلحج

e. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau tasydid yang pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda tasydid tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh :

- rabbana : رَبَّنَا
- nazzala : نَزَّلَ
- al-birr : البِرِّ

- al-hajj : احد
- nu‘ima ; عى

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1) Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiyah di transliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah di transliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

- ar-rajulu : انسجم
- as-sayyidatu : انسدج
- asy-syamsu : انشس
- al-qalamu : انقهى
- Jalalu : انجالم

g. Hamzah

Dinyatakan didepan bahwa hamzah di transliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

- ta'khuzuna : تاخذون
- an-nau' : انىء
- syai'un : شىء
- inna : اء
- umirtu : اىست
- akala : اكم

h. Penulisan Kata

pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* (kata benda), maupun *huruf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harkat* yang dihilangkan, maka dalam transliterasinya ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana itu di dahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh :

- Wa mamuhammadunillarasul
- Inna awwalabaitnwudi'alinnasilalazibibakkatamubarakan.
- Syahru Ramadan al-lazunazilafihi al-Qur'anu
- Walaqadra'ahubilufuq al-mubin
- Alhamdulillahirabbil-amin

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisannya itu disatukan dengan

kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan.

Contoh :

- Nasrunminallahi wafathunqariib

- Lillahi al-amrujami'an

- Wallahubikullisyai'in „alim

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu tajwid.

ABSTRAK

Maria Sasmita, 1901270026. Analisis Strategi Pemasaran Produk Bank Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi di PT. BSI KC Simeulue. Pembimbing Uswah Hasanah, S.Ag.MA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara terperinci mengenai hal-hal yang mengenai Strategi Pemasaran produk bank melalui pemanfaatan teknologi informasi secara efektif dan menyeluruh di PT. BSI Kantor Cabang Simeulue. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif berupa wawancara dengan narasumber. Hasil penelitian berupa wawancara terhadap pihak bank BSI di mana dapat peneliti katakan bahwa dengan menerapkan beberapa strategi pemasaran produk bank dan melalui pemanfaatan teknologi informasi pada bank perlu di terapkan kepada nasabah sehingga tidak terjadi masalah yang sering dialami oleh nasabah saat menggunakan aplikasi Mobile Banking sering mengalami gangguan. Oleh karena itu perlu adanya strategi pemasaran produk bank melalui pemanfaatan teknologi informasi agar dapat dilakukan dengan efektif. Analisis strategi pemasaran produk yang dilakukan bank adalah dengan memadukan komponen-komponen yang ada pada marketing mix yaitu strategi promosi, strategi produk, strategi harga dan strategi service, selain itu Adapun kendala yang dihadapi nasabah pihak bank BSI KC Simeulue akan memberikan solusi berupa arahan dan membantu nasabah sehingga dapat menyelesaikan kendala yang dihadapi oleh nasabah tersebut, bank juga memberikan pelayanan terbaik kepada nasabahnya. bank telah melakukan nya dengan maksimal selanjutnya juga menggunakan teknologi informasi yang dapat di pahami oleh nasabah dan sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Kata Kunci : Analisis Strategi , Pemasaran Produk, Teknologi Informasi

ABSTRACT

Maria Sasmita, 1901270026. Analysis of Marketing Strategy for Bank Products Through Utilization of Information Technology at PT. BSI KC Simeulue. Uswah Hasanah Advisor, S.Ag.MA.

This study aims to find out in detail about matters relating to the Marketing Strategy of bank products through the effective and comprehensive use of information technology at PT. BSI Simeulue Branch Office. The research method used in this study is a descriptive qualitative research method in the form of interviews with informants. The results of the research are in the form of interviews with BSI banks where researchers can say that by implementing several bank product marketing strategies and through the use of information technology at the bank it needs to be applied to customers so that there are no problems that are often experienced by customers when using the Mobile Banking application which often experience interruptions. Therefore it is necessary to have a marketing strategy for bank products through the use of information technology so that it can be carried out effectively. Analysis of the product marketing strategy carried out by the bank is to combine the components in the marketing mix, namely promotion strategy, product strategy, price strategy and service strategy. In addition, the constraints faced by customers of the BSI KC Simeulue bank will provide solutions in the form of directions and assistance customers so that they can solve the problems faced by these customers, the bank also provides the best service to its customers. the bank has done it to the maximum and then also uses information technology that can be understood by customers and according to customer needs.

Keywords: Strategy Analysis, Product Marketing, Information Technology

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah Rabbil Alamin. Dengan ini penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya penulis masih diberikan kesehatan jasmani maupun rohani sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.

Skripsi ini disusun berdasarkan Tempat yang dilaksanakan pada PT. BSI KC Simeulue sampai selesai.

Terima kasih atas bantuan dan dukungan semua pihak yang telah membantu penulisan laporan skripsi ini, khususnya untuk keluarga dan teman-teman penulis. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Ayahanda Rajudin dan Ibunda Warna yang senantiasa memberikan dukungan, perhatian seta doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan dan menyusun laporan Proposal ini.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc.Prof. Dr.Muhammad Qorib, MA selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Dr. Rahmayati, SE.I, M.EI selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Uswah Hasanah, S.Ag.MA selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang banyak membantu saya untuk menyelesaikan Laporan Skripsi ini.
6. Seluruh Staff Dosen pengajar dan Biro Akademik Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak menjadi peran dalam masa studi penulis selama ini.

7. Rekan-rekan Mahasiswa Angkatan 2019 Fakultas Agama Islam Program Studi Perbankan Syariah kelas A1-Pagi.

Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi pembaca terkhusus kepada penulis. Dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritik, saran dan masukan yang bersifat membangun dari pembaca demi kesempurnaan laporan ini.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Medan, Agustus 2023

Penulis



Maria Sasmita

1901270026

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORITIS	8
A. Kajian Pustaka	8
1. Strategi Pemasaran	8
a. Pengertian Strategi	8
b. Pengertian Pemasaran	9
c. Nilai- Nilai Pemasaran	10
d. Pemasaran Syariah	11
e. Marketing Mix.....	12
2. Produk Bank Syariah.....	14
a. Pengertian Produk Bank.....	14
b. Kegiatan Usaha Dalam Produk Bank.....	16
3. Teknologi Informasi Perbankan	16
a. PengertianTekhnologi Informasi.....	16
b. Pemanfaatan Teknologi Informasi	16
c. Jenis-jenis Teknologi Informasi	17
B. Kajian Penelitian terdahulu	17
C. Kerangka Pemikiran.....	22

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
A. Pendekatan Penelitian.....	23
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	24
C. Sumber Data Penelitian	25
D. Teknik Pengumpulan Data	25
E. Teknik Analisis data	26
F. Teknik keabsahan data	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	28
A. Deskripsi Penelitian.....	28
1. Sejarah Bank Syariah Indonesia (BSI).....	28
2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia	29
3. Logo bank syariah Indonesia	29
4. Nilai Perusahaan	30
5. Produk – Produk bank di PT BSI KC Simeulue	31
6. Struktur Organisasi PT. BSI KC Simeulue	47
B. Hasil penelitian	54
1. Wawancara dengan pimpinan BSI KC Simeulue	54
C. Pembahasan	
1. Strategi Pemasaran Produk Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi di Bank PT. BSI KC Simeulue.....	56
BAB V PENUTUP	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul Tabel	Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1	Waktu Penelitian	24
Tabel 4.1	Struktur Organisasi PT. BSI KC Simeulue	47

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul Tabel	Halaman
Gambar 2.2	Bagan Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 4.1	Logo Bank Syariah Indonesia (BSI)	30

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan Syariah adalah bank yang kegiatan atau operasionalnya sangat mengedepankan pada hukum Islam, di dalam kegiatan bank tidak memberatkan nasabah atau tidak membebankan bunga kepada nasabah. Imbalan atau bagi hasil yang akan diterima oleh bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad perjanjian antara pihak bank dan pihak nasabah. Perbankan syariah menjadi salah satu target pangsa pasar umat Islam yang berlandaskan hukum-hukum syariah. (Amalina et al., 2023)

Bank islam atau biasa dikenal dengan bank syariah adalah lembaga keuangan atau perbankan yang kegiatan operasional dan produknya dijalankan berdasarkan pada AlQuran dan hadist. Dengan kata lain, bank islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya menghimpun dana, memberikan pembiayaan, sebagai lalu lintas pembayaran, dan peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip dalam hukum islam.(Anggraini & Sudharyati, 2022)

Bank Syariah Indonesia merupakan lembaga keuangan syariah yang diperlukan oleh masyarakat karena Bank Syariah sistemnya mendorong kerjasama antara pihak Bank Syariah dengan nasabah dalam kemaslahatan, keseimbangan dan keadilan. Bank syariah berperan sebagai lembaga pembiayaan atau investasi kepada masyarakat. Selain itu juga dengan memperoleh pembiayaan di Bank Syariah, nasabah akan merasa aman tidak perlu khawatir memikirkan jumlah uang beserta beban bunga yang harus dikembalikan.(Pradesyah, 2019)

Penerapan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan-kegiatan usaha bank dengan sistem bagi hasil merupakan hal yang fundamental. Di sinilah letak perbedaan mendasar antara bank konvensional dengan bank Islam, terutama yang berkaitan dengan praktik riba.(Suwiknyo, 2010)

Sebagaimana dalam hadis Rasulullah SAW yang (Artinya: ”Dari Shalih bin Shuhaib r.a. bahwa Rasulullah SAW bersabda ”tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkatan. Jual-beli secara tangguh, muqaradhah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah bukan untuk dijual” (HR Ibnu Majah) Bagi keuntungan atau bagi hasil merupakan ciri utama bagi lembaga keuangan tanpa bunga/Bank Islam.

Dinamakan lembaga keuangan bagi hasil oleh karena sesungguhnya lembaga ini memperoleh keuntungan dari apa yang dihasilkan dari upayanya mengelola dana pihak ketiga. Nisbah bagi hasil merupakan faktor penting dalam menentukan bagi hasil di bank syariah. Sebab aspek nisbah merupakan aspek yang disepakati bersama antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi. (Suhendi, 2002)

Menurut Rudy Haryanto (2020) menyatakan bahwa salah satu produk bank syariah adalah produk pembiayaan, yang mana produk ini menerapkan prinsip bagi hasil (mudharabah). Mudharabah merupakan akad perjanjian kerja sama yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dimana pihak pertama bertindak sebagai pemberi modal sedangkan pihak kedua bertindak sebagai pengelola modal sehingga pada saat memperoleh keuntungan, keuntungan tersebut akan dibagi antara pihak pertama dan kedua sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati bersama diawal perjanjian.

Adapun lembaga yang menjual jasa keuangan disebut dengan bank. Menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 dalam Thamrin Abdullah (2017), bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit.(Anggraini & Sudharyati, 2022)

Penggunaan teknologi informasi oleh BSI di seluruh Indonesia mengalami peningkatan, terbukti sebagian besar nasabah memiliki Internet Banking maupun BSI Mobile dan yang lainnya dengan tujuan untuk meningkatkan market share/ pangsa pasar. Semua itu tidak terlepas oleh usaha atau taktik perbankan syariah

dalam meningkatkan teknologi informasi agar memudahkan nasabah dalam bertransaksi dan akan terus menggunakan jasa perbankan syariah.(Amalina et al., 2023)

Perkembangan Teknologi informasi terus berkembang, terlebih Indonesia telah menginjak era industry 4.0 yaitu era digital. Bank perlu melakukan pembaharuan teknologi, karena sejatinya perubahan teknologi sangat mempengaruhi gaya hidup nasabah, terlebih kini nasabah tentu menginginkan layanan yang mudah, cepat, dan murah. Teknologi tentunya sarana untuk menjadikan pekerjaan lebih efisien dan efektif. Dampak dari teknologi yaitu mudahnya mengakses informasi. Tujuan bank bukan hanya menjual produk dan jasanya, kini bank perlu memberikan pelayanan prima kepada nasabah untuk mempertahankan bahkan meningkatkan jumlah nasabah. Konsep pemasarannya bukan product oriented lagi melainkan customer oriented.

Kemunculan dunia keuangan syariah kini menjadi incaran masyarakat seiring berkembangnya literasi dan inklusi keuangan syariah khususnya perbankan syariah. Hal ini tercermin dari peringkat dalam laporan Global Islamic Finance Report (GIFR) 2019 lalu, Indonesia menempati urutan pertama dalam pasar keuangan syariah global yang sebelumnya berada pada peringkat 6 di 2018 (CNN Indonesia, 2019). Pada sektor perbankan syariah, market share telah mencapai 6.01% sampai dengan Oktober 2019 dan jumlah rekening telah mencapai 31,89 juta.

Kabar baik ini menjadi peluang besar bagi pelaku keuangan syariah untuk terus menumbuhkembangkan keuangan syariah, selaras dengan target market share OJK sebesar 15% di 2023 mendatang. Sistem keuangan yang berjalan dengan prinsip syariah menjadi pada perekonomian, dengan fungsinya menghimpun dana dari pihak surplus dan menyalurkan dana tersebut kepada pihak defisit. Bank syariah dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang berjalan dengan prinsip syariah yaitu Al-Qur'an dan Hadits, dengan tujuan tercapainya Allah, Sangat berbeda dengan bank konvensional yang berjalan

hdengan tertib hukum positif dan tujuannya hanya kepada profit. (E-issn et al., 2021).

Bank syariah harus bersaing agar bertahan dalam persaingan yang ketat. Pemasaran harus pandai membaca situasi pasar, serta cepat dan tanggap apa yang diinginkan dan dibutuhkan nasabah. Produsen harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen secara tepat waktu, mengkomunikasikannya dan menarik minat konsumen untuk mengonsumsi produk yang ditawarkan melalui berbagai strategi. Selain itu, akibat perubahan teknologi yang begitu cepat, juga berdampak kepada perubahan perilaku masyarakat. Dampak nyata adalah masyarakat begitu cepat dan pandai dalam memilih produk yang disukai dan membandingkan agar sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka. (Trisna Dwi Salsabilah, Muhammad Iqbal Fasa, 2022)

Teknologi informasi adalah segala bentuk teknologi yang dapat diterapkan untuk memproses sebuah informasi melalui media elektronik, juga suatu studi perancangan, implementasi, pengembangan, dukungan atau manajemen sistem informasi berbasis komputer, khususnya perangkat keras hardware dan perangkat lunak software. Kecanggihan teknologi informasi yang berkualitas dapat diukur melalui beberapa indikator dengan aksesibilitas yaitu kecepatan, kemampuan data base dan informasi yang mudah diakses seperti internet dan website, akurat yaitu sistem informasi harus terbebas dari error dalam penyampaiannya dan informasi yang diberikan harus sesuai dengan informasi yang disampaikan. lengkap yaitu informasi itu harus contain (isinya) memenuhi dari apa yang orang-orang butuhkan dari informasi tersebut. Sehingga seseorang mendapatkan informasi yang dicari (Nugroho, 2017)

Teknologi secara langsung maupun tidak langsung mempunyai akibat terhadap proses penciptaan inovasi produk layanan yang jauh lebih baik daripada sebelumnya sehingga meningkatkan kinerja dan daya saing industri. Teknologi informasi yang ada pada sistem perbankan adalah e-banking (Internet Banking dan Mobile Banking). Internet banking adalah layanan teknologi informasi perbankan

yang berupa layanan perbankan melalui saluran internet menggunakan komputer ataupun handphone untuk melakukan layanan-layanan bank tanpa datang langsung ke teller bank. Sedangkan Mobile Banking (yang juga dikenal sebagai M-Banking, SMS Banking, dan lain sebagainya) merupakan sebuah terminal yang digunakan sebagai performing balance checks, transaksi keuangan, pembayaran dan sebagainya yang dilakukan via SMS (pesan singkat) melalui telepon genggam (Fitria dan Munawar, 2021)

Permasalahan yang sering terjadi di PT. BSI KC Simeulue ialah salah satunya pada produk bank, banyak nasabah yang kurang paham tentang produk apa saja yang digunakan dan selain itu juga kurangnya pemahaman nasabah tentang Perkembangan teknologi informasi yang digunakan oleh bank sehingga terjadi ketidakpuasan bagi para nasabah. Beberapa diantaranya terkait Produk teknologi yang digunakan Bank Syariah Indonesia seperti ATM, M-Banking/E-Banking, SMS Banking dan QRIS (Quick Response Code Indonesia Standard) dengan produk tersebut banyak nasabah yang kurang memahaminya saat bertransaksi.

