

**PROSES PERENCANAAN PEMASARAN DALAM PENGEMBANGAN PRODUK
SIMPANAN TABUNGAN SYARIAH PLUS
DI BNI SYARIAH PRIMA CABANG DARMO SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Sosial Islam (S.Sos.I)**



Oleh :

**JAFAR SHADIQ
NIM. BO.43.02.008**

PERPUSTAKAAN INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA	No. REG D-2006 / MD / 041
	ASAL BUKU:
No. KLAS K D-2006 041 MD	TANGGAL

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS DAKWAH
JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH
SURABAYA
2006**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang di tulis oleh **Jafar Shadiq, NIM. BO.43.02.008** telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 23 Juli 2006

Pembimbing



Drs. H. A. Isa Anshori, M. Si

NIP. 150. 187. 865

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Jafar Shadiq ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 9 Agustus 2006

Mengesahkan

Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel

Dekan,



Dr. H. Shonhadji Sholeh, Dip. IS

NIP. 150 197 688

Ketua,

Drs. H. A. Isa Anshori, M. Si

NIP. 150 187 865

Sekretaris,

Hadi Susanto, S. Ag., M. Si

NIP. 150 327 219

Penguji I,

Drs. H. M. Sja'roni, M. Ag

NIP. 150 174 411

Penguji II,

Drs. H. Mushonief Marsholy

NIP. 150 178 179

ABSTRAKSI

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
Juli 2004: Proses Perencanaan Pemasaran dalam Pengembangan Produk Simpanan Tabungan Syariah Plus di BNI Syariah di BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya

Fokus penelitian yang diteliti dalam skripsi ini adalah bagaimana proses perencanaan pemasaran dalam pengembangan produk simpanan tabungan syariah plus pada BNI Syariah Prima cabang Darmo Surabaya?

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kualitatif, yaitu mendeskripsikan data

Dalam menjawab permasalahan diatas penelitian lapangan ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dimaksudkan untuk memaparkan atau menggambarkan keadaan atau fenomena sebagaimana adanya pada saat penelitian dilakukan, yaitu untuk memaparkan data tentang proses perencanaan pemasaran dalam pengembangan produk simpanan tabungan syariah plus pada BNI Syariah Prima cabang Darmo Surabaya.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini mengimplikasikan bahwa proses perencanaan pemasaran dalam pengembangan produk simpanan tabungan syariah plus pada BNI Syariah Prima Surabaya dilakukan dengan menetapkan tujuan dan sasaran, merumuskan keadaan saat ini, mengidentifikasi segala kemudahan dan hambatan dengan mengidentifikasi faktor intern dan ekstern serta telah mengembangkan rencana dengan serangkaian kegiatan dalam meningkatkan pelayan kepada nasabahnya. Dalam hal ini, kerja sama dan sumber daya manusia yang dimiliki oleh para pengurus cukup membanggakan serta memegang penuh tanggung jawab pada tugas masing-masing.



DAFTAR ISI

	halaman
digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO & PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Definisi Konsep	10
F. Sistematika Pembahasan	12
Bab II : PERSPEKTIF TEORITIS	14
A. Kajian Kepustakaan Konseptual	14
1. Perencanaan	14
a. Pengertian Perencanaan	14
b. Proses Perencanaan	16
c. Unsur-Unsur Perencanaan	20
d. Bentuk Perencanaan	21
e. Ciri-Ciri Perencanaan	25
f. Manfaat Perencanaan	27
2. Pemasaran	29
a. Pengertian Perencanaan	29
b. Konsep Pemasaran	30
c. Manajemen Pemasaran	32
3. Produk	32
a. Pengertian Produk	32
b. Perencanaan Produk	33
c. Siklus Hidup Produk	34
4. Bank Syariah	35
a. Pengertian Bank Syariah	35
b. Tujuan Bank Syariah	36
c. Ciri-Ciri Bank Syariah	38
d. Prinsip Bank Syariah	41

