

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Sedangkan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹

Sementara itu, definisi menurut undang-undang no 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, bab 1 pasal 1 dijelaskan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah (UUS), mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Perbankan syariah banyak diminati oleh masyarakat Indonesia, bahkan peminat perbankan syariah cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini disebabkan karena perbankan syariah dinilai sangat menjanjikan dan tidak merugikan nasabah. Sehingga semakin tahun peranan perbankan syariah semakin penting bagi masyarakat Indonesia.²

¹ Abu Muhammad Dwiono Koesen Al Jambi, *Ayo ke Bank Syariah*, (Jakarta: Pustaka Ishlahul Ummah, 2013),4.

² Fahrur Ulum, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Surabaya: CV. Putra Media Nusantara, 2011), 49.

Pada masa krisis ekonomi yang berkepanjangan pada tahun 1998 bank yang berbasis syariah telah membuktikan kekuatannya dalam menghadapi krisis tersebut. Pada saat itu banyak bank-bank non syariah atau bank yang berkonsep konvensional telah banyak yang gulung tikar atau tidak dapat bertahan melawan hantaman krisis yang berkepanjangan.

Saat ini, bank dan lembaga keuangan merupakan salah satu pelaku terpenting dalam perekonomian sebuah negara, masyarakat maupun kalangan industri atau usaha sangat membutuhkan jasa bank dan lembaga keuangan lainnya, untuk mendukung dan memperlancar aktivitasnya. Globalisasi yang ditandai dengan adanya perapatan dunia (*compression of the world*) telah mengubah peta perekonomian, politik, dan budaya. Pergerakan barang dan jasa terjadi semakin cepat. Modal dari suatu negara beralih ke negara lain dalam hitungan detik akibat pemanfaatan teknologi informasi. Sejalan dengan itu, kegiatan perbankan sebagai urat nadi perekonomian bangsa tidak lepas dari dampak globalisasi.

Sebagai salah satu unit Lembaga Keuangan Syariah yang bergerak secara khusus dalam bidang pelayanan jasa perbankan berbasis non ribawi bagi nasabahnya, PT. Bank BNI Syariah juga mempunyai berbagai produk unggulan baik produk dana pihak ketiga maupun produk pembiayaan. Produk adalah setiap apa saja yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan manusia.³ Produk-produk yang dimiliki oleh PT.

³ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Jogjakarta: Graha Ilmu, 2010), 88.

Bank BNI Syariah adalah Tabungan, Pembiayaan, Giro, Deposito, dan Hasanah Card. Semua produk-produk yang di tawarkan oleh Bank BNI Syariah ini selain untuk memberikan kepuasan kepada para nasabahnya juga dalam meningkatkan dana pihak ketiga.

Dana pihak ketiga adalah dana yang berasal dari masyarakat luas yang merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasional suatu bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai operasionalnya dari sumber dana ini.⁴ Peningkatan dana pihak ketiga dapat dilihat dari meningkatnya jumlah dana yang diterima oleh bank atau dari jumlah nasabah tiap tahunnya. Banyaknya jumlah nasabah yang dimiliki oleh Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya Dharmawangsa pada dana pihak ketiga dapat dilihat dari tabel sebagaimana berikut:

Gambar 1.1
Jumlah Nasabah yang menggunakan dana pihak ketiga

DPK	2010	2011	2012
Tabungan	5.241	6.315	8.217
Giro	954	1.018	1.809
Deposito	2.516	2.412	3.085
Total	8.711	9.745	13.111

Dari tahun 2010 jumlah nasabah tabungan ada 5.241, kemudian pada tahun 2011 jumlah nasabah tabungan meningkat menjadi 6.315, dan pada tahun 2012 jumlah nasabah tabungan ada sekitar 8.217. begitu pula dalam nasabah giro dan deposito, terjadi peningkatan dari tahun ke tahun walaupun

⁴ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), 64.

peningkatan itu tidak sebanyak peningkatan pada nasabah tabungan. Pada giro tahun 2010 Bank BNI Syariah Cabang Surabaya Dharmawangsa memiliki nasabah sebanyak 954, pada tahun 2011 sebanyak 1.081, dan pada tahun 2012 sebanyak 1.809. Untuk nasabah deposito ada sekitar 2.516 pada tahun 2010, 2.412 pada tahun 2011, dan 3.085 nasabah pada tahun 2012.