Masalah yang sering dialami oleh nasabah saat menggunakan aplikasi Mobile Banking di telepon genggam sering mengalami gangguan, demikian juga yang terjadi pada ATM yang kerap kosong serta gagal transfer dan pada saat nasabah menarik uang, saldo sudah terpotong akan tetapi uang tidak keluar dari mesin ATM tersebut, bagi masyarakat dan mahasiswa dalam memakai sarana ATM ataupun Mobile Banking.

Berdasarkan uraian diatas, penulis akan membahas tentang strategi pemasaran produk bank melalui pemanfaatan teknologi informasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran pada produk bank apakah sudah berjalan baik dan apakah sudah menyebar luas pada nasabah bank syariah.

Dari Permasalahan di atas maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam sebagaimana menganalisis, mengevaluasi dan menyusun tulisan ilmiah ini dengan Judul **”Analisis Strategi Pemasaran produk bank melalui pemanfaatan Teknologi Informasi Di PT. BSI KC SIMEULUE”**

B. Identifikasi Masalah

1. Bagaimana pemasaran pada produk bank dalam meningkatkan jumlah nasabah.
2. Bagaimana minat dan pengetahuan nasabah terkait dengan teknologi informasi pada bank.
3. Bagaimana sosialisasi pihak bank saat memasarkan produk kepada nasabahnya

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi yang digunakan dalam pemasaran produk pada bank BSI KC Simeulue ?
2. Bagaimana pengetahuan nasabah tentang penggunaan teknologi informasi yang ada pada bank BSI KC Simeulue?
3. Bagaimana bank menghadapi kendala nasabah saat melakukan transaksi melalui teknologi informasi pada bank BSI KC Simeulue?

D. Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh bank untuk pemasaran produk pada bank BSI KC Simeulue
2. Untuk mengetahui pengetahuan nasabah tentang penggunaan teknologi informasi yang ada pada bank BSI KC Simeulue.
3. Untuk mengetahui sejauh mana pihak bank dalam mengatasi kendala nasabah pada saat menggunakan teknologi informasi pada bank.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang penulis harapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk menambah wawasan serta pengalaman peneliti terutama yang berhubungan dengan bidang kajian yang diperoleh selama kuliah.

b. Bagi PT. BSI KC SIMEULUE

Diharapkan dapat memberikan masukan pemikiran pada pihak terkait sebagai bahan pertimbangan dalam mengoptimalkan strategi pemasaran produk bank melalui pemanfaatan teknologi informasi pada bank.

c. Bagi Karyawan

Sebagai bahan rujukan dan sumber data sekunder bagi penelitian berikutnya, khususnya dalam Analisis strategi Pemasaran produk bank melalui pemanfaatan teknologi informasi di PT. BSI KC Simeulue.

F. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dengan sistematika yang terdiri dari beberapa bab atau bagian yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORETIS

Bab ini membahas mengenai Kajian Pustaka, Kajian Penelitian Terdahulu dan Kerangka Pemikiran.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai metode pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. Strategi Pemasaran

a. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu "strategos" yang artinya "Generalship" atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk memenangkan sebuah perang. Suatu perusahaan dapat mengembangkan strategi untuk mengatasi ancaman eksternal dan merebut peluang yang ada. Proses analisis, perumusan dan evaluasi strategi-strategi itu disebut perencanaan strategis. Tujuan utama perencanaan strategis adalah agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal. (Sagita Widyawati, Muhammad Iqbal Fasa, 2022)

Pengertian strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegritas yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. (Kotler Philip dan Kevin Lane Keller, 2009)

Menurut Porter, secara umum terdapat tiga strategi yang secara potensial berhasil mengungguli perusahaan dalam industri. Strategi-strategi tersebut antara lain strategi keunggulan biaya (low cost strategy), strategi diferensiasi (differentiation strategy), dan strategi fokus (focus strategy). Dari ketiga strategi tersebut, menurut MacMillan dan McGrath strategi diferensiasi merupakan strategi yang paling menguntungkan. (Silaban, 2006)

Strategi adalah cara atau rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan perusahaan. Mungkin beberapa perusahaan mempunyai beberapa strategi yang sama namun mempunyai tujuan yang berbeda. Jadi strategi ini dibuat untuk mencapai tujuan.

Dari penjelasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi adalah kemampuan yang digunakan untuk memilih rencana untuk mencapai posisi keunggulan dalam bersaing sehingga mencapai tujuan tertentu.(Sari et al., 2023)

b. Pengertian Pemasaran

Menurut pendapat Philip Kotler (2014), “Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan”. Menurut Keller (2014) Pengertian Pemasaran yaitu “Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola.(Keller dan Armstrong, 2014)

Menurut Fandy Tjiptono strategi pemasaran adalah seni atau ilmu untuk menjadi seorang pemimpin. Sering juga diartikan sebagai rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan untuk mencapai tujuan tertentu. Definisi lainnya strategi pemasaran merupakan pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan.(Tjiptono, 1995)

Pemasaran artinya sesuatu struktur yang berasal dari aktivitas bisnis yang dibuat sebagai perencanaan, penetapan harga, iklan, serta distribusi produk yang bisa memenuhi kehendak serta mencapai target pasar serta tujuan entitas bisnis. (Saladin, 2007)

Adapun pengertian strategi pemasaran yaitu sebagai salah satu rencana yang menyeluruh, menyatu dan terpadu dalam bidang pemasaran, yang memberikan pedoman tentang kegiatan yang akan dilakukan agar mencapai tujuan perusahaan melalui periklanan, program promosi, penjualan, program produk, dan pendistribusian. Pemasaran merupakan salah satu hal yang tidak dapat dipisahkan dalam aktivitas bisnis. Pemasaran bukan hanya sebagai sebuah fungsi atau departemen dalam perusahaan, tetapi bagaimana pasar dapat berjalan secara kreatif dan inovatif.

Pemasaran bukan hanya untuk menjual atau seperti yang dipahami beberapa kalangan hanyalah marketing mix saja. Pemasaran dalam perspektif syariah adalah segala aktivitas bisnis dalam bentuk kegiatan penciptaan, penawaran, dan perubahan value yang memungkinkan pelakunya bertumbuh serta mendayagunakan kemanafaatannya yang dilandasi dengan kejujuran, keadilan, dan keikhlasan.(Sumaterautara et al., 2021)

Strategi marketing terdiri atas tiga komponen utama yang meliputi, Segmentasi pasar adalah membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang dibedakan menurut kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku, yang mungkin membutuhkan produk yang berbeda. Adapun tujuan diterapkannya segmentasi pasar adalah Untuk melayani konsumen secara lebih baik dan memperbaiki posisi kompetitif perusahaan terhadap pesaing. Meningkatkan penjualan, meningkatkan pangsa pasar, melakukan komunikasi dan promosi yang lebih baik, serta memperkuat citra. (A et al., 2022)

Dari definisi tersebut, disimpulkan bahwa strategi pemasaran merupakan tata cara dalam pemasaran yang terencana dan disusun untuk mencapai tujuan perusahaan.(Parepare & Parapare, 2021)

c. Nilai- Nilai Pemasaran

Pemasaran dalam islam merupakan bentuk muamalah yang dibenarkan. Islam memandang bahwa pemasaran sebagai sarana jual beli yang harus diperhatikan dan ditunjukkan tentang bagaimana keistimewaan serta kelemahan dari suatu produk ,hal itu juga merupakan sebuah daya tarik yang besar.

Nilai- Nilai ini diambil dari konsep keteladanan sifat Rasulullah SAW, sebagai berikut:

1. Shiddiq, artinya memiliki kejujuran dan selalu berdasarkan ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran islam.

2. Fathanah (cerdas), berarti paham atau mengerti, yaitu dengan memahami dan menghayati secara mendalam segala hal yang terjadi dalam melaksanakan tugas dan kewajiban.
3. Amanah, artinya tanggungjawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban.
4. Tabligh (komunikatif), artinya mengajak serta memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan – ketentuan ajaran islam dalam setiap gerakan aktivitas ekonomi yang dilakukan sehari-hari.
5. Istiqamah artinya konsisten, yang artinya istiqomah dalam menjalankan saturaah syariah.(Amalina et al., 2023)

d. Pemasaran Syariah

Definisi Pemasaran dalam Islam merupakan bentuk muamalah yang benar. Islam melihat bahwa pemasaran adalah sarana jual beli yang harus ditonjolkan dan ditunjukkan tentang bagaimana special/keistimewaan serta kelemahan dari suatu produk, hal itu juga merupakan sebuah dayatarik produk tersebut. Pasar syariah disebut juga dengan pasar emosional, makna nya para nasabah/calon pembeli yang menggunakan layanan pada bank syariah pada halnya ingin keridaan Allah SWT. Sedangkan pasar konvensional biasa disebut dengan pasar rasional, berarti para nasabah yang cuma ingin memperoleh profit yang maksimal tanpa memperdulikan tingkat suku bunga atau disebut dengan riba yang terdapat didalamnya.

Firman Allah Q.S an-Nisa ayat 29

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ
قَرَاضٍ مِّنْكُمْ ...

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu”.

Tafsir ayat tersebut adalah bahwa Allah swt. melarang hamba-hambanya yang mukmin memakan harta sesamanya dengan cara yang bathil cara-cara mencari keuntungan yang tidak sah dan melanggar syariat seperti riba, perjudian dan yang serupa dengan itu dari macam-macam tipu daya seakanakan sesuai dengan hukum syari'at. Tetapi Allah mengetahui bahwa apa yang dilakukan itu hanya suatu tipu muslihat dari si pelaku untuk menghindari ketentuan hukum yang digariskan oleh syariat Allah. Allah mengecualikan dari larangan ini mencari harta dengan jalan perniagaan yang dilakukan atas dasar suka sama suka oleh kedua belah pihak yang bersangkutan

Berdasarkan tafsir ayat tersebut apabila dikaitkan dengan pemasaran dalam perbankan syariah adalah bahwa dalam melakukan pemasaran para pemasar hendaklah menawarkan produk layanan dan jasa yang benar-benar halal serta tidak mengandung riba selain itu diantara pihak memiliki kesempatan yang sama untuk menyatakan keinginannya dalam mengadakan transaksi dan berlandaskan pada asas saling ridha, saling ikhlas.(Katsier, 2000)

e. Marketing Mix

Marketing mix merupakan strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam bidang pemasaran. Marketing mix banyak di aplikasikan oleh perusahaan dalam proses untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan.

Penerapan marketing mix dalam pemasaran harus dilakukan secara terpadu, artinya dalam penerapan marketing harus memperhatikan antar komponen yang lain. Memperhatikan antar komponen harus dilakukan karena satu komponen dengan komponen yang lain saling berkaitan sehingga akan mempengaruhi terhadap tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan dan tidak efektif jika komponen tersebut dijalankan sendiri-sendiri.

Marketing mix memiliki empat komponen yang saling berkaitan. Empat komponen dalam marketing mix yaitu produk, price, place, dan promotion.

1) *Product* (Produk)

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperkenalkan, diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi sebagai pemenuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk dari definisi tersebut merupakan suatu yang dibuat oleh perusahaan untuk membuat para konsumen merasakan dampak terhadap diproduksinya produk tersebut. Pemasaran dalam merencanakan penawaran atau produk, perlu memahami lima tingkatan produk yaitu produk utama, produk genetik, produk harapan, produk pelengkap, dan produk potensial.

2) *Price* (Harga)

Harga adalah suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain untuk memanfaatkan yang diperoleh dari suatu produk atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Harga dari definisi tersebut dapat dipahami bahwa harga merupakan cerminan atau gambaran nilai jual atas produk atau jasa yang telah melalui proses produksi. Harga dapat ditentukan oleh penjual, sehingga keuntungan dapat diperoleh oleh penjual. Dalam konsep penetapan harga, syariah memberikan aturan-aturan dalam proses penetapan harga.

3) *Place* (Tempat)

Lokasi bank adalah tempat dimana diperjualbelikannya produk bank dan pusat pengendalian perbankan. Dari penjelasan diatas lokasi merupakan tempat dimana terjadinya transaksi bank. Dalam praktiknya terdapat beberapa jenis macam lokasi kantor bank seperti lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin-mesin anjungan tunai mandiri (ATM).

4) *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan mengubah sikap dan tingkah laku dari pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi pengenalan sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut. Promosi merupakan aktifitas komunikasi untuk mempengaruhi pelanggan cenderung pada produk yang diiklankan. Praktik pengiklanan dalam berbagai media seringkali tidak memikirkan etika yang sesuai dengan norma sosial agama.

2. Produk Bank Syariah

a. Pengertian Produk bank

Produk bank merupakan instrumen atau perangkat yang dibeli dan dijual oleh bank. Hal ini sesuai dengan fungsinya bahwa bank adalah lembaga keuangan dimana kegiatan sehari-harinya adalah dalam bidang jual beli uang. Tentu saja sebelum menjual uang (memberikan pinjaman) bank harus lebih dulu membeli uang (menghimpun dana) sehingga dari selisih bunga tersebutlah bank mencari keuntungan. (Tanjung, 2019)

Bank syariah menjalankan operasional kegiatannya dengan melakukan penghimpunan dana (produk giro syariah, tabungan syariah, deposito syariah), penyaluran dana (pembiayaan investasi syariah, pembiayaan modal kerja syariah, pembiayaan konsumtif syariah), dan melakukan jasa gadai emas, pembiayaan ekspor impor non L/C. (Sagita Widyawati, Muhammad Iqbal Fasa, 2022)

Bank Syariah, adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan bank tanpa Bunga, adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-qur'an dan Hadis Nabi SAW. Atau dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas

pembayaran serta peredaran uang yang mengoperasinya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. (Niswah & Tambunan, 2022)

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa produk merupakan suatu yang dibuat oleh perusahaan untuk membuat para konsumen merasakan dampak terhadap diproduksinya produk tersebut. Dan diferensiasi produk dapat diartikan juga sebagai merancang serangkaian perbedaan pada produk yang berarti untuk membedakan tawaran perusahaan dengan tawaran pesaing.

Allah berfirman dalam surat AL-Baqarah (2):(275) yaitu:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ
اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا
سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا
خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang memakan riba itu tidak akan berdiri melainkan sebagaimana berdirinya orang yang dirasuk setan dengan terhuyung-huyung karena seutuhnya. Yang demikian itu karena mereka mengatakan:”perdagangan itu sama saja dengan riba”. Padahal Allah telah menghalalkan perdagangan dan mengharamkan riba. Oleh karena itu barangsiapa telah sampai kepadanya peringatan dari tuhanNya lalu ia berhenti (dari memakan riba), maka baginyalah apa yang telah lalu dan mengulangi lagi (makan riba) maka itu ahli neraka mereka akan kekal di dalamnya. (QS. Al-Baqarah (2):(275)).