B. Kajian Kepustakaan Penelitian	42
BAB III : METODE PENELITIAN	44
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	44
B. Wilayah Penelitian	46
C. Jenis dan Sumber Data	47
D. Tahap-Tahap Penelitian	49
E. Teknik Pengumpulan Data	51
F. Teknik Analisa Data	56
G. Teknik Keabsahan Data	57
BAB IV : DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN	59
A. Sejarah Singkat BNI Syariah Prima	59
B. Visi, Misi dan Tujuan BNI Syariah Prima	60
C. Produk BNI Syariah Prima	61
D. Struktur BNI Syariah Prima	69
E. Fasilitas dan Layanan BNI Syariah Prima	70
BAB V : PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	72
A. Penyajian Data	72
B. Analisis Data	90
BAB VI : PENUTUP	99
A. Kesimpulan	99
B. Rekomendasi	100
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Ciri-ciri Perencanaan	26
Tabel 3.1 : Sumber Data	48
Tabel 3.2 : Teknik Pengumpulan Data	54

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

A. KONTEKS PENELITIAN

Dari tahun ke tahun perkembangan ilmu dan teknologi sudah tidak dapat terbendung lagi. Hal ini seiring dengan perkembangan dalam dunia usaha baik yang bersifat profit maupun non profit. Besarnya tingkat persaingan semakin memacu para pelaku bisnis untuk meningkatkan pelayanan dan penentuan produk dalam memberikan kepuasan para pelanggan.

Di Negara Indonesia, perlombaan menyajikan kepuasan kepada para pelanggan di antara para pengusaha guna merebut pembeli, mulai terasa kembali sejak masa pembangunan lima tahun pertama, yaitu tahun 1969-1973.

Perlombaan tersebut semakin terasa selama masa pembangunan lima tahun kedua, digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id serta akan tetap terasa untuk masa-masa mendatang. Hal itu terjadi karena pembangunan ekonomi bangsa tidak saja akan meningkatkan pendapatan dan daya beli masyarakat, melainkan juga akan meningkatkan jumlah dan jenis barang serta jasa yang diterjunkan ke pasar. Akibatnya dalam kehidupan sehari-hari para pembeli tidak lagi tergantung pada satu atau dua jenis produk hasil produksi guna memenuhi kebutuhan mereka. Kebebasan pelanggan untuk memilih barang, jasa atau merek dagang menjadi lebih besar. Sementara kita telah mengetahui bahwa masyarakat memenuhi kebutuhan dan keinginannya dengan produk.

Di pihak lain, bagi para pengusaha negeri ini yang bergerak di bidang barang atau jasa konsumsi masal, kelonggaran memasarkan hasil produksinya tidaklah sebesar rekan-rekan mereka di negara-negara ekonomi maju seperti Jepang, Kanada, Inggris, Jerman, Perancis atau Amerika Serikat. Berlimpahnya produksi ini di negara-negara maju tersebut di imbangi oleh tinggi dan meratanya penghasilan dan daya beli penduduk. Kenyataan ini memberikan suasana persaingan di pasar, yang walaupun tidak ringan namun longgar, karena pasar yang diperebutkan cukup besar.

Untuk menghadapi dunia usaha yang tingkat persaingan yang semakin tinggi, perencanaan pemasaran menjadi salah satu upaya penting yang harus dilaksanakan oleh perusahaan. Mengingat bahwa perencanaan pemasaran adalah fungsi utama dan pertama yang harus ditetapkan dengan pemikiran matang dan serius dalam pelaksanaannya. Ketetapan ini ditentukan oleh ketepatan produk yang dihasilkannya dalam memberikan kepuasan dari sasaran konsumen yang ditentukannya. Dengan perkataan lain, usaha-usaha pemasaran haruslah diarahkan dan memberikan pelayanan maksimal kepada konsumen sebagai sasaran produknya, sehingga tujuan yang diharapkan dapat tercapai.