Peningkatan jumlah nasabah di atas bukan terjadi hanya secara kebetulan saja, namun ada beberapa strategi yang diaplikasikan BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya Dharmawangsa. Strategi-strategi tersebut diimplementasikan sebagai bentuk kebijakan dari BNI Syariah dalam melayani nasabah dan calon nasabahnya.

Strategi-strategi tersebut sebagaimana diungkapkan oleh Ahmad Zainal Arfian⁵ adalah:

1. Perbedaan dalam jenis produknya
2. Perluasan produk
3. Harga
4. Promosi melalui brosur, Promosi melalui open table, Promosi melalui banner, Promosi melalui baliho, dan Promosi melalui iklan

Namun dalam meningkatkan dana pihak ketiga Bank BNI Syariah juga memiliki beberapa kendala yang menghambat perkembangan BNI Syariah antara lain masih kuatnya budaya sistem perbankan lama yang memberikan hasil lebih pasti (berupa bunga), dibanding perbankan Syariah yang *returnnya* tergantung pada hasil yang diterima oleh Bank. Di samping itu sebagian

⁵ Ahmad Zaenal Arfian, Penyelia Pemasaran, Wawancara

masyarakat bahkan ulama masih ada yang menganggap bunga Bank itu halal atau minimal *subh}at*. Mengingat 12 tahun lalu sebenarnya telah ada fatwa dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan bahwa Bank konvensional (dan asuransi konvensional) itu bertentangan dengan syariat Islam. Namun, fatwa dari MUI ini memang sedikit tersembunyi. Fatwa khusus tentang haramnya Bank konvensional tercantum dalam fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 20/DSN-MUI/IV/2001 tentang pelaksanaan investasi reksadana Syariah, pada bab IV, pasal 8, ayat 2 sub b. Fatwa tersebut menyatakan dengan tegas bahwa lembaga keuangan konvensional (*riba*>) termasuk perbankan dan asuransi konvensional sebagai jenis usaha yang bertentangan dengan syariat Islam.

Persaingan juga menjadi sebuah kendala bagi BNI Syariah. Banyak Bank-Bank bergerak dalam usaha Syariah atau Bank Syariah. Tidak hanya Bank BNI saja. Bank BCA dengan Bank BCA Syariah dan Bank Bukopin dengan Bank Syariah Bukopin. Setiap Bank Syariah memiliki produk-produknya sendiri yang berbeda antara Bank satu dengan Bank lainnya dan juga memiliki strategi khusus yang berbeda pula dalam meningkatkan dana pihak ketiganya dalam menarik konsumen untuk menggunakan produknya.

Bank BCA Syariah pun telah mempunyai strategi dalam meningkatkan dana pihak ketiganya yakni membuat inisiatif untuk mengikuti pameran perbankan telah dimulai sejak tahun 2012 yang diadakan di BI dan juga *roadshow* di kota-kota besar Indonesia. selain mengikuti pameran-pameran yang ada, BCA Syariah juga akan menambah berbagai fitur dan produk baru

serta memperluas jaringan pada tahun 2014 ini. Pertumbuhan BCA Syariah belum terlalu besar karena Kantor Cabang Pembantunya masih terbatas, yakni baru 35 Kantor Cabang Pembantu. Namun, untuk mencapai target tersebut, BCA Syariah akan menambahkan produk dan fitur baru seperti layanan *mobile Banking*, produk program emas, KPR (kredit pemilikan rumah), dan tabungan berencana. Selain itu, akan membuka Kantor Cabang pembantu lagi di Solo dan Yogyakarta.⁶

