

### **BAB III**

#### **HASIL PENELITIAN**

##### **A. Profil Umum PT. Bank BNI Syariah**

PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik yang berlokasi di Jl. Panglima Sudirman no. 93 Gresik. PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik merupakan cabang pembantu dari kantor pusat PT. Bank PT. Bank BNI Syariah Surabaya berlokasi di Jl. Bukit Darmo Boulevard No. 8A-8B Surabaya, yang melakukan tugas dan aktivitas usaha di bidang perbankan Islam dalam arti seluas-luasnya untuk menunjang pembangunan nasional yang merata dalam rangka peningkatan, pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional di bidang ekonomi ke arah peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Dalam menjalankan kewajibannya yang berpedoman pada dasar hukum syariah juga memiliki tata nilai yang menjadi panduan dalam setiap perilakunya. Tata nilai ini dirumuskan dalam budaya kerja PT. Bank BNI Syariah yaitu amanah dan jamaah.

Amanah adalah salah satu sifat wajib Rasulullah SAW yang secara harfiah berarti “dapat dipercaya”. Dalam budaya kerja BNI Syariah, amanah didefinisikan sebagai “menjalankan tugas dan kewajiban dengan penuh tanggung jawab untuk memperoleh hasil yang optimal.

Nilai amanah ini tercermin dalam perilaku utama insan PT. Bank BNI

Syariah :

1. Profesional dalam menjalankan tugas
2. Memegang teguh komitmen dan bertanggung jawab
3. Jujur, adil dan dipercaya

Jamaah adalah perilaku kebersamaan umat Islam dengan mengutamakan kebersamaan dalam satu naungan kepemimpinan. Dalam budaya kerja BNI Syariah, jamaah didefinisikan sebagai “bersinergi dalam menjalankan tugas dan kewajiban”. Bersinergi dalam menjalankan tugas dan kewajiban. Budaya ini dijabarkan dalam perilaku :

1. Saling mengingatkan dengan santun
2. Bekerjasama secara profesional dan sistematis
3. Saling meingatkkn dengan santun
4. Bekerjasama dalam kepemimpinan yang efektif

Waktu kerja di PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik adalah sistem lima hari kerja yaitu Senin hingga Jum’at, mulai pukul 08.00 sampai 17.00 WIB.

#### **1. Struktur Organisasi PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik**

Struktur organisasi bertujuan untuk menciptakan efisiensi dan efektifitas dari tiap karyawan serta unit kerja melalui program kerja dan kegiatan operasional yang terperinci serta jelas agar dapat sukses demi

tercapainya tujuan perusahaan. Adapun struktur organisasi PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik secara umum masing-masing adalah :

- a. Kepala Kantor Cabang/ *Sub Branch Manager*
- b. *Account Officer*
- c. Pemasaran/ *Marketing*
- d. Operasional/ ORS
- e. Pendanaan/ *Funding*
- f. Pelayanan uang tunai/ *Teller*
- g. Pelayanan Nasabah/ *Customer Service (CS)*

Jumlah tenaga kerja (Sumber Daya Manusia) di PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik berjumlah 12 orang, yang terdiri atas karyawan tetap dan *outsourcing*. Jumlah karyawan tersebut belum termasuk beberapa tambahan tenaga pembantu seperti *office boy (OB)*, *security*, dan *driver*. Dengan satu orang sebagai manajer operasional, yaitu bapak Adi Hugroho, masing-masing divisi selalu diberikan petunjuk-petunjuk dan arahan-arahan baik itu yang datangnya berhubungan langsung dari kantor pusat maupun kebijakan dari Beliau dan tim sendiri.

## 2. Visi, dan Misi PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik

Visi PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik:

“Menjadi Bank Syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja”.

Misi PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik:

- a. Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- b. Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- c. Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- d. Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
- e. Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.
- f. Secara istiqomah melaksanakan amanah untuk memaksimalkan kinerja dan layanan perbankan dan jasa keuangan syariah sehingga dapat menjadi bank syariah kebanggaan anak negeri.<sup>64</sup>

---

<sup>64</sup> BNI Syariah, “Visi dan Misi”, dalam <http://www.bnisyariah.co.id/bnis.do?q=534a5248> (26 November 2013).