Selain daripada itu, perencanaan merupakan proses dalam penetapan suatu maksud atau misi, sasaran, strategi, kebijaksanaan, prosedur, peraturan, program maupun dalam penganggaran. Bagi suatu perusahaan yang menawarkan suatu produk, pemasaran menjadi salah satu pendukung dalam mewujudkan berbagai ketetapan dalam pelaksanaan suatu rencana. Mengingat bahwa pemasaran

menyangkut perencanaan secara efisien penggunaan sumber-sumber dan pendistribusian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga tujuan kedua pihak dalam tercapai.¹

Menurut Harold Koontz dan Cyril O'Donnel, perencanaan itu merupakan salah satu fungsi manajemen yang berkaitan dengan pemilihan satu di antara berbagai alternatif untuk mencapai tujuan, melaksanakan kebijaksanaan, prosedur dan program.² Berkenaan dengan hal itu, Islam telah menggariskan bahwa dalam merencanakan suatu bisnis harus mengorientasikan bagi pencapaian ridha Allah SWT. Dengan demikian, keberadaan perencanaan pemasaran di pandang sebagai pemula untuk melakukan suatu tujuan yang nantinya memudahkan dalam implementasi kegiatan bisnis tersebut. .

Sebagaimana kita ketahui, bahwa fenomena kemunculan dan perkembangan Bank-Bank Syariah di Indonesia amat pesat, hal ini dikarenakan lahirnya Islamic Development Bank (IDB) pada tahun 1975 yang bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi serta meningkatkan kesejahteraan sosial bagi negara-negara anggota dan masyarakat muslim pada umumnya. Hal ini, menjadi salah satu ancaman bagi bank konvensional untuk bersaing dalam menempatkan posisi pada nasabah. Pesatnya perkembangan lembaga perbankan Islam ini, karena Bank Syariah memiliki keistimewaan-keistimewaan. Salah satu dari keistimewaan yang utama adalah melekat pada konsep yang berorientasi pada

¹ Drs. Marwan Asri, MBA, Marketing, (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN, 1991), hh. 11-12.

² Ibnu Syamsi, *Pokok-Pokok Organisasi dan Manajemen*, (Yogyakarta, PT. Rineka Cipta, 1983), h. 73.

kebersamaan. Orientasi kebersamaan inilah yang menjadikan Bank Syariah mampu tampil sebagai alternatif pengganti sistem bunga yang hukumnya adalah haram. Hal ini sesuai dengan keputusan Majelis Ulama Indonesia diakhir tahun 2003, yang mengeluarkan fatwa untuk menegaskan kembali bahwa sistem bunga pada bank adalah haram.³ Namun demikian, sebagai lembaga yang keberadaannya lebih baru daripada bank-bank konvensional, Bank Syariah menghadapi permasalahan-permasalahan, baik yang melekat pada aktivitas maupun pelaksanaannya.⁴

BNI sebagai salah satu bank besar di negeri berpenduduk muslim terbanyak di dunia, terpanggil untuk menyelenggarakan sistem perbankan berdasarkan prinsip syariah. Persiapan membentuk bank syariah diawali dengan pembentukan sebuah tim proyek internal pada tahun 1999. Bank Indonesia kemudian mengeluarkan izin prinsip dan usaha untuk unit usaha syariah BNI sehingga bisa beroperasi mulai tanggal 29 April 2000. Pola yang digunakan BNI untuk masuk pasar perbankan syariah adalah dual banking system. Hal itu dilakukan sesuai dengan undang-undang No. 10 tahun 1998, yang memungkinkan bank-bank umum untuk membuka layanan syariah.⁵

Dengan hadirnya BNI Syariah ini, maka BNI telah mempersiapkan berbagai strategi dalam menghadapi persaingan dengan bank-bank syariah

³ Gatra, Milad BNI ke-6 BNI Syariah: *Memperkuat Infrastruktur Dalam Rangka Percepatan Bisnis*, Edisi April 2006, hal. 21.

⁴ Warkum Sumitro, *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait (BMUI & TAKAFUL) di Indonesia*, h. 2.