Begitu juga dengan Bank Syariah Bukopin. Bank ini pun juga memiliki strategi dalam menaikkan dana pihak ketiganya. Bank Syariah Bukopin mempunyai banyak sekali produk. Untuk produk pendanaan BSB atau Bank Syariah Bukopin memiliki Tabungan iB SIAGA, Tabungan iB Rencana, Tabungan iB SIAGA Bisnis, Tabungan iB Haji, Giro iB, Deposito iB, Tabunganku iB. Untuk produk pembiayaan *Murah*, iB kepemilikan mobil, iB kepemilikan rumah, *musyarakah*, *mudharabah*, *mudharabah muqoyyadah*, pembiayaan iB K3A, *Qardh*, Tabungan Haji, iB Siaga Emas dan lain sebagainya. Untuk produk jasa ada ATM SIAGA Syariah, SIAGA Visa Election Syariah, SMS Banking Syariah Bukopin, Internet Banking Syariah Bukopin, *Cash Management*.⁷ Selain produk-produk di atas Bank Syariah Bukopin juga telah meluncurkan produk baru yaitu Tabungan Berkah iB SIAGA berhadiah dan Bank Syariah Bukopin menargetkan pertumbuhan Dana Pihak Ketiga atau DPK khususnya Tabungan sebesar 50%. Bank Syariah Bukopin juga akan membuka lima Kantor Cabang Pembantu baru yang berada

⁶ www.wartaekonomi.co.id/read/2014/04/12/27555/ini-strategi-bca-Syariah-untuk-capai-target-yang-dicanangkan-ojk.html (senin 28 April 2014 09:07)

⁷ www.Syariahbukopin.co.id/page/productgroup/0 (Kamis 24 april 2014 12:03)

di daerah Yogyakarta, Semarang, Malang, Pekanbaru. Dan satunya lagi masih dipilih antara Palembang, Lampung, atau Bogor.⁸

Dari ketiga Bank tersebut persaingan tidak dapat dihindarkan. Dari persaingan produk pendanaan sampai persaingan merebut hati nasabah dalam menggunakan produk-produk yang ditawarkan. Jika Bank BNI Syariah mengeluarkan produk Tabungan iB Hasanah sebagai produk tabungannya maka Bank BCA Syariah mengeluarkan produk Tahapan iB sebagai pesaing produk Tabungan iB Hasanah dan Bank Syariah Bukopin mengeluarkan produk Tabungan iB SIAga.

Strategi-strategi dan kendala-kendala yang dialami oleh BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya Dharmawangsa dalam meningkatkan dana pihak ketiga menarik perhatian penulis untuk mengkaji tentang strategi Bank BNI Syariah dalam meningkatkan dana pihak ketiga melalui penulisan skripsi yang berjudul **“Strategi PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya Dharmawangsa Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga”**.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa persoalan antara lain:

1. Strategi PT. Bank BNI Syariah dalam menghadapi pesaing
2. Strategi PT. Bank Bank BNI Syariah dalam meningkatkan dana pihak ketiga

⁸ <http://swa.co.id/business-strategy/luncurkan-produk-baru-Bank-Syariah-bukopin-targetkan-pertumbuhan-dpk-50> (Senin 28 april 2014 09:59)

3. Kendala-kendala yang dimiliki PT. Bank BNI Syariah dalam meningkatkan dana pihak ketiga

Untuk lebih terarahnya penulisan skripsi ini serta menghindari pembahasan yang terlalu melebar atau menyimpang, maka dibuatlah pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Strategi PT. Bank BNI Syariah dalam meningkatkan Dana pihak ketiga
2. Kendala-kendala yang dihadapi oleh Bank BNI Syariah dalam meningkatkan dana pihak ketiga

C. Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang masalah di atas ada beberapa pokok permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai rumusan masalah di antaranya adalah:

1. Bagaimana strategi Bank BNI Syariah dalam meningkatkan dana pihak ketiganya?
2. Apa saja kendala-kendala yang dihadapi oleh Bank BNI Syariah dalam meningkatkan dana pihak ketiganya?

D. Tujuan Masalah

Adapun tujuan permasalahan dalam penulisan skripsi ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi Bank BNI Syariah dalam meningkatkan dana pihak ketiganya.
2. Untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi oleh Bank BNI Syariah dalam meningkatkan dana pihak ketiganya.