### 3. Produk-produk PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik

PT. Bank BNI Syari'ah mengoperasikan usahanya dengan menghimpun dana dari masyarakat dan kemudian menyalurkannya lagi lewat pembiayaan kepada masyarakat.

Adapun produk-produk yang ditawarkan terbagi menjadi 3, yaitu produk penghimpunan dana (*saving*), produk penyaluran dana (pembiayaan), dan produk jasa.

#### a. Produk Penghimpunan Dana (*saving*)

##### 1) Tabungan iB Hasanah

Tabungan dan simpanan dana dalam mata uang Rupiah dengan berbagai fasilitas transaksi seperti Internet Banking dan SMS Banking, dikelola berdasarkan prinsip Syariah dengan akad *mudharabah mutafaqah* atau simpanan berdasarkan akad *wadi'ah*.

Simpanan *transaksional* yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu, tidak dapat ditarik dengan *Cek/Bilyet Giro* atau alat yang dipersamakan dengan itu.

##### 2) Tabungan iB Prima Hasanah

Tabungan transaksional dengan layanan prima dan bagi hasil yang lebih kompetitif. Tabungan *discover* oleh asuransi dan fasilitas *Executif Lounge* bandara yang telah bekerjasama dengan BNI

Syariah, yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah mutlaqah* atau simpanan berdasarkan akad *wadi'ah*.

3) Tabungan iB Bisnis Hasanah

Tabungan dengan informasi transaksi dan mutasi rekening yang lebih detail, dengan bagi hasil yang kompetitif, yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah mutlaqah* dan dilengkapi dengan detail mutasi debit dan kredit pada buku tabungan.

4) Tabungan iB Tunas Hasanah

Tabungan dengan fungsi sebagai simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia dibawah 17 tahun. Tabungan ini disertai dengan kartu ATM atas nama anak dan SMS notifikasi.

5) Tabungan iB THI Hasanah

Tabungan untuk perencanaan perjalanan haji yang dikelola secara Syariah dengan akad *mudharabah mutlaqah* dengan sistem setoran bebas atau bulanan, bermanfaat sebagai sarana pembayaran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH), terkoneksi dengan SISKOHAT Kementerian Agama sehingga proses mendapatkan nomor porsi haji lebih murah.

6) Tabungan iB Tapenas Hasanah

Investasi dana untuk perencanaan masa depan yang dikelola secara Syariah dengan akad *mudharabah mutlaqah* dengan sistem setoran bulanan, bermanfaat untuk membantu menyiapkan rencana masa depan seperti rencana liburan, ibadah umroh, pendidikan ataupun rencana lainnya.

7) Tapenas Griya Hasanah

Dengan Tapenas Griya Hasanah, dapat merencanakan memiliki rumah lebih awal dan mendapatkan kemudahan untuk memperoleh pembiayaan kepemilikan rumah dengan proses persetujuan yang relative cepat dan mudah.

8) Giro iB Hasanah

Simpanan dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip Syariah dengan akad *wadi'ah yad dammanah* dengan alat pembayaran berupa *cek dan bilyet giro*.

9) Deposito iB Hasanah

Investasi berjangka yang ditujukan bagi nasabah perorangan dan perusahaan. Dengan menggunakan prinsip syariah *mudharabah mutlaqah* dan menghasilkan bagi hasil yang kompetitif. Pengelolaan dana disalurkan melalui pembiayaan yang sesuai dengan prinsip Syariah dan memberikan bagi hasil yang kompetitif.

**b. Produk-produk Pembiayaan**

## 1) iB Hasanah Card

Salah satu produk unggulan dari PT. Bank BNI Syariah yang diterbitkan berdasarkan fatwa DSN No.54/DSN-MUI/X/2006. iB Hasanah Card merupakan kartu yang berfungsi sebagai Kartu Kredit yang berdasarkan sistem syariah sebagaimana diatur dalam fatwa.

## 2) Tunas Usaha iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan produktif yang diberikan untuk usaha yang *feasible* namun belum *bankable* guna memenuhi kebutuhan modal usaha atau investasi.

## 3) Griya iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli, membangun, merenovasi rumah (termasuk ruko, rusun, rukan, apartemen dan sejenisnya), dan membeli tanah kavling serta rumah *indent*, yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan membayar kembali masing-masing calon nasabah.