⁵ Gatra, Milad BNI ke-6 BNI Syariah: *Memperkuat Infrastruktur Dalam Rangka Percepatan Bisnis*, hal. 23.

maupun bank konvensional. Hal ini menjadikan BNI Syariah Prima harus benar-benar menunjukkan produk-produk dengan perencanaan pemasaran yang dapat menarik minat masyarakat. Mengingat kebutuhan masyarakat terhadap layanan perbankan Syariah, terus berkembang. Bahkan pada harian Kompas "*Bank Syariah Mulai Kelebihan Muatan*" pada hari Kamis tanggal 26 Februari memberitakan bahwa suatu waktu, unit usaha syariah Bank Negara Indonesia (Bank BNI) didatangi seorang biarawati yang hendak menyimpan uangnya. Kemudian seorang petugas pelayanan nasabah memberitahukan bahwa di Bank Syariah BNI berlaku sistem syariah yang agak berbeda dengan bank umum. Tanpa ditanya, biarawati itu menjawab bahwa dirinya sudah mengetahui perihal bank yang menggunakan sistem syariah.⁶

Fenomena di atas memberikan gambaran, bahwa sistem perbankan syariah bukan hanya menarik perhatian dari umat muslim saja, akan tetapi dari pihak non muslim pun turut serta untuk menjadi nasabah karena jelas kemurnian dan keutungan yang didapatkannya. Hal itu juga tidak luput dari strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh BNI Syariah dalam memberikan penawaran produknya, baik melalui iklan, brosur maupun internet.

Pimpinan BNI Syariah, Rizqullah, mengatakan bahwa dihadapkannya layanan prima BNI Syariah dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap layanan perbankan yang terus berkembang dari waktu ke waktu. Seperti diketahui, berbagai indikator perbankan syariah makin meningkat, baik berupa

⁶ *Bank Syariah Mulai Kelebihan Muatan*, dalam <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0402/26/Perbankan/878892.htm>. diakses pada tanggal 9 Juli 2006.

penghimpunan dan penyaluran dana serta rasio profitabilitas dan permodalan perbankan syariah.⁷

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Produk dana BNI Syariah menyediakan beragam produk yang inovatif dengan investasi yang menguntungkan sesuai dengan prinsip Syariah, yaitu: produk simpanan Tabungan Syariah Plus, Giro, Deposito Mudharabah, Tabungan Haji Mudharabah dan Reksa Dana Syariah. Produk pembiayaannya adalah Murabahah, Mudharabah, Ijarah dan Musyarakah.

Produk simpanan Tabungan Syariah Plus adalah salah satu produk unggulan yang ditawarkan oleh BNI Syariah Prima saat ini. Tabungan Syariah Plus dengan prinsip Mudharabah Mutlahaqah, yang menyimpan dana para nasabah dalam kemurnian dengan keuntungan bagi hasil yang adil serta didukung dengan pelayanan 24 jam di ribuan ATM di seluruh Indonesia yang makin memudahkan transaksi Anda. *Mudharabah Mutlahaqah* merupakan simpanan dana masyarakat (*pemilik dana atau shahibul maal*) yang oleh BNI Syariah (*mudharib*) dapat dioperasikan untuk mendapat keuntungan. Hasil Keuntungan akan dilakukan bagi hasil antara pihak penabung dan pihak bank sesuai dengan nisbah yang disepakati.⁸

Memasuki usianya yang kelima tahun, BNI Syariah terus menunjukkan kinerjanya sebagai pemain utama di industri perbankan syariah dan menjadi unit syariah terbesar di Indonesia. Sejak beroperasi pada tahun 2000 lalu, BNI Syariah

⁷ BNI Syariah Prima "*Semua Demi Kenyamanan Nasabah*" Senin, 14 Maret 2005, dalam http://www.republika.co.id/koran_detail.asp. diakses pada tanggal 9 Juli 2006.