Dalam suatu riwayat dikemukakan: terdapat orang-orang yang berjual beli dengan kredit (dengan bayaran berjangka waktu). Apabila telah tiba waktunya pembayaran dan tidak membayar maka bertambah bunganya, dan ditambah pula jangka waktu pembayarannya. (Niswah & Tambunan, 2022)

b. Kegiatan usaha dalam produk bank

Kegiatan usaha yang digunakan di bank syariah adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan yang dilakukan dengan menghimpun dana dalam akad wadiah berupa giro tabungaln dan lainnya.
2. Kegiatan yang dilakukan dengan menghimpun dana dalam bentuk investasi berdasarkan akad mudharabah.
3. Penyaluran bagi hasil dengan melakukan akad mudharabah musyarakah atau akad yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
4. penyaluran pembiayaan yang dilakukan berdasarkan akad mudharabah salam istishna atau akad yang sesuai prinsip syariah.
5. Penyaluran pembiayaan dengan akad qardh.
6. Menyalurkan pembiayaan sewa barang dalam bentuk Ijarah atau ijarah muntahi l bittamlik.
7. Jasa yang berdasarkan akad hawalah, kartu pembiayaan, wakalah, kafalah, dan kartu hasanah.

3. Teknologi Informasi Perbankan

a. Pengertian Tekhnologi Informasi

Tekhnologi Informasi merupakan perangkat alat yang membantu dalam bekerja dengan informasi dan menjalankan perintah yang bersangkutan dengan proses informasi, teknologi informasi memiliki peranan yang sangat penting di masa kini. Seperti halnya perbankan yang tentunya sangat memperhatikan peran teknologi informasi yang akan diaplikasikan, terutama dalam sistem komputer yang berperan penting dalam pekerjaan perbankan sebagai alat transaksi.

b. Pemanfaatan Teknologi Informasi

Pemanfaatan tekhnologi informasi seperti Internet banking merupakan salah satu produk dari elektronik banking atau disebut juga E-banking. Teknologi informasi perbankan membutuhkan banyak peranan dalam mempercepat pertumbuhannya, baik dari berbagai bidang, teknologi informasi merupakan

perbankan terbesar yang mengadopsi perusahaan perbankan, penggunaannya yang sangat luas baik secara efisiensi internal seperti ERP dan SAP, maupun untuk kepentingan nasabah seperti cabang jaringan online, ATM, dan internet banking. (Amalina et al., 2023)

c. Jenis – Jenis Teknologi Informasi

Jenis produk teknologi yang digunakan oleh bank pada umumnya seperti:

- 1) Adanya transaksi berupa transfer uang melalui mobile banking maupun via teller.
- 2) Adanya ATM (Auto Teller Machine) pengambilan uang secara cash secara 24 jam.
- 3) Penggunaan Database di bank-bank.
- 4) Adanya penggunaan BSI QRIS
- 5) Buka Rekening Online dan menggunakan SMS Banking melalui Mobile banking.

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian pustaka / penelitian terdahulu dimaksudkan agar pokok masalah yang diteliti memiliki relevansi (sesuai atau tidak sesuai) dengan sejumlah teori yang telah ada. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan bahan komplementer dalam penelitian ini dipaparkan dalam tabel berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian

1	(Sagita Widyawati,2022)	Analisis Strategi Promosi Terhadap Pengembangan Produk Perbankan Syariah Sagita	Hasil pembahasan menunjukan strategi promosi berpengaruh terhadap pengembangan produk perbankan syariah. Dengan adanya strategi promosi bagi pihak perbankan dapat memperluas target marketing perbankan, dapat menarik nasabah sebanyak-banyaknya, meningkatkan jumlah nasabah serta membuat citra baik dimata public. Bagi nasabah dapat dijadikan sebagai nilai pedoman dalam memilih produk bank yang sesuai dengan keinginan dan kemampuannya.
2	(Dessy Anggraini,2022)	Analisis Strategi Marketing Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah BSI OTO Pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Sipin Bakaruddin Jambi Analysis.	Hasil penelitian ini adalah (1) Strategi marketing syariah yang diterapkan oleh PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Sipin Bakaruddin Jambi sudah dilaksanakan dengan baik namun belum maksimal, (2) Kendala yang dihadapi PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Sipin Bakaruddin Jambi dalam menerapkan strategi marketing adalah kurangnya informasi terkait produk perusahaan secara online, offline, persaingan yang ketat dengan bank

			pesaing, dan minimnya pengetahuan nasabah akan produk perbankan tersebut, (3) Upaya yang dilakukan dalam mengatasi kendala yang dihadapi tersebut adalah memperluas informasi kepada masyarakat baik secara online maupun offline.
3	(Asmawati,2022)	Strategi Pemasaran Produk Tabungan Meningkatkan Minat Masyarakat di Bank Syariah Indonesia KCP Takalar Sulawesi Selatan	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Takalar menerapkan empat unsur dari marketing mix yaitu produk (product), harga (price), tempat (place), promosi (promotion). Dalam meningkatkan minat menabung masyarakat dapat dilihat dari strategi marketing mix yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Takalar, seperti yang dikemukakan bahwa nasabah tertarik menabung dikarenakan melihat dari segi harga (price) dan tempat (place).
4	(Nur Amalina,2023)	Analisis Strategi Pemasaran Bank Syariah Indonesia Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar Melalui	Hasil penelitian ini adalah Teknologi sangatlah berkembang pesat dan harus digunakan secara hati-hati dan tepat. Berbagai teknologi memberikan terobosan baru yang dapat dimanfaatkan bank

		Pemanfaatan Teknologi Informasi	untuk terus meningkatkan kualitas layanan yang handal. Untuk itu, bank seluruh dunia banking untuk menciptakan inovasi varian baru. Sebagai contoh yang ada di Indonesia adalah Bank BUMN dan mampu bersaing dengan bank yang lain. untuk mengadopsi teknologi perbankan, Mobile Banking pertama kali digunakann maka dari itu perlu sekali teknologi informasi ada banyak sekali fitur yang digunakan oleh bank.
5	(Trisna Dwi Salsabilah,2022)	Strategi Pemasaran Pada Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Bank Syariah	Hasil penelitian ini bank syariah telah menggunakan strategi produk yang tepat dengan menggunakan Analisis SWOT pada strategi strategi pemasaran untuk memberikan alternative untuk meningkatkan strategi pemasaran pada produk Bank Syariah. Strategi SO untuk meningkatkan harmonisasi yang sudah terjalin, melakukan kerjasama kepada lembaga pendidikan. Strategi WO untuk membuka kantor cabang atau kas, meningkatkan jumlah marketing. Strategi ST, menentukan harga yang kompetitif, strategi WT untuk meningkatkan

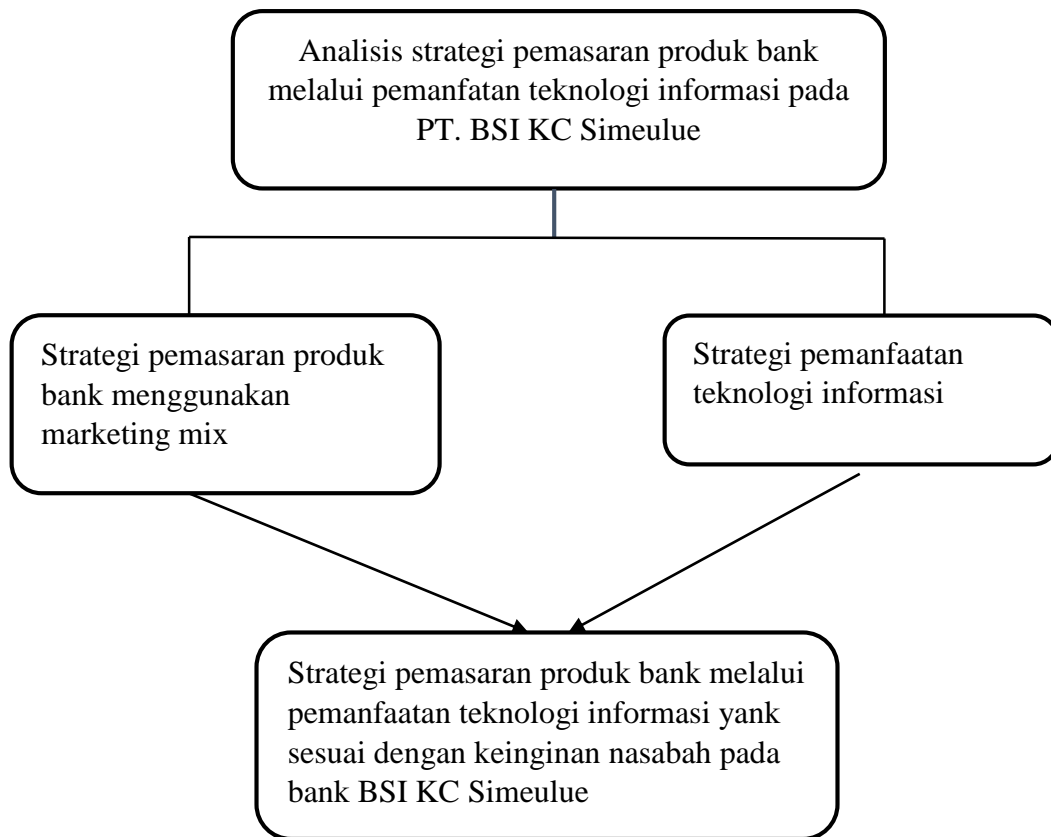
			kualitas SDM, pelayanan yang terbatas.
6	(Niswah & Tambunan, 2022)	Analisis Strategi Manajemen Bank Syariah Indonesia Dalam Meningkatkan Market Share Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi : Studi BSI KCP Stabat Proklamasi Khoirun	Hasil penelitian menjelaskan bahwa Bank Syariah Indonesia Kcp Stabat Proklamasi sudah mengalami perkembangan teknologi informasi yang cukup pesat meningkat dengan hadirnya BSI mobile, Internet Banking,SMS Banking itu salah satu strategi Bank Syariah Indonesia agar market share nya meningkat pula walaupun saat ini mesin ATM bank syariah indonesia kcp stabat mengalami kerusakan tetapi sudah dalam proses perbaikan. Bank Syariah Indonesia sudah memanfaatkan teknologi informasi dari segi pemasaran maupun dalam proses output data.

Berdasarkan Dari Tabel Kajian Terdahulu diatas dapat penulis simpulkan bahwa Perbedaan dan persamaan dalam penelitian yang akan diteliti dengan penelitian sebelumnya, yaitu penelitian dengan Analisis strategi pemasaran produk bank melalui pemanfaatan teknologi informasi di PT. BSI KC Simeulue , belum diteliti pada kajian terdahulu. Penelitian yang akan diteliti memiliki persamaan objek yaitu mengenai strategi marketing pada pemasran produk sehingga meningkatkan jumlah nasabah pada bank.

C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kajian dari teori yang ada, maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran yang dapat digunakan untuk mempermudah peneliti terhadap jalan pemikiran masalah yang akan dibahas. Adapun kerangka konseptual yang dikembangkan adalah sebagai berikut.

Bagan Kerangka Pemikiran



Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian merupakan kegiatan penyelidikan yang dilakukan secara sistematis dalam mendapatkan informasi dan menggambarkan upaya dalam bentuk tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara mendasar hasilnya berdasarkan pada pengamatan penulis dengan ciri khas tersendiri, dimana penulis menjadi instrumen kecil peneliti, analisis data bersifat induktif dan menekankan makna.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang mendeskripsikan suatu objek atau fenomena yang dituangkan dalam tulisan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Metode deskriptif digunakan untuk memperoleh gambaran dari suatu keadaan yang berlangsung yang dilakukan dengan menganalisis data, serta membuat kesimpulan tentang keadaan secara nyata dan objektif. (Parepare & Parapare, 2021)

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan atau *field reseach* yang menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, yaitu prosedur pemecahan masalah yang diteliti dengan menggambarkan, melukiskan keadaan objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan pada fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya, dikarenakan penulis bermaksud memperoleh gambaran yang mendalam dengan rinci yaitu Analisis strategi pemasaran produk bank melalui pemanfaatan teknologi informasi pada bank BSI KC Simeulue. Jadi diharapkan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara terperinci mengenai apa saja strategi yang digunakan oleh bank dalam pemasaran produk pada bank untuk dapat meningkatkan jumlah nasabah sehingga penerapan strategi tersebut dapat dilakukan secara efektif dan menyeluruh.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Bank BSI KC Simeulue, kota Sinabang, Kec Simeulue Timur, Kabupaten Simeulue, Aceh 24782.

Waktu penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Juni sampai bulan Agustus 2023.

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

No	Proses Penelitian	Waktu Penelitian 2023								
		Januari	Feb	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agus	Sep
1	Pengajuan Judul									
2	Penulisan Proposal									
3	Bimbingan Proposal									
4	Seminar Proposal									
5	Pengumpulan Data									
6	Bimbingan Skripsi									
7	Sidang Sripsi									

C. Sumber Data Penelitian

1. Jenis Data

Data Kualitatif, yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka.

2. Sumber Data

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yaitu:

- a) Sumber data primer, Data primer merupakan sumber data yang didapat dari sumber pertama yaitu individu atau perorangan yang dilakukan dengan cara wawancara. Adapun yang menjadi sumber data primer yaitu wawancara langsung kepada pimpinan BSI Kantor cabang Simeulue , dan nasabah .
- b) Data sekunder merupakan sumber data yang didapat dari buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini, literatur, dan artikel yang di peroleh dari website atau data yang berasal dari orang- orang kedua atau bukan data yang datang secara langsung, namun data-data ini mendukung pembahasan penelitian

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Teknik studi pustaka

yaitu dilakukan dengan cara mengumpulkan data dari buku, jurnal dan internet dan segala jenis data yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas. Studi dokumen merupakan pengumpulan data untuk mendapatkan keterangan yang relevan.

2. Observasi

yaitu penelitian yang terfokus terhadap kejadian, gejala, atau sesuatu dengan menafsirkannya, mengungkapkan faktor-faktor penyebabnya, dan menemukan kaidah-kaidah yang mengaturnya.

3. Wawancara

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini ialah wawancara bebas terpimpin, yaitu penelitian hanya menentukan point-point yang akan dipertanyakan (peneliti mengendalikan arah wawancara) sedangkan informan dapat memberikan jawaban dalam situasi yang bebas.

Wawancara yaitu agar peneliti dapat mengetahui informasi secara menyeluruh untuk memperoleh informasi mengenai Analisis Strategi Pemasaran Produk Bank Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi di PT BSI KC Simeulue.

4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen tersebut bisa berbentuk tulisan maupun gambar-gambar. Dokumen yang berbentuk tulisan seperti catatan harian, sejarah kehidupan, biografi, peraturan dan kebijakan. Dokumen berbentuk gambar seperti foto dan gambar hidup.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penulisan ini dilakukan secara deskriptif analisis, yaitu prosedur pemecahan masalah yang diteliti dengan cara memaparkan data yang diperoleh dari hasil pengamatan lapangan, kemudian dianalisis dan diinterpretasikan dengan memberikan kesimpulan.

Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis dari data yang telah dikumpulkan, sehingga mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. (Sugiyono, 2019)

F. Tehnik Keabsahan

Menetapkan keabsahan (trustworthiness) data diperlukan teknik pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Ada

empat kriteria yang digunakan yaitu, derajat kepercayaan (credibility), keteralihan (transferability), kebergantungan (dependability), dan kepastian (confirmability). Penelitian ini menggunakan dua kriteria yaitu derajat kepercayaan dan kepastian.