## 4) Wirausaha iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan produktif yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan usaha-usaha produktif (modal kerja



dan investasi) yang tidak bertentangan dengan syariah dan ketentuan peraturan perundangan yang berlaku.

5) Usaha Kecil iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan produktif yang diberikan untuk pengembangan usaha produktif yang *feasible* guna memenuhi kebutuhan modal usaha atau investasi usaha.

6) Pembiayaan Emas iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan untuk mewujudkan impian kepemilikan emas melalui Pembiayaan Emas iB Hasanah. Pembiayaan Emas iB Hasanah merupakan fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan untuk membeli emas logam mulia dalam bentuk batangan yang di angsur secara pokok setiap bulannya.

7) Multiguna iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli barang kebutuhan konsumtif dengan agunan berupa barang yang dibiayai (apabila bernilai material) dan atau *fixed asset* yang ditujukan untuk kalangan profesional dan pegawai aktif yang memiliki sumber pembayaran kembali dari penghasilan tetap dan tidak bertentangan dengan undang-undang/hukum yang berlaku serta tidak termasuk kategori yang diharamkan syariah Islam.

#### 8) Flexi iB Hasanah

Pembiayaan konsumtif bagi pegawai/karyawan suatu perusahaan/lembaga/instansi untuk pembelian barang dan penggunaan jasa yang tidak bertentangan dengan undang-undang/hukum yang berlaku serta tidak termasuk kategori yang diharamkan syariah Islam.

### **B. Penerapan Iklan dan *Personal selling* di PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik**

#### **1. Penerapan Iklan dan *Personal Selling* di PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik**

Berdasarkan hasil wawancara dengan perwakilan pihak PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik diketahui bahwa kegiatan promosi yang dilakukan PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik mencakup iklan dan *personal selling*.

##### **a. Periklanan (*Advertising*) di PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik**

Periklanan yang dilakukan oleh PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan produk PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik dan mempertahankan citra (*brand image*) PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik. Adapun kegiatan periklanan yang dilakukan oleh PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik adalah :

##### 1) Periklanan yang bersifat nasional

Periklanan yang bersifat nasional dikelola oleh PT. Bank BNI Syariah Kantor Pusat yang berlokasi Jl. Rasuna Said Kavling 10-11 Jakarta Selatan, baik dalam hal anggaran maupun pelaksanaannya.

Periklanan yang bersifat nasional diantaranya adalah pemasangan iklan di beberapa surat kabar, katalog, liputan-liputan di majalah, dan pemasangan iklan tentang PT. Bank BNI Syariah di majalah-majalah yang memuat iklan mengenai property.

Untuk iklan melalui *flyer* dan brosur didistribusikan melalui PT. Bank BNI pusat ke cabang-cabang yang berada di seluruh Indonesia. Untuk mendukung penyampaian informasi mengenai PT. Bank BNI Syariah, tersedia *website* dan jaringan *social media*. Penggunaan media internet ini memiliki jangkauan yang sangat luas dan dapat diakses oleh masyarakat yang menginginkan informasi lebih jauh tentang PT. Bank BNI Syariah, sehingga diharapkan *web* ini menjadi informasi yang jelas bagi para pengunjung situs terutama bagi mereka yang ingin mengetahui tentang produk dana atau tabungan PT. Bank BNI Syariah. Tujuan umum dari periklanan yang bersifat nasional ini adalah untuk mempromosikan nama PT. Bank BNI Syariah secara nasional ke seluruh lapisan masyarakat di Indonesia.

Iklan melalui media televisi, seperti Iklan BNI syari'ah di televisi, menayangkan sebuah gambar produk yang di tawarkan antara lain berupa Tabungan iB Hasanah yang memiliki keunggulan faedah (fasilitas serba mudah) yakni, memberi kemudahan dan kenyamanan

dalam setiap transaksi, kartu debetnya diterima dimana saja, autodebet untuk pembayaran berbagai tagihan atau setoran bulanan, setiap pembukaan rekening baru saldo awal hanya Rp 100.000, gratis biaya administrasi bulanan dan kartu ATM, gratis tarik tunai dan cek saldo di ATM BNI bersama dan prima.