E. Kegunaan Hasil Penelitian

Kegunaan hasil penelitian ini adalah:

1. Segi Teoritis
 - a. Menambah wawasan keilmuan, khususnya bagi penulis mengenai usaha Bank dalam meningkatkan dana pihak ketiganya.
 - b. Sebagai bahan informasi, saran, evaluasi, dan penilaian terhadap strategi Bank untuk menghadapi pesaing.
2. Segi Praktis
 - a. Bagi Masyarakat, sebagai masukan dan evaluasi dalam pengetahuan produk-produk yang ada pada PT. Bank BNI Syariah.
 - b. Bagi Bank, sebagai bahan pertimbangan untuk memperbaiki strategi dalam menghadapi pesaing.
 - c. Hasil karya tulis ini dapat dijadikan sumber inspirasi bagi yang membutuhkan terutama bagi dunia perbankan Syariah agar menjadi lebih baik dari waktu ke waktu.

F. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah deskripsi ringkas tentang kajian atau penelitian yang sudah pernah dilakukan di seputar masalah yang diteliti, sehingga terlihat jelas bahwa kajian yang sedang akan dilakukan ini bukan merupakan pengulangan atau duplikasi dari kajian atau penelitian yang telah ada.⁹

Berdasarkan penelusuran kajian kepustakaan yang penulis lakukan, berikut ada beberapa penelitian yang terkait dengan permasalahan yang ada dalam penelitian ini: Penelitian dahulu yang terkait dengan pembahasan penelitian ini adalah:

Pertama "*Strategi Aliansi Manajemen Pada Bank Muamalat Indonesia dalam Menunjang Perkembangan BMT Ahmad Yani*". Penelitian di atas ditulis oleh Zuhairo tahun 2008, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memberikan informasi tentang motivasi yang mendorong Bank Muamalat Indonesia (BMI) melakukan aliansi, serta kondisi BMT Ahmad Yani sebelum dan setelah melakukan aliansi manajemen dengan Bank Muamalat Indonesia. Alat analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif yaitu untuk memberi gambaran umum tentang motivasi Bank Muamalat Indonesia (BMI) melakukan aliansi, serta kondisi BMT Ahmad Yani sebelum dan sesudah beraliansi dengan Bank Muamalat Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian, maka diketahui bahwa motivasi aliansi Bank Muamalat dengan BMT adalah menjangkau pasar

⁹Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel, *Petunjuk Teknis Penulisan Skripsi*, Cet IV (Edisi Revisi, 2012), 9.

mikro. Sedangkan kondisi BMT Ahmad Yani sebelum melakukan aliansi adalah BMT tidak mempunyai lembaga yang menaungi, dan kondisi BMT yang paling berpengaruh dengan adanya aliansi dengan Bank Muamalat Indonesia (BMI) adalah kondisi permodalan semakin baik, adanya difrensiasi produk, dan sumber daya manusia yang ada di BMT Ahmad Yani semakin baik. Persamaan penelitian ini dengan penelitian di atas adalah cara lembaga keuangan meningkatkan jumlah nasabah. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian di atas menggunakan strategi aliansi sebagai alat untuk meningkatkan jumlah nasabah dan penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan strategi pemasaran secara umum.

Kedua "*Analisis Penerapan Strategi Penjualan Personal pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Surabaya Malang*". Penelitian ini ditulis oleh Luqman Dzul Hilmi tahun 2011, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data dari penelitian ini diperoleh dengan melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pengembangan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik triangulasi data dan sumber. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam membangun strategi penjualan personal, Bank Muamalat Indonesia membina para karyawannya untuk mengembangkan kemampuan dan keahlian dalam melayani para nasabah dan calon nasabah, serta menetapkan standar pelayanan. Salah satunya pada penjualan personal meliputi penampilan diri, berpakaian Islami seperti memakai peci hitam bagi karyawan hingga senyum, salam dan sapa. Model

pelayanan yang digunakan Bank Muamalat Indonesia adalah Fast Service yang mencakup aspek *Friendly, Accessible, Secure, dan To your needs*. Adapun Prinsip dalam penjualan Bank Muamalat Indonesia adalah professional dengan berpegang teguh pada konsep Syariah, serta memiliki budaya berupa manajemen surgawi. Implikasi strategi penjualan personal Bank Muamalat Indonesia dapat meningkatkan jumlah nasabah, Dana pihak ketiga, maupun Kantor Cabang serta juga menurunkan prosentase Non Performing Finance. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian ini mengajarkan karyawan dalam melayani nasabah dengan menggunakan strategi pemasaran personal selling saja sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan strategi pemasaran secara keseluruhan.