⁸ Simpanan Tabungan Syariah, dalam. http://www.bni.co.id/produklayan/p_syariah.asp.

berhasil mendapat penghargaan sebagai *The Most Profitable Islamic Bank* selama 2 (dua) tahun berturut-turut pada tahun 2003 (*Karim Business Consulting & Majalah Modal*) dan tahun 2004 (*Karim Business Consulting & Majalah PPM*). Bahkan pada tahun 2004, selain mendapat penghargaan *The Most Profitable*, BNI Syariah juga mendapat penghargaan *The Most Efficient, The Biggest Market Share, The Widest Market Area Coverage* dan penghargaan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai Bank Terbaik dalam Implementasi Syariah.⁹

Pada milad BNI Syariah yang ke-6, BNI Syariah memperkuat infrastruktur dalam rangka percepatan bisnis dengan *Dual Bank Prinsip Syariah*. Dengan jaringan infrastruktur yang luas, dengan menawarkan berbagai kemudahan dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, manajemen BNI menyadari bahwa pasar perbankan syariah akan memegang peran cukup strategis di masa yang akan datang, sehingga BNI perlu menyiapkan secara dini pengelolaan bisnis syariah agar lebih menjadi lebih baik. Tekad BNI adalah memosisikan BNI Syariah sebagai bank syariah yang paling mudah diakses oleh masyarakat dengan kinerja dan layanan terbaik.

Manajemen BNI kemudian memutuskan untuk memberikan serangkaian kewenangan secara khusus kepada BNI Syariah yang disebut sebagai "Otonomi Khusus BNI Syariah". Dalam kerangka Otonomi Khusus itu, BNI Syariah tidak terpisah penuh dari BNI, baik dari segi legalitas, finansial, kebijakan, maupun

⁹ Milad Ke-5 BNI Syariah - Hadirkan Perbankan Syariah Dengan Layanan Multi-Channel, dalam. <http://www.bnisyariah.tripod.com/profil>. diakses pada tanggal 9 Juli 2006.

dukungan infrastruktur. Namun dengan Otonomi Khusus tersebut, BNI Syariah memiliki kewenangan luas dalam pengelolaan kebijakan bisnisnya.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Adanya kebijakan PBI/8/3/2006 dari Bank Indonesia mengenai *office channeling* merupakan hal yang sangat menggembirakan bagi BNI Syariah yang segera menyambut dengan meluncurkan Syariah Channeling Outlet. Dengan Syariah Channeling Outlet ini maka jangkauan BNI bagi layanan masyarakat yang membutuhkan produk dan jasa syariah semakin luas. Jika sebelumnya untuk mendapatkan produk dan jasa syariah masyarakat hanya bisa dilayani melalui 44 cabang BNI Syariah saja, maka sejak tanggal 21 April 2006 masyarakat bisa mendatangi seluruh kantor cabang BNK Konvensional yang menjadi Syariah Channeling Outlet yang jumlahnya akan mencapai 151 buah diseluruh indonesia.¹⁰

Adapun alasan peneliti memilih perencanaan pemasaran dalam pengembangan produk BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya sebagai permasalahan penelitian dikarenakan adanya keberhasilan yang nyata dalam penerapan manajemen perencanaan dan manajemen pemasarannya. Hal ini terbukti bahwa dengan berdirinya BNI Syariah Prima di Surabaya mendapat sambutan hangat dari masyarakat. Dengan sambutan itu tingkat perkembangan BNI Syariah dalam menarik nasabah semakin meningkat yang diwujudkan dengan strategi perencanaan di dalam pemasaran. Hal ini yang menjadikan peneliti merasa tertarik (interest) untuk mengetahui secara mendalam bagaimana

¹⁰ Milad BNI ke-6 BNI Syariah: *Memperkuat Infrastruktur Dalam Rangka Percepatan Bisnis*, hal. 23.

proses perencanaan pemasaran dalam pengembangan produk simpanan tabungan

syariah plus pada BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

B. FOKUS PENELITIAN

Dari konteks penelitian yang telah kami deskripsikan di atas, Oleh karenanya penulis memberikan fokus penelitian sebagai berikut:

Bagaimanakah proses perencanaan pemasaran dalam mengembangkan produk simpanan tabungan pada BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui bagaimana proses perencanaan pemasaran dalam pengembangan produk simpanan tabungan BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

D. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan oleh penulis dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Sebagai sarana untuk mengembangkan teori manajemen khususnya strategi perencanaan pemasaran, serta menggambarkan secara terperinci

proses perencanaan pemasaran produk dengan keadaan atau kenyataan yang ada pada BNI Syariah Prima Surabaya, khususnya dalam bidang manajemen dakwah.