2) Periklanan yang bersifat lokal

Periklanan yang bersifat lokal dilakukan oleh PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan produk PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik dan mempertahankan citra (*brand image*) PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik. Adapun media promosi yang digunakan adalah:

- 1) Media cetak, yaitu melalui media koran-koran lokal. Dengan media promosi ini diharapkan dapat membangun jumlah jangkauan pasar yang tinggi dan menarik calon konsumen baru.
- 2) Ikut serta dalam pameran-pameran/*open table*.
- 3) Media elektronik, yaitu melalui radio-radio lokal, seperti yang pernah dilakukan yakni *talkshow* di radio dua hari selama satu minggu. Kekuatan komunikasi lokal yang disiarkan akan dapat membangun kesadaran masyarakat akan *brand image* PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik, dan mengingatkan kembali akan produk

PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik kepada masyarakat Gresik khususnya dan masyarakat diseluruh Indonesia pada umumnya.

- 4) Advertensi cetak (*print advertising*), yaitu berupa brosur-brosur mengenai informasi produk-produk terbaru PT. Bank BNI Syariah, misalnya persyaratan pengajuan menabung, program-program baru yang ditawarkan, persyaratan, fasilitas PT. Bank dan keunggulan produk. Dengan melihat brosur tentang produk PT. Bank BNI Syariah, diharapkan calon konsumen akan mengetahui secara garis besar tentang produk PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik yang ditawarkan.
- 5) Advertensi di dalam ruangan (*in door*), seperti *roll banner*, berupa produk PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik yang diletakkan di pintu masuk dan diruang pelayanan/*customer service* PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik.
- 6) Advertensi luar ruangan (*out door*), seperti baliho dan spanduk yang terletak didepan gedung PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik dan cabang-cabang pembantu lainnya.

**b. Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*) di PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik**

Tujuan dari kegiatan *personal selling* adalah untuk menyampaikan informasi tentang produk dana atau tabungan PT. Bank BNI Syariah

KCP Gresik, dengan adanya kegiatan *personal selling* ini diharapkan calon konsumen mengetahui informasi produk dana atau tabungan PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik Adapun kegiatan *personal selling* yang dilakukan oleh PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik adalah:

Program *personal selling* dilakukan langsung oleh pihak manajemen PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik dengan menempatkan tenaga pemasar langsung (*sales executive*) yang terdiri dari 2 orang, di lokasi sekitar kota dan sekitarnya. Dengan cara menawarkan produk dana atau tabungan ke masyarakat wilayah Jawa Timur khususnya di daerah Gresik, Surabaya, dan Sidoarjo. Para tenaga pemasar langsung (*sales executive*) tersebut dituntut untuk mampu berkomunikasi dengan baik kepada calon konsumen. Tujuan dari kegiatan *personal selling* ini adalah untuk menyampaikan informasi tentang produk dana atau tabungan PT. Bank BNI Syariah dan membujuk para calon nasabah untuk menggunakan produk dana atau tabungan PT. Bank BNI Syariah sehingga calon konsumen menjadi paham dan tertarik untuk menabung di PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik. Seperti yang diungkapkan *customer service* sebagai berikut:<sup>65</sup>

“kita tidak berkutat dalam satu daerah saja, Gresik itu kan luas mbak, di Gresik ada banyak bank syariah sekarang, ya kita kemana-mana, sebagai marketing tentu kita tidak di sini aja mbak, namanya marketing pasti sibuk, tiap hari keluar cari dana

---

<sup>65</sup> Reza, *Wawancara*, BNI Syariah KCP Gresik, 20 November 2013.

di wilayah Jawa Timur khususnya di daerah Gresik, Surabaya, dan Sidoarjo, tidak berarti karena kantor kita di sini, kita tiap hari di kantor terus.”

Bekerja sama dengan beberapa perusahaan dan pabrik yang ada di Gresik, sosialisasi di sekolah-sekolah (SD, SMP, SMA) dengan cara menawarkan Tabungan iB Tunas Hasanah yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia dibawah 17 tahun, di kampus-kampus atau masuk kedalam institusi pendidikan untuk menjaring kepercayaan nasabah dengan bekerjasama dalam pemenuhan kebutuhan seperti pembayaran uang semester, dan juga melakukan jemput bola berupa masuk ke instansi-insaansi. Seperti yang diungkapkan *costumer service* sebagai berikut:<sup>66</sup>