1. Derajat Kepercayaan

Uji keabsahan data menggunakan kriteria derajat kepercayaan (credibility) penelitian ini menggunakan dua teknik pemeriksaan data yaitu ketekunan pengamatan dan triangulasi.

a) Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan berarti mencari secara konsisten interpretasi dengan berbagai cara dalam kaitan dengan proses analisis yang konstan atau tentatif. Ketekunan pengamatan bermaksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci. Hal itu berarti peneliti hendaknya mengadakan pengamatan dengan teliti dan rinci secara berkesinambungan terhadap faktor-faktor yang menonjol.

b) Triangulasi

Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Pada penelitian ini yang digunakan yaitu triangulasi metode pengumpulan data dan triangulasi sumber data. Triangulasi sumber data merupakan membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.

c) Kecukupan Bahan Referensial

Adanya pendukung dalam penelitian ini untuk membuktikan data yang ditemukan oleh peneliti, contohnya data hasil wawancara dengan adanya bukti dokumentasi foto.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Penelitian

1. Sejarah PT. Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah lembaga perbankan syariah yang menerapkan prinsip syariah berdasarkan Al-Quran dan Hadis dalam operasionalnya. Bank ini didirikan pada 1 Februari 2021 pukul 13.00 WIB siang. Pada tanggal 1 Februari 2021, Bank tersebut menjadi Bank Syariah Indonesia melalui penggabungan perusahaan afiliasi BUMN dibidang perbankan, antara lain Bank Rakyat Indonesia, Bank Syariah Mandiri, dan BNI Syariah. (Niswah & Tambunan, 2022)

PT. Bank Syariah Indonesia adalah perusahaan yang bergerak di bidang perbankan dan lembaga keuangan syariah. Ini juga merupakan perusahaan BUMN. PT. Bank Syariah Indonesia ini merupakan perusahaan yang baru bergabung dari Bank Syariah BUMN, bank syariah yang tergabung dalam merger di PT. Bank Syariah Indonesia ini merupakan perusahaan yang baru bergabung dari Bank Syariah BUMN, bank syariah yang tergabung dalam merger di PT. Bank BNI Syariah, Bank BRI Syariah, dan Bank Mandiri Syariah adalah beberapa bank syariah di Indonesia. Pada 1 Februari 2021, yaitu 19 Jumadil Akhir 1442 H, Bank Umum Syariah Indonesia ini resmi dilebur. Perusahaan ini memainkan peran penting dalam industri halal di Indonesia sebagai fasilitator dari semua kegiatan ekonomi (Bank BSI, 2021).

Penggabungan ketiga bank syariah tersebut merupakan upaya untuk membangun Bank Syariah yang menjadi kebanggaan masyarakat, yang berpotensi menjadi sumber baru pembangunan ekonomi nasional dan berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat luas. Munculnya Bank Syariah Indonesia mencerminkan wajah modern, universal perbankan syariah di Indonesia, yang sangat baik untuk semua alam (Rahmatan Lil 'Aalamiin)

Pendirian BSI merupakan strategi untuk menjadikan Indonesia sebagai salah satu pusat keuangan syariah di dunia. Penggabungan ketiga bank tersebut akan

menjadi PT Bank Syariah Indonesia Tbk dan akan tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Berdasarkan hasil gabungan tiga bank syariah milik negara, Bank Syariah memiliki aset sebesar Rp 245,7 triliun. Dengan angka tersebut, Indonesia termasuk dalam 10 bank besar di Indonesia dalam hal aset. Untuk layanan, Bank Syariah Indonesia juga menjamin tetap beroperasi secara normal untuk meminimalisir gangguan layanan. Bank Syariah Indonesia dikenal hampir seluruh masyarakat Indonesia.

PT. Bank Syariah Indonesia kini mengoperasikan 1.1365 cabang cabang di seluruh Indonesia. Kantor cabang Bank BSI merupakan salah satu cabang yang ada di Simeulue. Kantor cabang ini sebelum diresmikannya merger perusahaan menjadi BSI dahulu sebuah kantor cabang yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri (BSM).

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

Visi

Top 10 global islamic bank

Misi

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

3. Logo Bank Syariah Indonesia (BSI)



Gambar 4.1 Logo Bank Syariah Indonesia (BSI)

Logo BSI secara keseluruhan bernuansa hijau dan putih dengan tulisan BSI dan bintang berwarna kuning di ujung sebelah kanan dari tulisan. Di bawah tulisan BSI disematkan kata “Bank Syariah Indonesia”. Filosofi yang terkandung dalam bintang kuning bersudut 5 mempresentasikan 5 sila Pancasila dan 5 rukun Islam. Tulisan BSI menjadi representasi Indonesia baik di tingkat nasional maupun di tingkat global.

4. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan yang dimiliki oleh bank syariah Indonesia ini merupakan sebuah nilai inti yang bank syariah Indonesia merupakan perusahaan BUMN yang diluncurkan oleh kementerian BUMN. Berikut nilai yang berisikan dari AKHLAK:

- 1) Amanah
Memegang teguh kepercayaan diberikan.
- 2) Kompeten
Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas
- 3) Harmonis
Saling peduli dan menghargai perbedaan
- 4) Loyal
Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan Negara

5) Adaptif

Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan atau menghadapi perubahan

6) Kolaboratif

Membangun kerja sama yang sinergis

5. Produk – Produk Bank Syariah Indonesia (BSI)

a. Produk Dana

1. Tabungan

Tabungan adalah simpanan yang penarikannya melalui beberapa ketentuan yang sudah dijelaskan oleh pihak bank pada nasabah. Sarana penarikannya bisa menggunakan buku tabungan, ATM, slip penarikan dan juga melalui metode canggih lain misalnya internet banking. Ciri khas tabungan syariah adalah menerapkan akad wadi'ah, yang artinya tabungan yang kita simpan tidak mendapatkan keuntungan karena cuma dititip, tidak ada bunga yang diterima oleh nasabah akan tetapi bank memberikan hadiah atau bonus kepada nasabah.

1) BSI Tabungan Easy Wadiah

Tabungan dengan mata uang rupiah ini memiliki akad Wadiah yad Dhamanah saat pembukaan rekening. Memiliki beragam keunggulan yang bisa diperoleh nasabah seperti bebas biaya administrasi bulanan. Bebas biaya tarik tunai di ATM BSI dan ATM Mandiri. Lalu, bebas biaya transaksi QRIS, bebas biaya transaksi kartu debit di semua EDC, serta dapat dibuka melalui pembukaan rekening online.

2) BSI Tabungan Easy Mudharabah

Tabungan rupiah dengan akad Mudharabah Mutlaqah. Tabungan dalam mata uang Rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam operasional kas di kantor bank atau melalui ATM. Keunggulan yang ditawarkan kepada nasabah, yakni bagi hasil yang kompetitif, bebas biaya tarik tunai di ATM BSI dan ATM Mandiri, bebas

biaya transaksi QRIS dan EDC. akan tetapi dikenakan biaya administrasi sebesar Rp10.000.

3) BSI Tabungan Rencana

Tabungan dengan akad Mudharabah Muthlaqah yang diperuntukan bagi segmen perorangan dalam merencanakan keuangannya dengan sistem autodebet dan gratis perlindungan asuransi.

Nantinya nasabah akan merasakan beragam manfaat seperti mendapat kepastian pencapaian target dana, bagi hasil yang kompetitif hampir setara deposito nisbah papan, gratis perlindungan asuransi syariah (premi dibayar bank).

4) BSI Tabungan Valas

Tabungan dalam mata uang dollar yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan bank dengan pilihan akad Wadiah Yad Dhamanah atau Mudharabah Muthlaqah. Dana (USD) aman dan tersedia setiap saat, online di seluruh cabang Bank Syariah Indonesia, biaya administrasi bulanan ringan dengan setoran awal minimum USD100 dan syarat pembukaan rekening hanya KTP dan NPWP.

5) BSI Tabungan Haji Indonesia

Tabungan perencanaan haji dan umroh berlaku untuk seluruh usia berdasarkan prinsip syariah dengan akad Wadiah dan Mudharabah. Tabungan haji ini tidak dikenakan biaya administrasi bulanan dan dilengkapi fasilitas kartu ATM dan fasilitas E-Channel apabila telah terdaftar di Siskohat (mendapat porsi). Pembukaan dan pelunasan juga bisa dilakukan secara online minimal usia 12 tahun.

6) BSI Tabungan Bisnis

Tabungan dengan akad Mudharabah Muthlaqah dalam mata uang rupiah yang dapat memudahkan transaksi wiraswasta dengan limit transaksi harian yang lebih besar. Menyediakan fitur free biaya RTGS, transfer SKN, dan setoran kliring masuk melalui Teller dan Net Banking apabila memiliki minimal saldo sebelum transaksi sebesar Rp10 juta. Setoran awal pembukaan jenis tabungan BSI bisnis sebesar Rp1 juta.

7) BSI Tabungan Pendidikan

Orang tua dapat merencanakan pendidikan buah hati sejak dini dengan akad Mudharabah Muthlaqah dengan sistem autodebet dan mendapat perlindungan asuransi. Keunggulan tabungan pendidikan, yaitu mendapat bagi hasil yang kompetitif setara deposito konter.

Selain itu mendapat perlindungan asuransi syariah sampai dengan 120 kali setoran bulanan dan pembayaran sisa setoran untuk masa yang belum dijalani, dapat dilakukan top up saldo diluar setoran bulanan.

8) BSI Tabungan Junior

Tabungan yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia di bawah 17 tahun untuk mendorong budaya menabung sejak dini dengan status Siswa PAUD/TK/SD/SMP/SMA/Madrasah (MI, MTS, MA) atau sederajat. Keunggulan produk ini adalah mendapatkan bonus, bebas biaya administrasi bulanan, dan nama anak tertera pada buku tabungan dan ATM atas nama anak.

9) BSI Tabungan Simpanan Pelajar

Tabungan dengan akad Wadiah Yad Dhamanah untuk siswa dengan persyaratan mudah serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

Keunggulannya yaitu bebas biaya administrasi bulanan, gratis biaya tarik tunai, dan setoran awal ringan yaitu sebesar Rp1.000. Syarat pembukaan rekening berupa akta kelahiran/KK/KIA/NISN yang mencantumkan NIK dan surat pernyataan persetujuan orang tua atau wali.

10) BSI Tabungan Mahasiswa

Tabungan dengan akad wadiah dari para mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri/Perguruan Tinggi Swasta (PTN/PTS) atau pegawai/anggota Perusahaan/Lembaga/Asosiasi/Organisasi Profesi yang bekerja sama dengan Bank. Kartu ATM atau debit co-branding tipe debit GPN atau debit dengan logo instansi terkait yang berfungsi sebagai kartu ATM dan kartu identitas instansi terkait dan mendapatkan bonus bagi hasil.

11) BSI Tabungan Pensiun

Tabungan dengan pilihan akad Wadiah Yad Dhamanah atau Mudharabah yang telah terdaftar di Lembaga Pengelola Pensiun yang telah bekerja sama dengan Bank. Kemudahan syarat pembukaan rekening cukup melampirkan KTP, NPWP dan SK Pensiun. Mendapatkan fasilitas E-banking yaitu BSI Mobile, BSI Debit Co Branding Taspen yang berfungsi sebagai Kartu ATM dan Debit dengan setoran awal minimum Rp50.000.

12) BSI Tabungan Smart

Basic Saving Account dengan akad Wadiah Yad Dhamanah merupakan literasi dari OJK dengan persyaratan mudah. Keunggulannya mendapatkan bonus sesuai dengan kebijakan bank, bebas biaya administrasi bulanan, dan dapat dibuka melalui agen laku pandai dengan setoran awal sebesar Rp5.000.

13) BSI Tabungan Payroll

Tabungan khusus merupakan produk turunan dari tabungan Wadiah atau Mudharabah reguler yang dikhususkan untuk nasabah payroll dan nasabah migran. Akan mendapatkan Fasilitas Kartu ATM/Debit, Mobile Banking, Internet Banking dan Notifikasi Transaksi

14) BSI Rekening Autosave dan Qurban

Fitur tabungan BSI yang memudahkan nasabah yang ingin menabung dana Qurban secara otomatis via BSI Mobile. Dilengkapi dengan fitur pembelian hewan Qurban melalui penyelenggaraan Qurban yang merupakan rekanan Bank. Produk layanan rekening giro. Ada beberapa jenis rekening giro yang disediakan BSI, dua diantaranya yaitu BSI Giro Rupiah dan Giro Optima.

2. Deposito

Deposito menggunakan akad mudharabah artinya tabungan dengan sistem bagi hasil (nisbah) antara nasabah dan bank. Keuntungan deposito dengan akad mudharabah ini biasanya memakai perbandingan 60 : 40 untuk nasabah dan bank. Makin besar untung yang bank dapat, makin besar untung yang diperoleh oleh nasabah, demikian pula jika keuntungan yang

diperoleh bank sedikit maka nasabah akan mendapat keuntungan yang sedikit pula dengan kata lain, keuntungan muncul bersama risiko.

Deposito banyak dipilih oleh masyarakat untuk berinvestasi, selain mudah, keuntungan yang didapatkan juga lebih tinggi dari tabungan biasa. Deposito adalah produk simpanan di bank yang penyetorannya maupun penarikannya hanya bisa dilakukan pada waktu tertentu saja karena bank membutuhkan waktu untuk melakukan investasi. Bisnis atau investasi yang dijalankan oleh bank tersebut harus masuk kategori halal menurut hukum islam. Tenor atau jangka waktu yang ditawarkan sama dengan deposito konvensional, antara 1 hingga 24 bulan.

Jenis deposito yang digunakan oleh bank BSI yaitu diantaranya deposito rupiah dan deposito valas.

a. Deposito Rupiah

Deposito ini menggunakan mata uang rupiah dan berjalan dengan akad mudharabah. Pembukaan tabungan berjangka ini bisa dilakukan dengan mendatangi kantor cabang terdekat atau memakai aplikasi BSI Mobile. Hanya saja, terdapat perbedaan pilihan jangka waktu ketika membuka Deposito Rupiah via kantor cabang atau BSI Mobile. Untuk pembukaan di kantor cabang, dapat memilih jangka waktu mulai dari 1, 3, 6, hingga 12 bulan. Sementara itu, batas waktu ketika membuka deposito melalui BSI Mobile hanya ada 3 opsi, yaitu 1,3, dan 6 bulan.

Cara pengajuannya juga relatif mudah, bisa dilakukan kapan saja dan hanya memerlukan persyaratan utama berupa KTP dan NPWP. Ketika menggunakan layanan ini, terdapat ketentuan tarif dan biaya yang perlu ketahui sebagai berikut:

- 1) Setoran awal: Rp2 juta
- 2) Break deposito: Rp25 ribu
- 3) Penggantian bilyet yang rusak: Rp10 ribu

Untuk membantu nasabah dalam memperoleh layanan Deposito BSI Rupiah dengan mudah, bisa pembukaannya dengan via BSI Mobile sebagai berikut:

- 1) Jalankan aplikasi BSI Mobile dan masuk ke akun BSI yang kamu miliki
- 2) Pilih Buka rekening dan buka menu Deposito
- 3) Klik pilihan Pembukaan Deposito dan tekan tombol Lanjut
- 4) Baca persyaratan secara lengkap dan berikan tanda centang pada kotak yang tersedia, klik Selanjutnya
- 5) Tentukan batasan waktu deposito beserta nominalnya
- 6) Pilih jenis deposito yang kamu inginkan, tersedia pilihan Automatic Roll Over (ARO), ARO + bagi hasil, dan Non-ARO
- 7) Tuliskan PIN BSI Mobile dan lakukan konfirmasi dengan menekan tombol Selanjutnya
- 8) BSI akan memberikan resi kepemilikan deposito.

b. BSI Deposito Valas

Deposito BSI yang menggunakan valuta asing Dollar Amerika. Seperti halnya Deposito Rupiah, produk keuangan ini berjalan dengan skema mudharabah. Dengan menggunakan Deposito Valas sebagai investasi jangka pendek dengan batas waktu mulai dari 1, 3, 6, hingga 12 bulan. Ketentuan terkait biaya serta persyaratan yang perlu disiapkan untuk menggunakan layanan ini adalah sebagai berikut:

- 1) Setoran awal: US\$1.000
- 2) Break deposito: US\$10
- 3) Persyaratan dokumen: KTP, NPWP, paspor, KITAS, serta KITAP

3. Giro

Giro adalah produk perbankan syariah yang termasuk ke dalam konsep wadiah (titipan) adalah giro. Secara umum yang dimaksud dengan giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan

cek, bilyet giro, sarana perintah bayar lainnya atau dengan pemindahbukuan. Adapun yang dimaksud dengan giro syariah adalah giro yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini, Dewan Syariah Nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa giro yang dibenarkan syariah adalah giro berdasarkan prinsip wadiah dan mudharabah.