2. Manfaat Praktis

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada BNI Syariah Prima Surabaya mengenai proses perencanaan pemasaran produk yang ada di BNI Syariah Prima Surabaya.

E. DEFINISI KONSEP

Selanjutnya peneliti menjelaskan landasan teori menurut beberapa ahli, agar tidak terjadi salah interpretasi adalah sebagai berikut:

Selanjutnya peneliti menjelaskan landasan teori menurut beberapa ahli, agar tidak terjadi salah interpretasi adalah sebagai berikut:

1. Proses

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Adalah suatu rangkaian kegiatan fungsi-fungsi manajemen untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan.¹¹

2. Perencanaan

Perencanaan adalah keseluruhan proses pemikiran dan penentuan secara matang dari pada hal-hal yang akan dikerjakan dan penentuan dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan.¹²

¹¹ Prof. Komaruddin, *Ensiklopeida Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1994), h. 703.

¹² A. W. Wijaya, *Perencanaan Sebagai Fungsi Manajemen*, (Jakarta: PT. Bina Aksara, 1987), h. 33.

Sedangkan menurut G. R. Terry dan L. W. Rae adalah perencanaan merupakan pemilihan sasaran suatu organisasi atau penentuan suatu organisasi, baik organisasi profit maupun non profit, kemudian dijabarkan dalam bentuk kerja sama dan pembagian tugas.¹³ Perencanaan adalah fungsi dasar manajemen, karena organizing, actuating maupun controlling pun harus terlebih dahulu direncanakan.¹⁴

3. Pemasaran

William J. Stanton mengemukakan, bahwa pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.¹⁵

4. Pengembangan Produk

Adalah suatu tingkatan produksi yang bertujuan untuk meneliti, menguji dan memperbaiki suatu hasil dan proses produksi sehingga dapat melancarkan proses pembuatannya.¹⁶

5. Simpanan Tabungan Syariah Plus

Adalah simpanan dengan prinsip *Mudharabah Mutlhaqah*, yang merupakan simpanan dana masyarakat (pemilik dana atau *shahibul maal*)

¹³ G. R. Terry dan L. W. Rue, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1997), h. 9.

¹⁴ Sukarna, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Bandung: Mandar Maju, 1992), h. 8

¹⁵ Basa Swasta, T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran, Analisa: Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta, BPF, 2004), h. 4.

¹⁶ Prof. Komaruddin, *Ensiklopeida Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1994), h. 705.

yang oleh BNI Syariah (*mudharib*) dapat dioperasikan untuk mendapat keuntungan yang kemudian dilakukan bagi hasil antara pihak penabung dan pihak bank sesuai dengan nisbah yang disepakati.

6. BNI Syariah Prima

Adalah salah satu Cabang BNI Syariah yang bergerak dalam bidang keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya berdasarkan pada prinsip-prinsip syariat Islam dengan pelayanan yang prima.

Dari penguraian di atas, dapat dipahami bahwa proses perencanaan pemasaran dalam pengembangan produk simpanan tabungan syariah plus adalah rangkaian kegiatan fungsi-fungsi manajemen yang meliputi pemikiran dan penentuan penentuan sasaran dan tujuan produk menurut tingkatan produksi, sehingga mendapat perhatian dari masyarakat untuk menjadi nasabah melalui simpanan tabungan yang dioperasikan untuk mendapat keuntungan melalui sistem bagi hasil.

F. SISTEMATIKA PENELITIAN

Sistematika pembahasan dalam skripsi ini tersusun secara sistematis dari bab ke bab yang terdiri dari enam bab dan anantara satu bab dengan bab lainnya merupakan integritas atau kesatuan yang tak terpisahkan serta memberikan/menggambarkan secara lengkap dan jelas tentang penelitian dan hasil-hasilnya.

Sistematika pembahasan dalam skripsi ini meliputi: Pertama, pendahuluan yang meliputi: konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep, dan sistematika pembahasan.