“kita menawarkan produk dana atau tabungan ke masyarakat, perusahaan, instansi dan sekolah-sekolah mbak, kita bekerja sama dengan beberapa perusahaan dan pabrik, sekolah-sekolah (SD-SMP-SMA) di wilayah Jawa Timur karena kita mempunyai produk Tabungan iB Tunas Hasanah yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia dibawah 17 tahun, institusi pendidikan dengan bekerjasama dalam pemenuhan kebutuhan seperti pembayaran uang semester, dan melakukan jemput bola berupa masuk ke instansi-insaansi

Semua karyawan PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik merupakan *personal selling* karena setiap hari selalu berhubungan dengan nasabah, dengan cara melakukan promosi ketika nasabah sedang melakukan transaksi perbankan, seperti ketika nasabah melakukan kegiatan yang mengharuskan nasabah tersebut bertemu dengan *Customer Service* (CS),

---

<sup>66</sup> *Ibid.*

biasanya CS akan menawarkan produk baru kepada nasabah, dengan tujuan selain menawarkan, juga agar nasabah tersebut tahu bahwa di PT. Bank BNI Syariah ada produk baru yang mungkin di lain waktu dapat dimanfaatkan oleh nasabah tersebut.<sup>67</sup> Sebagaimana paparan dari *Customer Service* PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik sebagai berikut:

“misalnya mbak, biasanya kan ada nasabah ke saya ya saya tawarin produk baru, atau produk yang lain yang mungkin bisa dimanfaatkan sama nasabah itu, walaupun saya bukan marketing tetapi saya mempunyai kewajiban untuk memasarkan produk yang dimiliki oleh PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik, bahkan hingga karyawan seperti OB dan satpam juga kadang kala melakukan aktivitas promosi (*cross selling*) pemasaran kepada siapapun yang berinteraksi dengannya”.<sup>68</sup>

### C. Keputusan Nasabah Menabung di PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik

Pada kebanyakan orang, pengambilan keputusan oleh konsumen (nasabah) seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun rangsangan dari lingkungannya. Rangsangan tersebut kemudian diproses dalam diri sesuai dengan karakteristik pribadinya, sebelum akhirnya diambil keputusan untuk menggunakan suatu produk.<sup>69</sup>

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung di PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik, yaitu:

---

<sup>67</sup> *Ibid.*

<sup>68</sup> *Ibid.*

<sup>69</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, 358.



Promosi iklan dan *personal selling* berkaitan erat dengan keputusan nasabah untuk menabung di PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik. Semakin baik promosi (iklan dan *personal selling*) yang diberikan kepada nasabah maka semakin kuat pula keputusan nasabah untuk menabung di PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa besarnya fungsi iklan dan *personal selling* dalam keputusan nasabah menabung di PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik menjadikan jumlah nasabah tabungan di PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik menjadi lebih banyak dari sebelumnya. Seperti halnya yang diungkapkan *Costumer Service*.

“dengan adanya iklan dan *personal selling* sangat besar pengaruhnya mbak, banyak nasabah yang berdatangan untuk menabung, kalau tidak ada pengaruhnya tidak mungkin masi melakukan iklan dan *personal selling* sampai saat ini, tapi kalo mbaknya tanya saya mengenai spesifik jumlah nasabah saya tidak berwenang untuk menjawabnya karena itu merupakan *secret* atau rahasia, tapi yang jelas jumlah nasabah kita meningkat kok”.

Bentuk promosi iklan yang dilakukan oleh PT. Bank BNI Syariah bertujuan sebagai informasi, agar nasabah menjadi tahu tentang bagaimana produk yang akan nasabah gunakan, seperti yang dijelaskan oleh nasabah sebagai berikut:

“saya mendapatkan informasinya tabungan ini dari pameran mbak, dari dulu saya sudah ingin membuka tabungan syariah tapi pengetahuan tentang tabungan ini masih kurang, tapi setelah saya dijelaskan sama orang bank ketika di pameran itu akhirnya saya berniat membuka tabungan di sini”.<sup>70</sup>

---

<sup>70</sup> Ratna, *Wawancara*, BNI Syariah KCP Gresik, 22 November 2013.