Akad mudharabah pada giro syariah adalah akad kerjasama antara nasabah sebagai penyimpan dana (shahibul maal) sedang bank syariah sebagai pihak yang mengelola dana (mudharib).

Ketentuan Giro Syariah menggunakan akad mudharabah adalah sebagai berikut:

- 1) Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai shahibul maal atau pemilik dana, dan bank bertindak sebagai mudharib atau pengelola dana.
- 2) Dalam kapasitasnya sebagai mudharib, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya, termasuk di dalamnya mudharabah dengan pihak lain.
- 3) Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
- 4) Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening.
- 5) Bank sebagai mudharib menutup biaya operasional giro dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
- 6) Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.

Sedangkan, Giro Syariah dengan akad wadiah adalah akad titipan dana dari nasabah kepada bank syariah, dimana bank syariah dapat mengelola dana tersebut tanpa harus memberikan imbalan kepada nasabah jika mendapat keuntungan. Giro syariah dengan akad wadiah mengikuti ketentuan sebagai berikut :

- 1) Bersifat titipan.
- 2) Titipan bisa diambil kapan saja (on call).
- 3) Tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian (athaya) yang bersifat sukarela dari pihak bank.

Dalam prakteknya sebagian besar bank syariah menggunakan akad wadiah pada produk giro. Sebab kebutuhan nasabah membuka giro adalah untuk kelancaran dan kemudahan dalam bertransaksi, bukan untuk mencari keuntungan. Sedang akad mudharabah biasanya digunakan untuk akad investasi untuk mencari keuntungan.

Jenis- jenis Giro

a. BSI Giro Rupiah

Giro Rupiah BSI adalah titipan dana dari pihak ketiga yang dikelola dengan pilihan akad Wadiah Yad Dhamanah atau Mudharabah Muthlaqah. Penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan Debit, Cek, Bilyet Giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindah bukuan untuk menunjang bisnis usaha perorangan maupun non perorangan dalam mata uang rupiah.

Keunggulan produk Giro Rupiah BSI yaitu :

- 1) Kemudahan trx menggunakan Cek/BG
- 2) Mendapat bonus bulanan sesuai kebijakan Bank
- 3) Mendapat account statement setiap bulan
- 4) Mendapat fasilitas BSI Debit
- 5) Gratis tarik tunai di ATM Mandiri, BNI, dan BRI

Sementara tarif dan biaya Giro Rupiah BSI bersumber dari bankbsi.co.id, sebagai berikut :

- 1) Setoran Awal : Rp 1 juta (perorangan), Rp 10 juta (non-perorangan)
- 2) Saldo minimal : Rp 1 juta (perorangan), Rp 10 juta (non-perorangan)
- 3) Biaya penutupan rekening : Pelanggaran Rp 50rb, Bukan pelanggaran Rp 20rb
- 4) Biaya adminitrasi : Rp 15 ribu

Adapun syarat dan ketentuan Umum membuka rekening giro rupiah BSI yaitu cukup menyiapkan KTP dan NPWP untuk calon nasabah perorangan, sementara untuk badan hukum menyiapkan dokumen badan hukum yang berlaku.

b. BSI Giro Optima

BSI Giro Optima adalah rekening giro yang dikhususkan untuk perusahaan. Giro Optima ini merupakan rekening operasional dengan benefit optimal. Giro Optima juga sebagai rekening giro mudharabah yang menawarkan keunggulan dengan imbal hasil special berdasarkan tiering. Keunggulan lainnya, terhubung dengan cash management.

Adapun tarif dan biaya rekening giro Optima yaitu :

- 1) Administrasi bulanan Rp 25.000,- (perusahaan)
- 2) Buku Cek Rp 100.000,- (per buku)
- 3) Salinan rek koran Rp. 3.500,-

b. Produk Pembiayaan

1. Mitraguna

Mitraguna BSI adalah pinjaman karyawan dari Bank Syariah Indonesia. Karena diperuntukkan untuk para karyawan, pinjaman atau pembiayaan ini masuk kategori pinjaman multiguna. Yaitu diperuntukkan untuk beragam kebutuhan, seperti renovasi rumah, pembelian perlengkapan rumah, biaya pernikahan, rumah sakit, pendidikan maupun kebutuhan rumah tangga lainnya.

BSI Mitraguna Berkah dikhususkan untuk kebutuhan dana besar. Kisarannya mulai 50 juta sampai 1,5 miliar. Karena plafon yang diberikan besar maka syarat yang dibutuhkan juga ketat. Mitraguna Berkah hanya untuk karyawan yang memiliki SK Pegawai dan para professional.

Syarat Pengajuan pembiayaan mitraguna berkah, ada persyaratan berkas yang harus dilengkapi oleh nasabah sebagai berikut:

- 1) Mengisi Formulir Permohonan Pembiayaan Mitraguna Berkah
Semua data wajib diisi oleh nasabah sesuai dengan data asli milik nasabah. Nasabah juga wajib tanda tangan dan membubuhkan materai sepuluh ribu pada bagian pernyataan, persetujuan, dan kuasa nasabah.

Untuk nasabah yang masih komitmen payroll atau masih dalam proses pengajuan peralihan payroll dari bank lain ke Bank Syariah Indonesia maka pada bagian pernyataan dan rekomendasi atasan atau bendahara wajib ditanda tangani oleh bendahara gaji dan di stempel perusahaan.

- 2) Melampirkan copy KTP nasabah dan pasangan (apabila sudah menikah)
Fotokopi KTP yang dilampirkan adalah fotokopi nasabah dan pasangan (apabila menikah), akan tetapi untuk proses akad nanti yang diwajibkan hadir hanya nasabah yang mengajukan, pun tidak dilarang semisal pasangan ingin mendampingi proses akad.
- 3) Melampirkan copy kartu keluarga
- 4) Melampirkan copy akta nikah/surat cerai
Dilampirkan ketika nasabah sudah menikah atau bercerai, dan untuk nasabah yang belum menikah tidak perlu melampirkannya.
- 5) Melampirkan copy NPWP nasabah
- 6) Melampirkan slip gaji tiga bulan terakhir
Slip gaji yang dilampirkan merupakan slip gaji resmi yang di keluarkan oleh bendahara perusahaan tempat nasabah bekerja. Adapun slip gaji yang dilampirkan harus tiga bulan terakhir dihitung mundur dari bulan ketika nasabah mengajukan pembiayaan mitraguna berkah.
- 7) Melampirkan mutasi rekening/rekening koran gaji selama tiga bulan terakhir
Mutasi rekening yang dilampirkan adalah mutasi rekening bank tempat payroll nasabah. Semisal payroll gaji nasabah ada di lebih dari satu bank, maka wajib melampirkan juga mutasi rekening gaji di bank lainnya. Adapun mutasi rekening yang dilampirkan adalah mutasi rekening gaji selama tiga bulan terakhir terhitung mundur sejak nasabah mengajukan pembiayaan mitraguna berkah.
- 8) Melampirkan copy surat keterangan pegawai tetap (bagi pegawai tetap) atau copy SK CPNS, SK PNS, dan SK Pengangkatan Terakhir (bagi pegawai PNS)

Syarat penting untuk mengajukan pembiayaan mitraguna berkah di Bank Syariah Indonesia harus pegawai tetap, CPNS atau PNS di suatu perusahaan atau instansi. Maka dari itu nasabah wajib menyerahkan copy surat keterangan tersebut ketika mengajukan pembiayaan mitraguna berkah, dan kemudian menyerahkan berkas aslinya kepada bank ketika melakukan proses akad.

9) Mengisi formulir asuransi syariah

Nasabah diwajibkan untuk mengisi formulir asuransi pembiayaan. Jenis asuransi pembiayaan yang digunakan ada tiga. Pertama adalah asuransi jiwa yakni hanya mencakup pembiayaan nasabah ketika nasabah meninggal dunia. Kedua adalah asuransi wanprestasi yang bisa klaim ketika nasabah tidak sanggup membayar angsuran karena masalah finansial. Dan yang ketiga adalah asuransi PHK (Pemberhentian Kerja) merupakan asuransi yang dapat di klaim ketika nasabah di PHK oleh perusahaan atau instansi tempat nasabah bekerja.

Jenis asuransi yang digunakan nasabah berbeda beda tergantung dengan segmen marketnya, berikut rinciannya:

a) ASN SKPP (Aparatur Sipil Negara Satuan Kerja Perangkat Pemerintah)

Meliputi CPNS (Calon Pegawai Negeri Sipil), PNS (Pegawai Negeri Sipil), pegawai tetap non-PNS. Nasabah wajib ditutup dengan asuransi jiwa untuk limit pembiayaan dibawah satu miliar rupiah, lalu untuk nasabah dengan limit pembiayaan di atas satu miliar rupiah wajib ditutup dengan asuransi jiwa dan perluasan wanprestasi.

b) ASN SKPP (Aparatur Sipil Negara Satuan Kerja Perangkat Daerah) dan TNI/POLRI

Nasabah wajib ditutup dengan jenis asuransi jiwa dengan perluasan wanprestasi.

- c) BUMN (Badan Usaha Milik Negara) Group, Lembaga Negara, dan Rumah Sakit
Nasabah wajib ditutup dengan asuransi jiwa untuk limit pembiayaan dibawah satu miliar rupiah, lalu untuk nasabah dengan limit pembiayaan di atas satu miliar rupiah wajib ditutup dengan asuransi jiwa dan perluasan wanprestasi.
- d) BUMD, Perusahaan Swasta, dan Yayasan
Pada segmen market ini nasabah wajib ditutup asuransi jiwa, wanprestasi, dan PHK
- e) Pimpinan Lembaga Negara, BUMN Group, Rumah Sakit, Nasabah wajib ditutup dengan asuransi jiwa.
- f) Mitraguna Online Nasabah wajib ditutup dengan asuransi jiwa dan wanprestasi. Nasabah dibebaskan untuk memilih perusahaan asuransi syariah yang akan digunakan.

2. Cicil Emas

Cicil Emas adalah program yang dibuat untuk membantu dan mempermudah masyarakat memiliki investasi emas yang dibeli dengan cara dicicil dengan harga emas yang tetap sehingga tidak perlu khawatir dengan fluktuasi harga dan emas aman tersimpan di BSI. Emas yang dicicil bisa diuangkan dengan cara digadaikan jika ada kebutuhan mendesak.

Manfaat produk ini adalah sebagai sarana perencanaan keuangan keluarga antara lain untuk biaya pendidikan, biaya perjalanan ibadah, perencanaan pernikahan dan persiapan masa pensiun. Masyarakat yang mau investasi emas namun uang belum cukup maka cicil emas adalah solusinya. Dari sisi emas harganya kontradiktif, saat PDB turun, nilai tukar turun, harga emas tetap meningkat. Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai bank Syariah terbesar di Indonesia memiliki produk dan layanan syariah unggulan yang bisa dimanfaatkan masyarakat yaitu BSI Cicil Emas.

Dilihat dari segi agama produk cicilan emas di BSI tidak termasuk riba, artinya diperkenankan. Menurut hadis, Imam Syafi'i dan Imam Malik, emas bukanlah

sebuah alat pembayaran atau alat tukar melainkan sebagai komoditas sehingga produk cicilan emas syariah masih aman.

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) merupakan bank hasil merger tiga bank BUMN, yaitu Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS), Bank Syariah Mandiri (BSM), dan BNI Syariah (BRIS) terus memacu bisnis cicil emas. Bank syariah terbesar ini mencatatkan bisnis Cicil Emas BSI tumbuh 57,1% year on year (yoy) atau Rp 435,7 Miliar per Mei 2022. Saat ini, BSI masuk dalam daftar 10 besar bank terbesar di Indonesia dari sisi aset.

Masyarakat akan mendapatkan berbagai fasilitas BSI Cicil Emas diantaranya aman karena fisik emas sudah tersedia saat akad. Emas diasuransikan selama masa pembiayaan, menguntungkan karena emas menjadi salah satu instrumen investasi yang disarankan untuk jangka menengah dan jangka panjang. Layanan profesional dan kemudahan membeli emas dengan cara dicicil selama 1 sampai 5 tahun dengan cicilan tetap.

Fasilitas BSI Cicil Emas juga telah mendapatkan izin dari OJK dan sesuai prinsip syariah berdasarkan Fatwa DSN MUI No 77/DSN-MUI/V/2010. Pembiayaan menggunakan akad Murabahah (di bawah tangan) dan pengikatan agunan dengan menggunakan akad rahn (gadai). Jenis emas pada Cicil Emas BSI adalah emas lantakan (batangan) dengan minimal jumlah gram adalah 10 gram. Masyarakat yang ingin mengikuti program BSI Cicil Emas cukup menyiapkan biaya administrasi, materai dan asuransi.

Selain itu, uang muka yang disiapkan minimal 20% dari harga perolehan emas dan plafon pembiayaannya maksimum 80% dari harga perolehan untuk emas jenis lantakan (batangan). Harga perolehan emas ditentukan pada saat akad.

Syarat pengajuan cicil emas di BSI sebagai berikut :

- 1) WNI Cakap Umur
- 2) Pegawai dengan usia minimal 21 tahun sampai dengan usia 55 tahun
- 3) Pensiun beusia maksimal 70 tahun pada saat pembiayaan jatuh tempo

- 4) Professional dan wiraswasta berusia maksimal 60 tahun
- 5) Menyerahkan kartu identitas (KTP)

Selain itu, terdapat syarat dan ketentuan umum sebagai berikut:

- 1) WNI cakap hukum
- 2) KTP dan NPWP (khusus pembiayaan diatas 50 juta)
- 3) Jangka waktu 1-5 tahun
- 4) Menyediakan uang muka (DP) 20% dari pembelian emas
- 5) Maksimal pembiayaan 150 juta.

3. Kredit Usaha Rakyat (KUR)

KUR adalah fasilitas ktedit yang digunakan sebagai tambahan modal usaha produktif dalam bentuk kredit modal kerja, nasabah juga dapat menggunakan fasilitas kredit ini menjadi kredit investasi.

pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) merupakan salah satu program pemerintah dalam meningkatkan akses pembiayaan kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang disalurkan melalui lembaga keuangan dengan pola penjaminan. Kredit usaha rakyat dapat diartikan juga sebagai kredit atau pembiayaan modal kerja dan/atau investasi kepada debitur individu/perseorangan, badan usaha dan/atau kelompok usaha yang produktif dan layak namun belum memiliki agunan tambahan atau agunan tambahan belum cukup.

Program KUR dimaksudkan untuk memperkuat kemampuan permodalan usaha dalam rangka pelaksanaan kebijakan percepatan pengembangan sektor riil dan pemberdayaan UMKM. Sementara itu, BSI kredit usaha rakyat merupakan salah satu produk yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia terkait kegiatannya dalam melakukan penyaluran dana. BSI kredit usaha rakyat adalah produk ataupun program pemerintah yang diperuntukkan bagi usaha mikro, kecil dan menengah yang punya usaha layak dan produktif sesuai prinsip syariah dengan skema Murabahah, Ijarah dan MMQ.

Jenis-jenis KUR BSI

Bank Syariah Indonesia me KUR Kecil, KUR Mikro, nawarkan tiga jenis Kredit Usaha Rakyat (KUR), yaitu KUR Super Mikro, KUR Mikro dan KUR Kecil, Setiap jenis KUR ini memiliki persyaratan dan ketentuan yang berbeda sebagai berikut:

1) KUR Super Mikro

Jenis KUR ini ditujukan untuk pemenuhan kebutuhan modal kerja dan investasi UMKM. Plafon pembiayaan maksimum yang diberikan oleh BSI KUR Super Mikro adalah Rp 10 juta.