Kedua, membahas mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pengertian perencanaan, proses perencanaan, bentuk perencanaan, ciri-ciri perencanaan, manfaat perencanaan, pengertian pemasaran, konsep pemasaran, manajemen pemasaran, pengertian produk, perencanaan produk, siklus hidup produk, pengertian bank syariah, tujuan bank syariah, ciri-ciri bank syariah, dan prinsip-prinsip bank syariah.

Ketiga, menguraikan hal-hal yang berkaitan dengan pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.

Keempat, menggambarkan mengenai sejarah berdirinya, visi dan misi, tujuan, produk BNI syariah prima, struktur organisasi, fasilitas dan layanan BNI Syariah Prima Surabaya.

Kelima, menjelaskan mengenai penyajian dan analisis data, yang meliputi pembahasan mengenai penyajian data untuk menggambarkan data yang ditemukan dalam penelitian tentang proses perencanaan pemasaran BNI Syariah Prima dan menganalisis data sesuai dengan teori yang ada.

Keenam, merupakan akhir dari sistematika ini yang berisi kesimpulan dan rekomendasi.

BAB II

PERSPEKTIF TEORITIS

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

A. KAJIAN KEPUSTAKAAN KONSEPTUAL

1. Perencanaan

a. Pengertian Perencanaan

Perencanaan merupakan salah satu pemikiran dan membuat langkah-langkah yang perlu dilakukan sebelum pelaksanaan kerja nyata direalisasikan. Perencanaan pada prinsipnya merupakan pemilihan sasaran organisasi atau penentuan tujuan organisasi yang kemudian dijabarkan kedalam bentuk kerja sama dan pembagian tugas.

Seperti yang dinyatakan oleh Horald Koontz dan Ceryl O'Dannel bahwa: "*Planning in function of manager which involves the selection from alternatives of adjective, policies, procedures and programs*" yang artinya Perencanaan adalah fungsi seorang manajer yang berhubungan dengan memilih tujuan-tujuan, kebijakan-kebijakan, prosedur-prosedur dan program-program dari alternatif-alternatif yang ada.¹

Menurut definisi di atas, bahwasanya perencanaan merupakan keseluruhan proses pemikiran dan penentuan secara matang dari pada hal-hal yang akan dikerjakan di masa yang akan datang dalam rangka

¹ Sukarna, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Bandung: Mandar Maju, 1992), h. 10.

pencapaian tujuan yang kelak ditentukan. Perencanaan diartikan sebagai usaha sadar untuk memikirkan alternatif-alternatif tersebut dan memilih alternatif yang dikehendaki, agar dapat ditentukan pula bagaimana cara mencapainya.²

Adapun definisi perencanaan yang lain adalah sebagai berikut:

Perencanaan adalah merupakan penerapan yang rasional dari pengetahuan manusia terhadap proses pencapaian keputusan yang bertindak sebagai dasar perilaku manusia. (Sociedad Interamerican de Plannification, dikutip dari Waterson, 1965: 8).³

Dari kedua definisi di atas, terdapat kesamaan tujuan dari kegiatan perencanaan yang dilakukan oleh seorang manajer agar dapat berjalan sesuai yang diharapkan. Dengan demikian, perencanaan merupakan suatu pendorong BNI Syariah Prima untuk mempertajam dan kebijakannya mengarahkan usaha-usaha agar terkoordinasi dengan baik dan memberikan standar pengendalian kinerja yang lebih jelas dalam mencapai tujuan.

Al-Qur'an memberikan isyarat dalam surat Al-Hasyr ayat 18 yang berbunyi:

² Am Kadarman, Yusuf Udaya, *Pengantar Ilmu Manajemen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996), h. 46-47.

³ Diana Lonyers, *Perencanaan Sosial di Dunia Ketiga*, (Yogyakarta: UGM Anggota IKAPI, 1994), h. 4.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلِنَنْظُرْ نَفْسٌ مَا قَدَّمْتُمْ لَخَدِّ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ. (الحشر: ١٨)

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akherat), dan bertaqwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan” (Q.S. Al-Hasyr: 18)⁴

Ayat di atas jelas menganggap, bahwa perencanaan sangat diperlukan bagi keberhasilan suatu tujuan. Karena itu, Allah mengajarkan dalam mencapai suatu modal yang harus dipunyai yaitu pengalaman, dengan pengalaman yang ada, maka untuk merencanakan segala sesuatu akan menjadi lebih baik pada masa yang akan datang.