Ketiga Tugas Akhir yang berjudul “*Strategi yang Digunakan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Surabaya Purwodadi Untuk Meningkatkan Size Business Warung Mikro Yang Sehat*”. Penelitian di atas ditulis oleh Atik Fadhilah Jurusan Syariah, Program Studi DIII Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Salatiga 2013. Dalam Tugas Akhir (TA) tersebut membahas tentang usaha kecil menengah (UKM) yang dapat *survive* saat krisis ekonomi melanda, persoalan-persoalan yang dapat menghambat usaha-usaha pemberdayaan UKM, kebijakan pemerintah dalam pengembangan UKM partisipasi aktif UKM dalam proses pembangunan nasional, khususnya dalam kegiatan ekonomi dalam rangka mewujudkan pemerataan pembangunan melalui perluasan lapangan kerja dan peningkatan

pendapatan, prosedur operasional pembiayaan, strategi yang digunakan oleh Bank Syariah Mandiri disini dengan meningkatkan kualitas pelayanan, kecepatan pencairan pembiayaan SLA (*Service Level Agreement*), melakukan kerjasama atau *aliansi*. Persamaan penelitian di atas dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada objek yang diteliti yakni strategi yang digunakan oleh lembaga keuangan. Sedangkan perbedaannya adalah jika penelitian tersebut strategi digunakan untuk pemberdayaan UKM maka penelitian yang dilakukan oleh peneliti strategi yang digunakan untuk peningkatan Dana pihak ketiga.

G. Definisi Operasional

Untuk memudahkan dalam memahami judul skripsi ini, penulis mendeskripsikan beberapa bagian dari judul tersebut di atas, yaitu:

1. Strategi

Strategi adalah suatu cara dimana organisasi atau lembaga akan mencapai tujuannya, sesuai dengan peluang - peluang dan ancaman - ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi, serta sumber daya dan kemampuan internal.

2. BNI Syariah

BNI Syariah adalah suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan Syariah (hukum) Islam. Bank ini semula bernama Unit Usaha Syariah Bank Negara Indonesia yang merupakan anak perusahaan PT BNI

Persero, Tbk. Sejak 2010, Unit Usaha BNI Syariah berubah menjadi Bank umum Syariah dengan nama PT Bank BNI Syariah.

3. Dana pihak ketiga

Dana pihak ketiga adalah dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank berdasarkan perjanjian penyimpanan dana dalam bentuk giro, deposito, sertifikat deposito, tabungan, dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.

H. Metode Penelitian

Penelitian adalah informasi yang diperoleh dari sistem pengamatan.¹⁰ Metode penelitian adalah suatu pembelajaran tentang metode ilmiah yang meliputi penetapan masalah penelitian, premis, hipotesis, tujuan, kegunaan, tinjauan pustaka, metode penelitian, pembahasan hasil penelitian, dan cara menarik kesimpulan yang bertujuan memperbaiki prosedur dan kriteria baku dalam penelitian ilmiah.¹¹ Dalam penelitian ini data dapat diproses melalui beberapa tahapan, antara lain:

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya Dharmawangsa, Jalan Dharmawangsa no: 115 A Surabaya. Fokus penelitian ini adalah strategi PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya Dharmawangsa dalam meningkatkan dana pihak ketiga.

¹⁰ Yanuar Ikbar, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2012), 104.

¹¹ *Ibid*, 105.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yakni penelitian yang mencari informasi berdasarkan data yang ada dengan menyajikan data, menganalisis, dan menginterpretasikannya.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain. Secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.¹² Beberapa deskripsi digunakan untuk menemukan prinsip-prinsip dan penjelasan yang mengarah pada kesimpulan. Penelitian kualitatif bersifat induktif: peneliti memberikan permasalahan-permasalahan yang muncul dari data atau dibiarkan terbuka untuk interpretasi. Data dihimpun dengan pengamatan yang seksama, mencakup deskripsi dalam konteks yang mendetail disertai catatan-catatan hasil wawancara yang mendalam, serta hasil analisis dokumen dan catatan-catatan.

Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang paling dasar. Ditujukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena yang bersifat alamiah ataupun rekayasa manusia. Penelitian ini mengkaji bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan dengan fenomena lain.

¹² Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011), 6.

Fenomena disajikan secara apa adanya hasil penelitian diuraikan secara jelas tanpa *memanipulasi*. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya adanya suatu hipotesis tetapi adalah pertanyaan penelitian. Analisis deskriptif dapat menggunakan analisis distribusi frekuensi yaitu menyimpulkan berdasarkan hasil rata-rata. Hasil penelitian deskriptif sering digunakan atau dilanjutkan dengan melakukan penelitian analitik.

3. Data dan Sumber Data

Data yang dihimpun untuk penelitian ini adalah data yang terkait dengan produk-produk seperti tabungan, giro, dan deposito yang dapat meningkatkan dana pihak ketiga Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya Dharmawangsa.

Untuk menggali kelengkapan data tersebut, maka penulis memerlukan sumber-sumber data sebagai berikut:

a. Sumber Primer

Sumber data primer yakni subjek penelitian yang dijadikan sebagai sumber informasi penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau pengambilan data secara langsung atau yang dikenal dengan istilah *interview* (wawancara).¹³ Dalam hal ini subjek penelitian yang dimaksud adalah *sales marketing* dan pelayanan dari Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya Dharmawangsa.

¹³ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, Cetakan VIII, 2007), 91.

b. Sumber Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua). Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti Biro Pusat Statistik (BPS), buku, laporan, jurnal, dan lain-lain. Pada sumber data sekunder, data yang diambil bukan data dari lapangan langsung, karena merupakan data pendukung yang berasal dari buku-buku maupun literatur lain dari Bank BNI meliputi:

- 1) Dokumen adalah surat penting atau berharga yang sifatnya tertulis atau tercetak yang berfungsi atau dapat di pakai sebagai bukti ataupun keterangan.¹⁴ Dalam hal ini dokumen dikumpulkan dari data yang diperoleh dari pihak Bank BNI Syariah. Data yang diberikan seputar data yang bersangkutan dengan dana pihak ketiga. Berapa banyak jumlah nasabah yang menggunakan fasilitas tabungan, giro, maupun deposito, dan lain sebagainya.
- 2) Studi kepustakaan adalah mengumpulkan data dengan cara memperoleh dari kepustakaan di mana penulis mendapatkan teori-teori dan pendapat ahli serta beberapa buku referensi yang ada hubungannya dengan penelitian ini.¹⁵

4. Subyek Penelitian

¹⁴ Maman Suparman dalam <http://mamanssuparman.blogspot.com/2013/08/pengertian-dokumen-dan-jenis-dokumen.html> (8 april 2014 12:05).

¹⁵ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), 136.

Subyek penelitian ini adalah *sales marketing* dan pelayanan dari Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya Dharmawangsa Jalan Dharmawangsa No. 115 A Surabaya.

5. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini bersifat kualitatif, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

a. Wawancara atau *interview*

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan narasumber yang memberikan informasi atau jawaban atas pertanyaan yang diberikan oleh pewawancara.¹⁶

Dalam hal ini wawancara dilakukan dengan *sales marketing* dan pelayanan dari Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya Dharmawangsa.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain.¹⁷

Teknik ini dilakukan dengan cara mencatat data dokumen lembaga terkait yakni PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya Dharmawangsa.

6. Teknik Pengolahan Data

¹⁶ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 186.

¹⁷ Haris Herdiansyah, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Salemba Empat, 2010), 143.