2) KUR Mikro BSI

Merupakan pembiayaan untuk modal kerja dan investasi dengan batas yang lebih tinggi. Nasabah dapat mengajukan KUR Mikro dengan jumlah dari Rp 11 juta hingga Rp 100 juta.

3) KUR Kecil

Program pembiayaan modal kerja dan investasi bagi UMKM dengan limit yang lebih besar. Nasabah BSI dapat mengajukan pembiayaan melalui KUR Kecil dengan nilai lebih dari Rp 101 juta hingga Rp 500 juta.

Syarat Pinjaman Modal KUR BSI

Untuk bisa mengajukan pinjaman KUR Bank BSI, ada beberapa persyaratan khusus yang harus dipenuhi :

- 1) Merupakan Warga Negara Indonesia (WNI)
- 2) Berusia minimal 21 tahun atau sudah menikah dan maksimal 65 tahun pada saat jatuh tempo pembiayaan.
- 3) Memiliki usaha produktif yang sudah berjalan minimal 6 bulan
- 4) Memiliki surat keterangan usaha atau SIUP
- 5) Memiliki NPWP untuk pinjaman di atas Rp50 Juta
- 6) Memiliki dokumen jaminan atau agunan yang sesuai dengan plafon pembiayaan yang diajukan (BPKB kendaraan bermotor, SHM, SHGB)

- 7) Memiliki dokumen pendukung lainnya seperti fotokopi KTP suami dan istri (e-KTP), fotokopi kartu keluarga, fotokopi buku nikah, dan pas foto ukuran 4x6

4. Badan Usaha Mikro (BUM)

BSI Usaha Mikro merupakan produk pembiayaan usaha mikro dari bank kepada perorangan atau badan usaha yang memiliki usaha mikro baik untuk modal kerja ataupun investasi dengan plafon minimal 5 juta. Produk pembiayaan ini merupakan produk pinjaman dengan agunan berupa tanah dan bangunan, kendaraan ataupun sebagainya. Dengan adanya pembiayaan ini diharapkan dapat dijadikan tambahan modal bagi pelaku usaha mikro.

Perkembangan usaha akan dilihat dari proses jalannya usaha itu sendiri dan kemungkinan adanya usaha tersebut untuk tumbuh dan berkembang. Perkembangan usaha dapat diukur dengan melihat pertumbuhan penjualan, bertambahnya karyawan, peningkatan laba, dan peningkatan nilai asset.

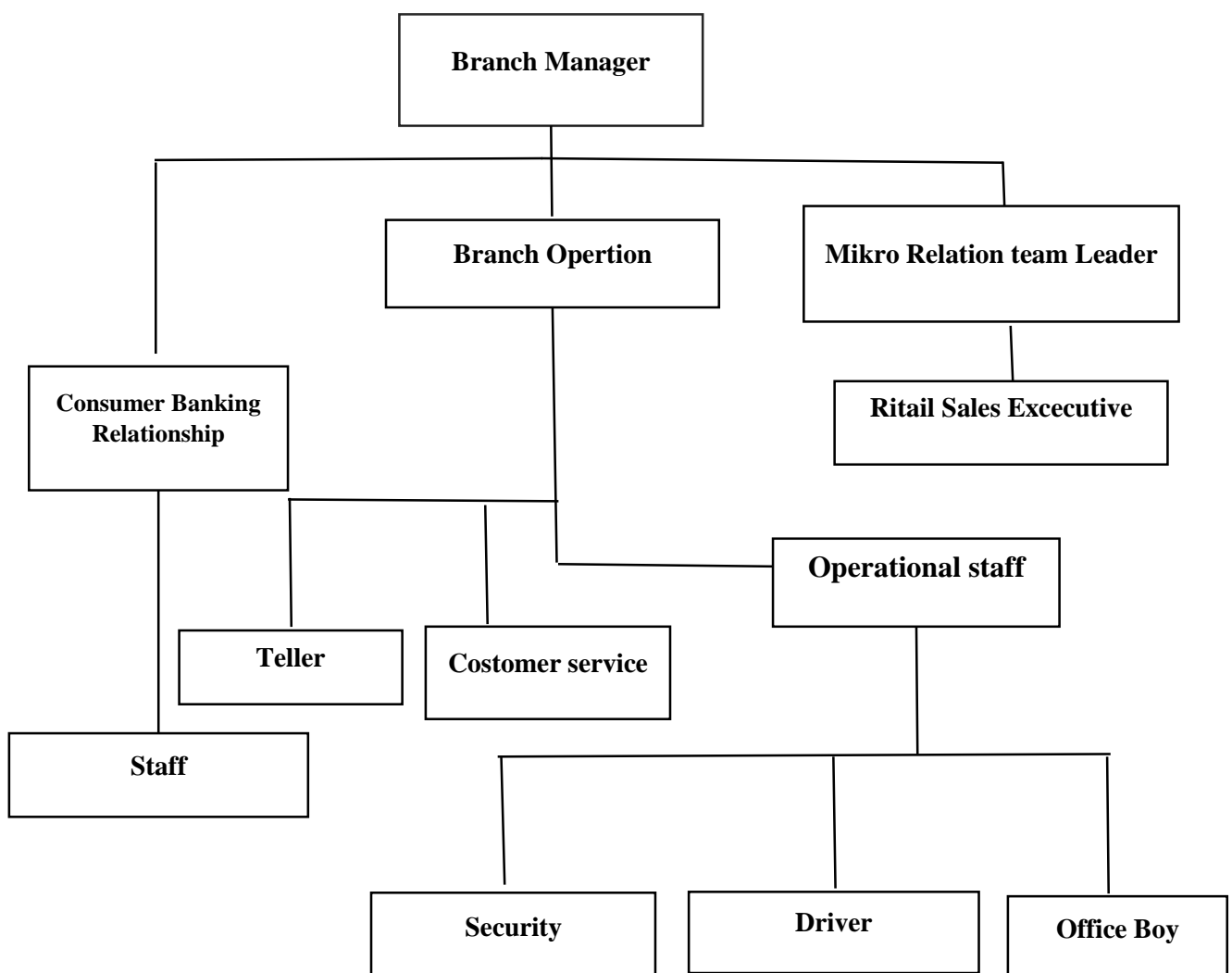
Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah didefinisikan sebagai berikut:

- 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50 jt. tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300 jt.
- 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria yaitu, Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50 jt., sampai dengan paling banyak Rp.500 jt tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

- 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan memiliki kekayaan bersih lebih Rp. 50 jt. sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

6. Struktur Organisasi dan Deskripsi Tugas

Struktur organisasi pada BSI Kantor Cabang Simeulue



Tabel 4.1 Struktur Organisasi PT. BSI KC Simeulue

Deskripsi tugas antara lain:

a. Branch Manager (Pimpinan Cabang)

Sebagai Pemimpin memiliki tugas membawahi seluruh bagian yang ada dan bertanggung jawab atas segala kegiatan yang menyangkut perkembangan dan kelangsungan hidup bank serta yang terpenting adalah menetapkan berbagai kebijakan-kebijakan dan pengambilan keputusan demi kemajuan BSI Tanggung Jawab Pemimpin:

- 1) Seluruh operasional kantor cabang syariah dan unit kantor dibawahnya kepada direksi.
- 2) Kinerja kantor cabang syariah dengan mengacu pada rencana kerja anggaran tahunan dan standar rasio yang sehat.
- 3) Pencapaian progam kerja kantor cabang syariah.
- 4) Kelayakan dan kualitas pembiayaan yang diberikan.
- 5) Pengeluaran biaya yang terjadi di kantor cabang syariah
- 6) Kebenaran dan ketetapan waktu laporan yang diterbitkan.
- 7) Pemahaman dan kepatuhan melaksanakan pekerjaan sesuai dengan standar operasional prosedur dilingkungan kantor cabang syariah.
- 8) Keberhasilan pelaksanaan standar pelayanan Bank Sumut dilingkungan kantor cabang syariah.
- 9) Disiplin kerja pejabat dan pegawai dilingkungan kantor cabang syariah.
- 10) Keamanan transaksi dan penggunaan aplikasi OLIB'S.
- 11) Kerahasiaan dan keselamatan dokumen, arsip serta seluruh kelayakan perusahaan yang berada dilingkungan kantor cabang syariah.

b. Branch operation (Manajer Operasional)

Tugas manajer operasional :

- 1) Membantu pimpinan cabang syariah.
- 2) Mengajukan rencana anggaran, investasi, inventaris untuk seksi operasional yang akan dituangkan ke dalam Rencana Kerja Anggaran Tahunan Bank.

- 3) Menyusun program kerja seksi operasional sehubungan dengan upaya pencapaian target rencana kerja dan melakukan pemantauan serta mengevaluasi pelaksanaannya.
- 4) Menindaklanjuti hasil temuan dan/atau rekomendasi dari control inten atau satuan pemeriksaan internal kepada pimpinan cabang syariah.
- 5) Melakukan proses tutup hari transaksi dan mencetak rekap lampiran serta mencocokkannya dengan neraca.
- 6) Mengkoordinir pembuatan perhitungan ongkos yang masih harus dibayar pada akhir tahun buku.
- 7) Mengatur pemakaian kendaraan dinas untuk keperluan kantor cabang syariah.
- 8) Mengatur penjilidan nota-nota dan dokumen serta menata usahakan penyimpanannya.
- 9) Melakukan administrasi dan pendistribusian surat menyurat dan mengawasi, memelihara serta mengatur ruang arsip kantor cabang syariah.
- 10) Menatausahakan surat edaran, surat induksi, surat keputusan nota dinas direksi dan naskah tata dinas lainnya.
- 11) Memonitor dan mengerjakan pengiriman surat melalui tromol pos maupun pengantar surat.
- 12) Membuat laporan terkait operasional seksi operasional sesuai ketentuan yang berlaku.
- 13) Melakukan evaluasi atas kinerja seksi operasional.
- 14) Melakukan tugas lainnya sesuai fungsi dan aktivitas seksi operasional.

Tanggung jawab manajer operasional :

- 1) Seluruh operasional, seksi operasional wakil pimpinan cabang syariah.
- 2) Kinerja seksi operasional dengan mengacu pada rencana kerja anggaran tahunan dan standar rasio yang sehat.

- 3) Pencapaian program kerja seksi operasional.
- 4) Disiplin kerja pejabat, staf dan pegawai dilingkungan seksi operasional
- 5) Kebenaran dan ketepatan waktu laporan yang diterbitkan.
- 6) Penerapan tata kelola perusahaan dilingkungan seksi operasional.
- 7) Keberhasilan pelaksanaan standar pelayanan Bank Sumut dilingkungan seksi operasional.
- 8) Keamanan transaksi dan penggunaan aplikasi OLIB'S.
- 9) Kerahasiaan dan keselamatan dokumen, arsip serta seluruh kelayakan perusahaan yang berada dilingkungan seksi operasional.

c. Consumer Banking Relationship (pimpinan seksi pemasaran)

Tugas Seksi Pemasaran adalah membantu pimpinan cabang syariah dalam:

- 1) Kegiatan pembiayaan produk penghimpunan dana, pembiayaan dan jasa bank serta layanan syariah sesuai rencana kerja bank.
- 2) Melakukan analisa permohonan pembiayaan dan bank garansi.
- 3) Mengawasi kepatuhan pegawai melaksanakan standar operasional prosedur dilingkungan seksi pemasaran.
- 4) Mengawasi pelaksanaan tata kelola perusahaan (GCG) oleh pegawai dilingkungan seksi pemasaran.
- 5) Penggunaan teknologi informasi oleh pejabat dan pegawai dilingkungan seksi pemasaran.
- 6) Mengawasi pelaksanaan standar pelayanan Bank Sumut oleh pegawai dilingkungan seksi pemasaran.
- 7) Mengajukan rencana anggaran, investasi, inventaris seksi pemasaran untuk dituangkan ke dalam rencana anggaran tahunan bank.
- 8) Menyusun program kerja seksi pemasaran sehubungan dengan upaya pencapaian target rencana kerja dan melakukan pemantauan serta mengevaluasi pelaksanaannya.

- 9) Menindaklanjuti hasil temuan atau rekomendasi dari control internal satuan pemeriksaan internal serta melaporkan tindak lanjut temuan kepada Pemimpincabang syariah.
- 10) Menghadiri dan memberikan pendapat dalam rapat kelompok pemutus pembiayaan.
- 11) Melakukan kunjungan ke lokasi usaha atau proyek yang telah dibiayai serta periodik dalam rangka pengawasan atas pembiayaan yang diberikan.
- 12) Memberikan saran atau pertimbangan kepada pimpinan cabang syariah tentang langkah-langkah yang perlu diambil dibidang tugasnya.
- 13) Melakukan koordinasi kerja dengan unit kerja di kantor cabang syariah.
- 14) Membuat laporan terkait operasional seksi pemasaran sesuai ketentuan yang berlaku.
- 15) Melaksanakan tugas lainnya sesuai fungsi dan aktifitas seksi pemasaran.

Tanggung Jawab Seksi Pemasaran:

- 1) Pencapaian target penghimpunan dana, pembiayaan, pembiayaan produk jasa bank dan pembiayaan syariah (Office Chanelling).
- 2) Pencapaian program kerja seksi pemasaran.
- 3) Kelayakan dan kualitas pembiayaan yang diberikan.
- 4) Kebenaran dan ketepatan waktu laporan yang diterbitkan.
- 5) Pemahaman dan kepatuhan melaksanakan pekerjaan sesuai dengan standar operasional prosedur dilingkungan pegawai seksi pemasaran.
- 6) Keberhasilan pelaksanaan standar pelayanan Bank syariah dilingkungan pegawai seksi pemasaran.
- 7) Disiplin kerja dilingkungan pegawai seksi pemasaran.
- 8) Keamanan transaksi dan penggunaan aplikasi OLIB'S oleh pegawai seksi pemasaran.

- 9) Kerahasiaan dan keselamatan dokumen, arsip serta seluruh kekayaan perusahaan yang berada dilingkungan seksi pemasaran.
- 10) Memegang teguh rahasia jabatan dan rahasia bank.

d. Mikro Relation team Leader (Pemimpin Seksi ADM)

Tugas seksi ADM & penyelamatan pembiayaan adalah membantu pimpinan cabangsyariah dalam:

- 1) Kegiatan administrasi pembiayaan.
- 2) Melakukan kunjungan kepada debitur bermasalah dan pengupayaan penyelesaian pembiayaan non lancar sesuai ketentuan yang berlaku.
- 3) Penyelenggaraan kegiatan yang berhubungan dengan restrukturisasi pembiayaan.
- 4) Mengawasi kepatuhan dalam melaksanakan standar operasional prosedur dilingkungan pegawai seksi Adm & penyelamatan pembiayaan.
- 5) Mengawasi penggunaan teknologi informasi dilingkungan pegawai seksi Adm & penyelamatan pembiayaan.
- 6) Mengajukan rencana anggaran, investasi, inventaris seksi Adm & penyelamatan pembiayaan.
- 7) Menyusun program kerja seksi Adm & penyelamatan pembiayaan sehubungan dengan upaya pencapaian target rencana kerja dan melakukan pemantauan serta mengevaluasi pelaksanaannya.
- 8) Menyusun jadwal kunjungan tim penyelamatan pembiyaan dan mengkoordinir penagihan tunggakan pembiayaan.
- 9) Membuat surat peringatan dan surat panggilan kepada debitur pembiayaan non lancer.
- 10) Membuat laporan terkait operasional seksi Adm & penyelamatan pembiayaan.
- 11) Melakukan evaluasi atas kinerja seksi Adm & penyelamatan pembiayaan.