*Personal selling* yang dilakukan PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik bertujuan untuk menyampaikan suatu informasi tentang suatu produk yang dijual, menjawab pertanyaan, menerima pesanan, nasabah juga bisa menyampaikan saran, kritik, dan sebaliknya PT. Bank BNI Syariah juga dapat mengetahui apa yang sebenarnya menjadi keinginan nasabahnya, hal tersebutlah yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah menabung di PT. Bank BNI Syariah. Seperti paparan nasabah sebagai berikut:

“ya mbak bener saya menabung di sana karena di tawari petugas PT. Bank BNI Syariah mbak, terus saya coba-coba nabung dikit kalau gak salah tu cuma 250.000 tapi lama-kelamaan kok saya nyaman jadi saya keterusan sampai sekarang”.<sup>71</sup>

“sebelumnya saya memang sudah ada ketertarikan untuk membuka tabungan bank syariah. Waktu tu kebetulan saya sedang jalan-jalan ke butik ada seseorang marketing PT. Bank BNI Syariah menawarkan produknya untuk kemudian menarik saya menjadi nasabah. Jujur jauh-jauh hari sebelumnya saya sudah banyak mengunjungi situs-situs bank syariah, namun belum untuk PT. Bank BNI Syariah. Tetapi ketika mendengar penjelasan dari marketing tersebut saya pun merasa tertarik untuk membuka tabungan di PT. Bank BNI Syariah.”<sup>72</sup>

Sementara itu, tidak hanya iklan dan *personal selling* saja yang menjadi pertimbangan nasabah menabung di PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik ada pula nasabah menabung karena nasabah tersebut melakukan pembiayaan di PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik. Paparan salah satu nasabah sebagai berikut:

“saya nasabah pembiayaan mbak, tapi saya juga punya tabungan di sini, karena kan kalau mau pembiayaan harus punya tabungan dulu di sini, dan

---

<sup>71</sup> Su’udi, *Wawancara*, foto copy Kebomas Gresik, 07 Februari 2014.

<sup>72</sup> Eva Masykurotin Azizah, *Wawancara*, BNI Syariah KCP Gresik, 07 Februari 2014.

alasan saya pembiayaan disini juga lokasi banknya dekat sama rumah saya”.<sup>73</sup>

Meningkatnya nasabah tabungan juga di paparkan oleh *Customer Service* yaitu tentang banyaknya jumlah nasabah yang membuka tabungan di BNI Syariah, dengan meningkatnya *uforia* bisnis saat ini, kebutuhan akan transaksi perbankan juga meningkat. Banyaknya pembiayaan yang masuk di PT. Bank BNI Syariah juga menjadi tolak ukur bertambahnya nasabah tabungan, karena tabungan berbanding lurus dengan pembiayaan, karena setiap nasabah yang akan melakukan pembiayaan nasabah diharuskan membuka tabungan terlebih dahulu. Seperti yang di jelaskan oleh *Customer Service* (CS) sebagai berikut:

“banyaknya pembiayaan yang masuk di PT. Bank BNI Syariah juga menjadi tolak ukur bertambahnya nasabah tabungan mbak, karena tabungan itu berbanding lurus dengan pembiayaan, karena setiap nasabah yang akan melakukan pembiayaan nasabah diharuskan membuka tabungan terlebih dahulu.”<sup>74</sup>

Ketika nasabah merasa puas terhadap produk yang dipakainya, nasabah akan dengan senang hati mempengaruhi pihak lain di sekitarnya untuk menggunakan produk yang sama dengan yang sudah digunakan oleh nasabah lama tersebut, dan pelayanan berkaitan erat dengan keputusan nasabah menabung di PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik. Seperti paparan nasabah sebagai berikut:

---

<sup>73</sup> Nur Hayati, *Wawancara*, BNI Syariah KCP Gresik, 17 November 2013.

<sup>74</sup> Reza, *Wawancara*, BNI Syariah KCP Gresik, 20 November 2013.