- a. *Editing*, yaitu pemeriksaan kembali dari semua data yang diperoleh terutama dari segi kelengkapannya, kejelasan makna, keselarasan antara data yang ada dan relevansi dengan penelitian.¹⁸ Dalam hal ini penulis meneliti kembali kelengkapan data-data yang telah diperoleh oleh peneliti dari PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya Dharmawangsa.
- b. *Organizing*, yaitu menyusun dan mensistematisasikan data tentang penelitian yang diperoleh dalam kerangka uraian yang telah direncanakan.¹⁹ Dalam hal ini peneliti menyusun data-data yang diperoleh dengan urutan profil BNI Syariah, Strategi BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya Dharmawangsa, dan kendala BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya Dharmawangsa.
- c. Penemuan hasil, yaitu dengan menganalisis data yang telah diperoleh dari penelitian untuk memperoleh kesimpulan mengenai kebenaran fakta yang ditemukan, yang akhirnya merupakan sebuah jawaban dari rumusan masalah. Dalam hal ini peneliti menganalisa data-data tentang strategi dan kendala yang dialami Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya Dharmawangsa dengan teori-teori pemasaran secara umum dan indikasinya sesuai dengan syariah, sehingga pada akhirnya peneliti dapat menemukan sebuah jawaban dari masalah yang diangkat.

7. Teknik analisis data

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfa Beta, 2008), 243.

¹⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2005), 194.

Analisis data merupakan usaha untuk memberikan interpretasi terhadap data yang telah disusun. Pemberian interpretasi ini dapat berupa kerangka ataupun menarik kesimpulan terhadap data yang telah disusun.

Untuk memenuhi dasar analisis data, penulis melakukan analisis secara komprehensif dan lengkap, yakni secara mendalam dari berbagai aspek sesuai dengan lingkup penelitian sehingga tidak ada yang terlupakan.²⁰

Data yang telah berhasil dikumpulkan selanjutnya akan dianalisis secara deskriptif analitis yaitu analisis yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati dengan metode yang telah ditentukan. Tujuan dari metode ini adalah untuk membuat deskripsi atau gambaran mengenai objek penelitian secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Kemudian data tersebut diolah dan dianalisis dengan pola pikir induktif yang berarti pola pikir yang berpijak pada fakta-fakta yang bersifat khusus kemudian diteliti, dianalisis, dan disimpulkan sehingga pemecahan persoalan atau solusi tersebut dapat berlaku secara umum.

Fakta-fakta yang dikumpulkan adalah data yang bersumber dari Bank dan wawancara dengan pihak dari Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya Dharmawangsa.

²⁰ Abdul Kadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004), 172.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan adalah pengurutan pembahasan dalam penyusunan karya ilmiah. Hal ini dimaksud untuk mempermudah pembaca dalam memahami dan menelaah isi yang terdapat dalam tulisan ini. Adapun secara global tulisan ini dibagi menjadi 5 bab.

Bab pertama adalah pendahuluan yang mengurai latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, kajian pustaka, definisi operasional, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab Kedua, Dalam bab ini dijelaskan mengenai beberapa teori-teori yang akan diteliti, memuat teori-teori yang relevan dengan penelitian yang dilakukan, Pengertian strategi pemasaran, *segmentating*, *targeting*, *positioning*, bauran pemasaran (produk, harga, tempat dan promosi), pengertian dana pihak ketiga, macam-macam dana pihak ketiga, pengertian tabungan, giro, dan deposito, akad-akad dalam dana pihak ketiga yang digunakan oleh Bank BNI Syariah.

Bab tiga merupakan bahasan penyajian data di lapangan yang akan menggambarkan tentang profil PT. Bank BNI Syariah, mulai dari sejarah berdirinya Bank BNI Syariah, visi dan misi yang dimiliki oleh Bank BNI Syariah, deskripsi tugas karyawan Bank BNI Syariah, macam-macam produk yang dimiliki Bank BNI Syariah, dan strategi yang ditempuh oleh PT Bank BNI Syariah dalam meningkatkan dana pihak ketiga serta kendala-kendala yang dihadapi oleh Bank BNI Syariah.

Bab empat merupakan bab analisis data, dimana isinya adalah pemantapan dan penegasan dari strategi yang digunakan oleh Bank BNI Syariah dalam meningkatkan dana pihak ketiga dan kendala-kendala yang dihadapi oleh Bank BNI Syariah.

Bab lima merupakan penutup yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang bermanfaat serta membangun untuk penelitian selanjutnya.