- 12) Mewakili bank dalam mengadakan hubungan atau kerjasama dengan pihak lain berkaitan pelaksanaan fungsi seksi Adm & penyelamatan pembiayaan.
- 13) Menghadiri dan memberikan pendapat dalam rapat kelompok pemutus pemasaran.
- 14) Mempersiapkan surat pengajuan penagihan dan penyelamatan pembiayaan bermasalah kepada BUPLN melalui/atas izin kantor pusat.
- 15) Mengelola dan mengamankan kunci penyimoanan surat barang agunaan pembiayaan.

Tanggung jawab Pemimpin seksi Adm dan penyelamatan pembiayaan:

- 4) Seluruh kegiatan operasional seksi Adm dan penyelamatan pembiayaan kepada Pemimpin cabang syariah.
- 5) Kinerja seksi Adm dan penyelamatan pembiayaan dengan mengacu pada rencana kerja tahunan dan standar rasio yang sehat.
- 6) Penerapan tata kelola perusahaan dilingkungan pegawai seksi Adm dan penyelamatan pembiayaan.
- 7) Keamanan transaksi dan penggunaan aplikasi OLIB'S.
- 8) Kebenaran dan ketetapan waktu laporan yang diterbitkan.
- 9) Kerahasiaan dan kepatuhan melaksanakan pekerjaan sesuai dengan standar operasional prosedur dilingkungan pegawai seksi Adm dan penyelamatan pembiayaan.
- 10) Pencapaian program kerja seksi Adm dan penyelamatan pembiayaan.

e. Teller

Tugas Teller:

- 1) Melayani penyeteran dan pembayaran tunai sehubungan transaksi.
- 2) Melakukan pembayaran dan penerimaan yang berhubungan dengan pembayaran biaya bank, personalia dan umum melalui counter bank.

- 3) Menyusun daftar penerimaan dan pengeluaran uang tunai dan melakukan pencocokan saldo dengan fisik uang dan saldo pada neraca harian.

f. Costumer Service

Tugas Costumer Service:

- 1) Memberikan pelayanan kepada nasabah yang berkaitan dengan pembukaan rekening tabungan, giro, pembukaan deposito, permohonan nasabah yang lainnya.
- 2) Menerima, melayani dan mengatasi permasalahan yang disampaikan nasabah sehubungan dengan ketidakpuasan nasabah atas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank.
- 3) Mengadministrasi daftar hitam Bank Indonesia dan daftar rehabilitasi nasabah serta file nasabah.
- 4) Mengadministrasi resi permintaan dan pengembalian buku cek dan bilyet giro serta surat kuasa.
- 5) Memberikan informasi tentang saldo dan mutasi nasabah.
- 6) Mengadministrasi buku cek, bilyet giro dan buku tabungan.

B. Hasil penelitian

Penelitian dilakukan pada tanggal 03 Juli 2023 sampai dengan 01 Agustus 2023 di Bank BSI Kantor Cabang Simeulue.

1. Strategi apa yang digunakan dalam pemasaran produk pada bank BSI KC Simeulue. Strategi pemasaran yang digunakan oleh bank ialah menggunakan beberapa strategi diantaranya:

Pertama yakni strategi produk, menciptakan minat dan kesuksesan terhadap produk (Product Attractiveness), Berdasarkan hasil survey yang peneliti lakukan dapat diketahui bahwa, sarana ataupun cara promosi yang dilakukan bank BSI KC Simeulue adalah memasarkan produk-produknya bank melakukan inovasi-inovasi dan pengembangan produk dan layanan jasa guna menyesuaikan kebutuhan masyarakat. Bank BSI memiliki produk tabungan unggulan yaitu pada tabungan seperti BSI Easy Wadiah dan tabungan Easy Mudharabah, selain itu juga pada pembiayaan seperti Cicil emas, KUR dan BUM banyak nasabah yang tertarik dengan produk tersebut karena fasilitas dan harga yang ditawarkan sesuai dengan keinginan nasabah. Bank BSI juga telah melakukan inovasi produk tabungan yaitu seperti tabungan SimPel, tabungan yang diperuntukkan untuk pelajar.

Kemudian tabungan impian merupakan simpanan berjangka, tabungan yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabah (kurban, pendidikan, liburan, dan belanja), tabungan ini memakai mekanisme setoran rutin bulanan.

Kedua yakni strategi harga yaitu mendorong kesungguhan konsumen untuk membeli dengan menciptakan harga yang dapat diterima (Price Acceptable), Strategi harga bank menawarkan margin pembiayaan yang kompetitif yaitu margin 9% efektif pertahun. Selain itu bank juga menawarkan harga pada produk tabungan lebih murah daripada harga pada produk tabungan bank-bank konvensional.

Ketiga yaitu, strategi Tempat (Place), sebelum bank memasarkan produknya, maka sudah ada perencanaan tentang pola distribusinya. Letak Bank BSI KC Simeulue sudah strategis yakni terletak di dekat pasar.

Keempat yaitu Strategi promosi yaitu menciptakan kepedulian konsumen terhadap produk meningkatkan promosi kemasyarakatan, baik itu masyarakat biasa maupun pelaku ekonomi. Berdasarkan hasil survey yang peneliti lakukan dapat

diketahui bahwa, sarana ataupun cara promosi yang dilakukan bank BSI KC Simeulue adalah memasarkan produk-produknya dengan Advertising (periklanan), media periklanan yang digunakan Bank yaitu menggunakan Banner yang di pasang ditempat-tempat ramai. Memberikan promosi dengan mengunjungi lembaga – lembaga atau institusi pemerintahan terkait produk bank dan berkunjung ke pasar dengan pelaku usaha. untuk brosur, diberikan kepada setiap nasabah yang datang ke kantor dan calon-calon nasabah yang didatangi pihak bank secara langsung.

Bank BSI menampilkan bentuk brosur yang lengkap mengenai fasilitas dan kemudahan yang ditawarkan dalam produk yang akan dipromosikan semenarik mungkin. Dengan demikian, para nasabah atau calon nasabah dapat mengenal dan mengetahui produk yang dipilihnya berdasarkan informasi yang didapat dari brosur tersebut.

2. Pengetahuan nasabah tentang penggunaan teknologi informasi yang ada pada bank, terkait dengan pengetahuan nasabah tentang teknologi informasi menurut hasil surve yang peneliti lakukan di bank BSI KC Simeulue, ada beberapa nasabah yang kurang memahami tentang penggunaan teknologi informasi seperti mobile banking dan pemakaian ATM, tetapi banyak juga yang sudah menggunakan teknologi tersebut. Bank BSI KC Simeulue sendiri lebih sudah memakai teknologi sistem informasi yang mencakup daerah luas berdasarkan teknologi yang berkembang.

Berikut teknologi yang ada digunakan yaitu :

1. Teknologi ATM Merupakan salah satu teknologi sistem informasi yang digunakan oleh bank.
2. E-Banking Layanan perbankan yang memediasi media elektronik. Fitur-fitur yang tersedia dalam elektronik banking ini adalah internet banking dan mobile banking.

- 1) Internet Banking

Internet Banking merupakan layanan perbankan yang memakai teknologi komunikasi dan informasi. Contoh layanan yang disediakan oleh internet banking yaitu Transfer Dana (antar rekening dan bank), Pembayaran (pulsa, listrik, internet, angsuran, asuransi, pendidikan, tiket dan

sebagainya), Kartu Kredit dan Auto Debit, informasi perbankan, dan histori transaksi.

2) SMS Banking

Layanan perbankan yang dapat di akses dari ponsel yang dilengkapi dengan media SMS.

3) Mobile Banking

Adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung dari ponsel GSM (Global for Mobile Communication) melalui SMS (Short Message Service). Jenis transaksi dalam Mobile Banking ini adalah: Transfer dana, Informasi saldo, Mutasi rekening, Informasi nilai tukar, Pembayaran (kartu kredit, PLN, telepon handphone, listrik dan asuransi, dan pembelian seperti isi pulsa ulang, dan lain-lain.

BSI Mobile merupakan aplikasi mobile dari Bank Syariah Indonesia yang bisa dimanfaatkan melalui fitur yang bisa digunakan nasabah yaitu BSI Mobile yang berbasis QRIS:

- a) Info Rekening, menampilkan informasi rekening
- b) Transfer, memudahkan nasabah untuk mengirimkan dana ke rekening tujuan.
- c) Pembayaran, fitur ini untuk melakukan transaksi pembayaran berbagai kebutuhan.
- d) Pembelian menyediakan berbagai transaksi pembelian untuk kebutuhan apa saja.
- e) E-mas, fitur e-mas dan gadai emas di BSI Mobile.
- f) Tarik Tunai, untuk melakukan penarikan dana tunai di rekening BSI Kamu tanpa kartu Bank Syariah Indonesia Debit.
- g) Favorit, untuk menyimpan transaksi yang paling sering dilakukan, sehingga memudahkan aksesnya secara langsung.
- h) QRIS, untuk melakukan transaksi apa saja dengan mudah, cukup melalui scan QR yang disediakan.
- i) Pakai Fitur QRIS dari BSI Mobile Dijamin Untung.

3. Adapun terkait kendala nasabah yang sering mengalami masalah seperti:
 - 1) Adanya kendala jaringan pada sistem pada bank BSI KC Simeulue
 - 2) Kurangnya pada fasilitas tempat duduk untuk nasabah yang melakukan antrian saat transaksi.
 - 3) ATM yang bermasalah ketika nasabah melakukan penarikan uang nasabah.

Adapun kendala diatas pihak bank BSI KC Simeulue akan memberikan solusi berupa arahan dan membantu nasabah sehingga dapat menyelesaikan kendala yang dihadapi oleh nasabah tersebut ,bank juga memberikan pelayanan terbaik kepada nasabahnya.

C. Pembahasan

Strategi pemasaran yaitu sebagai salah satu rencana yang menyeluruh, menyatu dan terpadu dalam bidang pemasaran, yang memberikan pedoman tentang kegiatan yang akan dilakukan agar mencapai tujuan perusahaan melalui periklanan, program promosi, penjualan, program produk, dan pendistribusian. Pemasaran merupakan salah satu hal yang tidak dapat dipisahkan dalam aktivitas bisnis. Pemasaran bukan hanya sebagai sebuah fungsi atau departemen dalam perusahaan, tetapi bagaimana pasar dapat berjalan secara kreatif dan inovatif.

Pemasaran bukan hanya untuk menjual atau seperti yang dipahami beberapa kalangan hanyalah marketing mix saja. Pemasaran dalam perspektif syariah adalah segala aktivitas bisnis dalam bentuk kegiatan penciptaan, penawaran, dan perubahan value yang memungkinkan pelakunya bertumbuh serta mendayagunakan kemanfaatannya yang dilandasi dengan kejujuran, keadilan, dan keikhlasan.(Sumaterautara et al., 2021)

Strategi marketing terdiri atas tiga komponen utama yang meliputi, Segmentasi pasar adalah membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang dibedakan menurut kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku, yang mungkin membutuhkan produk yang berbeda. Adapun tujuan diterapkannya segmentasi pasar adalah Untuk melayani konsumen secara lebih baik dan memperbaiki posisi kompetitif perusahaan terhadap pesaing.

Produk bank merupakan instrumen atau perangkat yang dibeli dan dijual oleh bank. Hal ini sesuai dengan fungsinya bahwa bank adalah lembaga keuangan dimana kegiatan sehari-harinya adalah dalam bidang jual beli uang. Tentu saja sebelum menjual uang (memberikan pinjaman) bank harus lebih dulu membeli uang (menghimpun dana) sehingga dari selisih bunga tersebutlah bank mencari keuntungan

Bank syariah memiliki perbedaan yang mendasar apabila dibandingkan dengan bank non syariah (bank konvensional). Pada dasarnya, segala dunia usaha, termasuk perbankan, Islam, bertujuan untuk menciptakan keuntungan (profit oriented). Namun, guna menghasilkan keuntungan tersebut terdapat beberapa hal yang harus dihindari oleh bank syariah karena bertentangan dengan syariat Islam. Salah satunya adalah bunga bank yang dalam istilah Islam disebut dengan riba. Hal ini didasarkan pada firman Allah SWT yang menyebutkan bahwa “Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”.

Perkembangan teknologi informasi telah mempengaruhi kebijakan dan strategi bisnis yang selanjutnya mendorong inovasi dan persaingan di bidang jasa, khususnya jasa pembayaran bank. Inovasi layanan perbankan berbasis teknologi terus berkembang sesuai dengan pola kebutuhan nasabah perbankan. Elektronik banking merupakan bentuk dari pengembangan dari penyedia layanan perbankan yang menawarkan peluang bisnis baru bagi bank membuat strategi perbankan lebih efisien.

Teknologi informasi kini telah mewarnai dunia perbankan. Dengan adanya sistem online yang dikelola oleh teknologi komputer dan teknologi komunikasi, nasabah dapat menarik uang dari cabang bank yang sama dimana mana. Dalam perkembangan selanjutnya, sistem tersebut akan dilengkapi dengan ATM (Anjungan Tunai Mandiri) yang memungkinkan nasabah untuk menarik uang secara mandiri di luar jam kantor bank. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi perbankan nasional relative.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Produk Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi di PT. BSI KC Simeulue ”, maka dapat disimpulkan.

1. Analisis strategi pemasaran produk yang dilakukan bank adalah dengan memadukan komponen-komponen yang ada pada marketing mix yaitu strategi promosi, strategi produk, strategi harga dan strategi service. nasabah akan mendapatkan informasi yang jelas mengenai keunggulan produk yang ditawarkan, harga yang ditawarkan, serta fasilitas-fasilitas yang akan diberikan. Dengan adanya strategi tersebut jumlah nasabahnya bank BSI setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan. Hal tersebut menunjukkan bahwa strategi yang sudah diupayakan bank sangat membantu dalam meningkatkan jumlah nasabah.
2. Pengetahuan nasabah tentang Teknologi Informasi yang digunakan oleh bank dalam pelayanan nasabah dimana bank menyediakan aplikasi seperti Mobile Banking, gris dan lain-lain. Teknologi informasi yang digunakan Sudah berjalan dengan baik, dimana nasabah yang menggunakan teknologi informasi seperti mobile banking nasabah sudah sangat puas dengan fitur yang sangat lengkap dan murah administrasinya.
3. Jika ada nasabah yang memiliki kendala saat bertransaksi melalui teknologi informasi yang diberikan maka bank akan menyelesaikan kendala tersebut, dengan mendatangi langgung kantor bank dan bank akan membantu nasabah tersebut.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan di atas, maka penulis ingin memberikan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan pihak Bank BSI KC Simeulue dapat memberikan strategi baru sehingga nasabah dapat terus memahami tentang teknologi yang diberikan kepada nasabah agar tidak terjadinya risiko yang kemungkinan akan terjadi contoh penggunaan teknologi seperti mobile banking yang mungkin sering bermasalah baik dalam transfer atau pun penarikan uang tunai yang dialami oleh nasabah.
2. Diharapkan pihak bank lebih memberikan tempat bagi nasabah yang
3. Bagi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, diharapkan agar dapat menerima memanfaatkan dengan baik hasil temuan dalam penelitian ini yang berguna dalam memberikan kontribusi ilmu pengetahuan untuk kiranya dijadikan sebagai masukan dan evaluasi terkait perkembangan tema penelitian khususnya bagi Program Studi Perbankan Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- A, A., T, T., & I, I. (2022). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Meningkatkan Minat Masyarakat di Bank Syariah Indonesia KCP Takalar Sulawesi Selatan. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 5(2), 169. <https://doi.org/10.30595/jhes.v5i2.13792>
- Amalina, N., Dhiawy, V., Sitorus, H., Hasibuan, Y. A., Islam, U., Sumatera, N., Estate, M., & Serdang, K. D. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran Bank Syariah Indonesia Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi*. 1(1).
- Anggraini, D., & Sudharyati, N. (2022). *ANALISIS STRATEGI MARKETING SYARIAH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH BSI OTO PADA PT . BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU SIPIN BAKARUDDIN JAMBI ANALYSIS OF SHARIA MARKETING STRATEGY INCREASING THE NUMBER OF BSI OTO CUSTOMERS AT PT . BANK SYAR*. 2(2), 119–132.
- E-issn, V. N. P., Ainulyaqin, M. H., & Edy, S. (2021). *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Analisis Peranan Strategi Marketing Funding dalam Peningkatan Jumlah Nasabah dan Dana Pihak Ketiga : Studi pada PT BPRS Harta Insan Karimah Cikarang Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syar*. 3(1), 142–153. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i1.308>
- Katsier, I. (2000). *Terjemahan Singkat Tafsir Ibnu Katsir*. PT Bina Ilmu: Surabaya.
- Keller dan Armstrong. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Kedua Belas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*.
- Niswah, K., & Tambunan, K. (2022). Analisis Strategi Manajemen Bank Syariah Indonesia Dalam Meningkatkan Market Share Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(6), 1272–1289. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i6.1210>
- Parepare, I., & Parapare, I. (2021). *STRATEGI MARKETING FUNDING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI BANK BNI*. 3(November).