“saya pake tabungan iB Hasanah mbak, saya pake tabungan ini diberi tau temen saya, katanya gampang dan enak karena gak pake biaya administrasi bulanan ATM, trus saya tanya CS juga ternyata benar dan kita juga bisa nabung dimana aja”.<sup>75</sup>

Dari salah satu nasabah juga diketahui ternyata dari nasabah tersebut mampu mempengaruhi temannya, nasabah tersebut menyebutkan bahwa banyak teman yang sudah ikut menggunakan produk tabungan di PT. Bank BNI Syariah berkat dirinya. Seperti yang di paparkan sebagai berikut:

“teman saya udah banyak yang buka tabungan di sini gara-gara saya yang mempromosikan ke teman-teman, karena emang udah terlanjur nyaman ya, jadi ya dengan senang hati mempengaruhi temen-temen”.<sup>76</sup>

Senada dengan yang dikemukakan oleh *Consumer Service* bahwa pihak marketing bank lebih memilih untuk menjaga nasabah lama agar tetap menggunakan produknya, produk apapun yang ditawarkan oleh bank, karena menurut *Consumer Service* ini dengan menjaga nasabah tetap setia, maka secara tidak langsung akan membuat nasabah tersebut nyaman dan mempengaruhi lingkungan sekitar untuk ikut bergabung menggunakan produk tabungan di BNI Syariah.<sup>77</sup>

Semakin baik pelayanan yang diberikan kepada nasabah maka semakin kuat pula keputusan nasabah untuk menabung di PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik dan PT. Bank BNI Syariah juga memfasilitasi nasabah dengan atm BNI

---

<sup>75</sup> Alifah Rahmawati, *Wawancara*, BNI Syariah KCP Gresik, 22 November 2013.

<sup>76</sup> Tirtasari, *Wawancara*, BNI Syariah KCP Gresik, 17 November 2013.

<sup>77</sup> Sulistiowati, *Wawancara*, BNI Syariah KCP Gresik, 17 November 2013.

yang sudah banyak tersebar di beberapa daerah, kemudahan yang diterima oleh nasabah merupakan daya tarik tersendiri untuk mengundang nasabah untuk menabung di PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik. Seperti hasil wawancara sebagai berikut:

“saya nabung di sini karena disekitar rumah saya ada atm PT. Bank BNI Syariah mbak jadi kalau saya mau ambil uang itu gampang, dan di sini juga pelayanannya bagus, karyawannya rama kalau ada info terbaru pasti diberitahu”.<sup>78</sup>

Produk tabungan yang ditawarkan oleh PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik menunjukkan bahwa PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik mencoba untuk memahami kebutuhan dari nasabahnya. PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik menawarkan kepada nasabahnya dengan pilihan produk yang disesuaikan dengan kebutuhan dari masing-masing nasabah yang akan menggunakan produk tabungan di PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik. Seperti yang dipaparkan nasabah sebagai berikut:

“saya nabung di sini itu karena produknya ya mbak, soalnya memang mudah dalam proses, sebelum saya nabung sudah mengecek produk tabungan disemua bank syariah, setelah diteliti semua ternyata emang cuma PT. Bank BNI Syariah yang pas buat saya, saya pakai yang iB Hasanah yang nggak pake biaya bulanan mbak, kalo nabung juga bisa di bank BNI di mana aja, jadi mempermudah kita dimana pun.”<sup>79</sup>

Pendapatan seseorang mempengaruhi nasabah untuk menabung, hasil penelitian menunjukkan sebagian nasabah memiliki pendapatan rata-rata Rp

---

<sup>78</sup> Srigawati, *Wawancara*, BNI Syariah KCP Gresik, 17 November 2013.

<sup>79</sup> Nurul Hidayah, *Wawancara*, BNI Syariah KCP Gresik, 17 November 2013.

2.000.000 hingga Rp 3.000.000 setiap bulannya, sehingga dapat dikatakan bahwa sudah cukup mampu untuk menyiapkan tabungan sebagai aset. Adapun rata-rata nasabah memiliki pengeluaran dengan rentang sebesar Rp 1.000.000 hingga Rp 2.000.000 setiap bulannya. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian dari pendapatan yang dimiliki oleh nasabah bisa jadi dialokasikan untuk simpanan yang akan ditabungkan pada di PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik.

Karakteristik nasabah juga merupakan salah satu faktor internal yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung. Berdasarkan hasil penelitian yang didapat dari *Customer Service*, lebih dari separuh yang menjadi nasabah tabungan PT. Bank BNI Syariah KCP Gresik adalah nasabah yang berjenis kelamin laki-laki yang sudah menikah dengan rentang usia antara 25 hingga 35 tahun.<sup>80</sup> Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan seseorang menjadi pertimbangan seseorang dalam mengambil langkah untuk menjadi nasabah atau menabung.

---

<sup>80</sup> Reza, *Wawancara*, BNI Syariah KCP Gresik, 20 November 2013.