- Pradesyah, R. (2019). Analisis Perkembangan Akad-Akad Di Bank Syariah. : : *Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1). <https://doi.org/10.30596/Aghniya.V1i1.2561>.
- Sagita Widyawati, Muhammad Iqbal Fasa, S. (2022). Analisis Strategi Promosi Terhadap Pengembangan Produk Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMAK)*, 1(3), 355–368.
- Saladin, D. (2007). *Intisari Pemasaran & Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Sari, V. K., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Surabaya, M. (2023). PADA BANK MINI (*Studi Kasus di Bank Mini MI Plus Darul Hikmah Kalijaten-Taman-Sidoarjo*). 3(2), 550–559.
- Silaban, B. E. (2006). Analisis Strateg. *Journal Esensi*, 2006), Vol. No. 1, Hal. 2.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development) (S. Y. Suryandari (ed.); 4th ed.)*. CV. ALFABETA.
- Suhendi, H. (2002). *Fiqh Muamalah*. Raja Grafindo.
- Sumaterautara, U. M., Syariah, P., & Marketing, S. (2021). *Spiritual Marketing Dalam Memaksimalkan Pemasaran Syariah*. 537–543.
- Suwiknyo, D. (2010). *Jasa-jasa Perbankan Syariah*. Pustaka Pelajar.
- Tanjung, M. S. B. (2019). *Aktivitas Pemasaran Produk Bank (Studi Kasus: Pada Pt. Bank Perkreditan Rakyat Berok Gunung Pangilun Padang)*. 1–24. <https://osf.io/preprints/39cr2/>
- Tjiptono, F. (1995). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Trisna Dwi Salsabilah, Muhammad Iqbal Fasa, S. (2022). Strategi Pemasaran Pada Kualitas Produk Dalam Meningkatkan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMAK)*, 1(3), 327–342.

LAMPIRAN





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

FAKULTAS Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/11/2019
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Hal : Permohonan Persetujuan Judul

13 Jumadil Akhir 1444

H
Kepada : Yth Bapak Dekan FAI UMSU

06 Januari 2023 M

Di
Tempat

Dengan Hormat
 Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Maria Sasmita
 Npm : 1901270026
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Kredit Kumalatif : 3,63
 Megajukan Judul sebagai berikut :



No	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1	Analisis Strategi peningkatan number of account di PT. BSI KC Simeulue	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
2	Peran bank syariah terhadap kesadaran masyarakat akan pentingnya literasi keuangan syariah dan larangan riba. Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Simeulue			
3	Analisis penerapan manajemen risiko dan fungsi audit internal dalam meningkatkan profitabilitas perbankan syariah. Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Simeulue			

Demikian Permohonan ini saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.
 Wassalam

Hormat Saya

[Signature]
 - Maria Sasmita

Keterangan :

- Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :
1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
 2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi
 3. Asli untuk Ketua/Sekretaris Jurusan yang dipakai pas photo dan Map

** Paraf dan tanda ACC Dekan dan Ketua Jurusan pada lajur yang di setuju dan tanda



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No.89/SK/BAN-PT/Akre/PT/III/2019
 Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
<http://fai.umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya



Hal : Permohonan Pergantian Judul
 Kepada Yth :
 Dekan Fakultas Agama Islam
 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

04 Sya'ban 1444 H
 25 Februari 2023 M

Di -
 Tempat

Dengan Hormat

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Maria Sasmita
 Npm : 1901270026
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Kredit Kumalatif : 3,63

Megajukan pergantian judul sebelum seminar proposal sebagai berikut



Judul Awal

Analisis Strategi Peningkatan Number Of Account di PT BSI KC Simeulue

1. Alasan pergantian judul : 1. Kurangnya keterbatasan referensi terkait judul yang dimaksud
2. Dosen pembimbing yang merekomendasikan agar judul diganti oleh Uswah Hasanah, S.Ag.MA

Ketetapan Judul Yang Di USulkan

Analisis pemasaran produk bank melalui pemanfaatan Teknologi Informasi di PT BSI KC Simeulue

Demikian Permohonan ini Saya sampaikan, dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam
 Hormat Saya

Mengetahui
 Dosen Pembimbing

Sasmita

Maria Sasmita
 NPM : 1901270026

Uswah

Uswah Hasanah, S.Ag.MA
 NIDN : 0103087304

Ketua Program Studi Perbankan Syariah

Mengetahui
 Dekan FAI UMSU

 Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA
 NIDN : 0103067503

Rahmayati
 Dr. Rahmayati, S.E.I.M.E.I
 NIDN : 0102108902



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 69/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Ela menjarah tami lai agar distuokas
 Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Rahmayati, SE, I, M, EI
 Dosen Pembimbing : Uswah Hasanah, S, Ag, MA

Nama Mahasiswa : Maria Sasmita
 Npm : 1901270026
 Semester : VIII
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Produk Bank Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi di PT. BSI KC Simeulue.

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
07.01.2023 12/01/2023 12/01/2023	Siapa syarat perusahaan dan Pegawai di skripsi. juga perusahaan Jumlahnya uraian dari produk perusahaan		
15/01/2023 19/01/2023 21/01/2023	Pegawai struktur organisasi perusahaan Tantangan hasil penelitian. Revisi. pembahasan hasil penelitian secara Jalan rumusan masalah		

Medan, 25.01.2023

Diketahui/Ditetujui

 Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/Ditetujui
 Ketua Program Studi

Dr. Rahmayati, SE, I, M, EI

Pembimbing Skripsi

Uswah Hasanah, S, Ag, MA



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/@umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Rahmayati, SE, I, M, EI
Dosen Pembimbing : Uswah Hasanah, S. Ag. MA

Nama Mahasiswa : Maria Sasmita
Npm : 1901270026
Semester : VIII
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Produk Bank Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi di PT. BSI KC Simeulue.

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
23-08-2023	Tambahkan saran - Revisi abstrak. - Lembar lampiran	7	
25-08-2023	ACE siday nya lya	7	

Medan, 25-08-2023


Diketahui/Disetujui
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi


Dr. Rahmayati, SE, I, M, EI

Pembimbing Skripsi


Uswah Hasanah, S. Ag. MA



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAH-PT/As.KP/P/17/02922

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20230 Telp. (061) 6622409 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631095

https://fal.umsu.ac.id fal@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

06 Dzulqaidah 1444 H
26 Mei 2023 M

Nomor : 642/II.3/UMSU-01/F/2023

Lamp : -

Hal : Izin Riset

Kepada Yth :
Pimpinan PT. BSI KC Simeulue
di-

Tempat.

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa guna memperoleh gelar sarjana S1 di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) Medan, maka kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi data dan fasilitas seperlunya kepada mahasiswa kami yang mengadakan penelitian/riset dan pengumpulan data dengan :

Nama : Maria Sasmita
NPM : 1901270026
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Produk Bank Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi Di PT. BSI KC Simeulue

Demikianlah hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih. Semoga Allah meridhoi segala amal yang telah kita perbuat. Amin.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

A.n Dekan,
Wakil Dekan I



Dr. Zailani, MA
NIDN : 0108108003

CC. File







PT Bank Syariah Indonesia, Tbk
KC Simeulue
Jl. Tengku Djujung No. 111
Amiria Bahagia Kec Simeulut Timur
Kab Simeulue – Aceh 23891
www.bankbsi.co.id

SURAT KETERANGAN

No. 03/422-3/025

Sehubungan dengan surat dari Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Nomor 642/II.3/UMSU-01/F/2023 tanggal 26 Mei 2023 Perihal Izin Riset, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Maria Sasmita
NPM : 1901270026
Program Studi : Perbankan Syariah

Benar telah mengadakan penelitian di PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk Kantor Cabang Simeulue mulai tanggal 03 Juli 2023 s/d 01 Agustus 2023 guna melengkapi data pada penyusunan skripsi yang berjudul "*Analisis Strategi Pemasaran Produk Bank Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi Di PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Simeulue*".

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Sinabang, 02 Agustus 2023

PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk
Kantor Cabang Simeulue

Muzammil
Branch Manager

Letter of Acceptance (LoA)

Dear Author(S) : Maria Sasmita, Uswah Hasanah

Paper ID:	JUMSI-0304092023023
Paper Title:	Analisis Strategi Pemasaran Produk Bank Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi di PT. BSI Kc Simeulue

This is to enlighten you that above manuscript appraised by the proficient and it is accepted by the Board of Referees (BoR) of 'Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Labuhanbatu' for publication in the 'JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI (JUMSI)' that will publish at Volume 3, Issue 4, August 2023. It will be available live at <http://jurnal.ulb.ac.id/index.php/JUMSI/issue> It is advised you to provide us following supporting documents in a single email at jumsi@ulb.ac.id

Information For Author(S)- Please read very carefully.

1. Each author (s) profile (min 100 words) along with a photo should be available in the final paper. The final paper should be prepared as per the journal template. The Paper should have a minimum of 05 pages and a maximum of 20 pages.
2. Author (s) can make rectification/updation in the final paper but after the signing the copyright and final paper submission to the journal, any rectification/updation is not possible.
3. Maximum 05 authors can be seated in a paper. In the case of more than 05 authors, the paper (s) to be rejected.
4. If the above three supporting documents (Final Paper, Copyright and Registration) did not submit to the journal by the author in the given date (s), then paper will automatically suspend from publication for particular volume/issue. During the final email, you have to attach Final Paper, Copyright and Proof of Registration in a single email. Final paper should be prepared as per the reviewer (s) comments. In the case of failure, it to be rejected. Please read review report carefully. It is compulsory to write the Paper ID of the paper in place of Subject Area in the email during the final paper submission. Header and footer of the paper template will be edited by journal staff.
5. Final paper should not have more than 30% plagiarism including reference section.
6. Published paper to be available online August 2023. Paper can not withdraw after submitting the copyright to the journal. Finally, the team of JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI (JUMSI) and Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Labuhanbatu would like to further extend congratulations to you.

Rantauprapat, 27 August 2023



Syaiful Zuhri Harahap, S. Kom., M. Kom
Editor In Chief



JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI (JUMSI) This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Site: www.umsumedan.ac.id
Nomor dan langgunya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

CMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/@umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Rahmayati, SE, I, M, E, I
Dosen Pembimbing : Uswah Hasanah, S. Ag. MA

Nama Mahasiswa : Maria Sasmita
Npm : 1901270026
Semester : VIII
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Produk Bank Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi di PT. BSI KC Simeulue.

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
07/03/2023	- Tambahan pembahasan Fintech di latar belakang - Tambahan teori dan rumus mgslah	P	
08/03/2023	- Tambahan referensi pada bagian pendahuluan - Revisi kerangka pemikiran	P	
09/03/2023	- Tambahan referensi bagian pendahuluan tentang FINTECH	P	
10/03/2023	All Senior proposal	P	

Medan, 2023

Diketahui/Disetujui



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Dr. Rahmayati, SE, I, M, E, I

Pembimbing Proposal

Uswah Hasanah, S. Ag. MA

Bila menjawab surat ini agar disebutkan
 Nomor dan tanggalnya

BERITA ACARA PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI
PERBANKAN SYARIAH

Pada hari **Senin 15 Mei 2023 M** telah diselenggarakan Seminar Program Studi Perbankan Syariah dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Maria Sasmita
 Npm : 1901270026
 Semester : VIII (Delapan)
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul Proposal : Analisis Strategi Pemasaran Produk Bank Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi di PT. BSI KC Simeulue

Disetujui/ Tidak disetujui


Item	Komentar
Judul	
Bab I	- Perbaiki latar belakang masalah - Perbaiki rumusan masalah dan tujuan penelitian
Bab II	- Buat kesimpulan teori. setiap sub bab. - setiap tulisan asing di buat italic.
Bab III	- Perbaiki judul penelitian - Perbaiki data sekunder dan data primer
Lainnya	*
Kesimpulan	Lulus <input checked="" type="checkbox"/> Tidak Lulus <input type="checkbox"/>


Ketua


 (Dr. Rahmayati, M.E.I)

Tim Seminar

Medan, 15 Mei 2023

Sekretaris

 (Riyan Pradesyah SE.Sy, M.E.I)

Pembimbing

 (Uswah Hasanah, S.Ag, MA)

Pembahas

 (Isra Hayati, S.Pd, M.Si)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/@umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Elle menjabar surat ini agar disebutkan
 Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Pengesahan Proposal

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi Perbankan Syariah yang diselenggarakan pada Hari Senin 15 Mei 2023 M dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Maria Sasmita
 Npm : 1901270026
 Semester : VIII (Delapan)
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul Proposal : Analisis Strategi Pemasaran Produk Bank Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi di PT. BSI KC Simeulue

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi dengan Pembimbing.

Medan 15 Mei 2023

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Dr. Rahmayati, M.E.I)

Sekretaris Program Studi

(Riyan Pradesyah SE.Sy, M.E.I)

Pembimbing

(Uswah Hasanah, S.Ag, MA)

Pembahas

(Isra Hayati, S.Pd, M.Si)

Diketahui/ Disetujui
 A.n Dekan
 Wakil Dekan I



Dr. Zailani, MA



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI-PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
PERPUSTAKAAN

Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Perpustakaan Nasional Republik Indonesia No. 00059/LAP.PT/IX.2018
 Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567
 NPP. 1271202D1000003 <http://perpustakaan.umsu.ac.id> perpustakaan@umsu.ac.id [perpustakaan_umsu](https://www.instagram.com/perpustakaan_umsu)

SURAT KETERANGAN

Nomor : 2277/ KET/II.3-AU /UMSU-P/M/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan hasil pemeriksaan data pada Sistem Perpustakaan, maka Kepala Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan ini menerangkan :

Nama : MARIA SASMITA
NPM : 1901270026
Fakultas : Agama Islam
Jurusan : Perbankan Syariah

telah menyelesaikan segala urusan yang berhubungan dengan Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.

Demikian surat keterangan ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 08 Shaffar 1445 H.
 25 Agustus 2023 M.

Kepala Perpustakaan



Dr. Muhammad Arifin, M.Pd.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Maria Sasmita
Tempat, Tanggal Lahir : Kuala Baru, 11 April 2002
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Kuala Baru
Email : sasmita.medan2019@gmail.com



Nama Orang Tua

a. Ayahanda : Rajudin
b. Ibunda : Warna

B. Jenjang Pendidikan

SD Negeri 6 Teluk Dalam Tamat Tahun 2013
SMP Negeri 2 Teluk Dalam Tamat Tahun 2016
SMA Negeri 2 Teluk Dalam Tamat Tahun 2019
Strata Satu (S1) UMSU Tamat Tahun 2023

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 31 Agustus 2023

Penulis



Maria Sasmita

NPM. 1901270026