Jadi perencanaan menyangkut perbuatan keputusan (*what*) apa yang akan dilaksanakan, (*how*) bagaimana melakukannya, (*when*) kapan melakukannya, dengan demikian fungsi perencanaan merupakan fungsi yang mendasari dan mendahului fungsi-fungsi yang lain.⁵

b. Proses Perencanaan

Untuk membuat suatu rencana ada beberapa proses yang harus dilalui agar tujuan dapat dicapai dengan efektif dan efisien.

Adapun proses dalam menyusun suatu perencanaan adalah:

⁴ Kementerian Urusan Agama Islam Kerajaan Saudi Arabia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. h 919.

⁵ Am. Kadarman dan Yusuf Udaya, *Pengantar Ilmu Manajemen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996), hh. 46-47.

1) Menetapkan Tugas dan Tujuan

Tugas dan tujuan adalah dua pengertian yang mempunyai hubungan sangat erat, merupakan anak kembar siam. Bila kita melaksanakan tugas, pasti ada yang menjadi tujuan kegiatan kita itu, sebaliknya suatu tujuan tidak akan tercapai apabila kita tidak melakukan suatu kegiatan, yakni melakukan suatu tugas.

Betapa pentingnya peranan penetapan tujuan itu. Hal ini lebih jelas dengan pernyataan Bushline yang dikutip oleh Manullang dalam bukunya Dasar-Dasar Manajemen sebagai berikut:

"Sebelum suatu tindakan perencanaan berlangsung sangat perlu tujuan organisasi diketahui. Orang tidak dapat melakukan perencanaan yang efektif, kalau ia tidak mengetahui tujuan yang harus dicapai oleh perencanaan itu. Seluruh perencanaan diarahkan untuk pencapaian tujuan, oleh karena itu akan mengherankan apabila perencanaan akan dimulai digambarkan yang kabur atau membingungkan tentang tujuan yang akan dicapainya."⁶

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

2) Mengobservasi dan Menganalisis

Setelah tugas dan tujuan suatu perusahaan telah ditetapkan, langkah-langkah berikutnya adalah mencari dan mengobservasi faktor yang mempermudah untuk mencapai tujuan. Bila faktor-faktor itu sudah terkumpul, dianalisis untuk dapat menetapkan mana yang masih efektif digunakan pada masa yang akan datang.

⁶ Manullang, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1990), hh. 53.

3) Mengadakan Kemungkinan-Kemungkinan

Tersedianya bahan-bahan yang diperoleh pada langkah terdahulu memberikan perencanaan dapat membuat beberapa kemungkinan untuk mencapai tujuan. Kemungkinan-kemungkinan tersebut dapat diurut-urutkan atas dasar tertentu misalnya atas dasar lamanya diselesaikan, besarnya biaya yang diperlukan. Langkah inilah yang disebut dengan kemungkinan-kemungkinan.

4) Membuat Sintesa

Terdapat beberapa kemungkinan untuk mencapai suatu tujuan yang memaksa membuat rencana untuk memilih alternatif. Pemilihan salah satu kemungkinan seringkali tidak tepat, sebab masing-masing kemungkinan selalu mengandung unsur yang baik di samping ada sela-sela negatifnya. Oleh karena itu, pada fase ini pembuat harus mengawinkan atau membuat berbagai kemungkinan itu. Sela-sela negatif dari masing-masing kemungkinan dibuang dan unsur-unsur yang positif diambil, sehingga diperoleh sintesis dari beberapa kemungkinan itu.⁷

Pendapat yang lain mengatakan proses perencanaan menurut T.

Hani Handoko, ada empat tahap, yaitu:

⁷ Manullang, *Dasar-Dasar Manajemen*, h. 54.

1) Menetapkan tujuan atau serangkaian tujuan

Perencanaan di mulai dengan keputusan-keputusan tentang keinginan atau kebutuhan organisasi atau kelompok kerja. Tanpa rumusan tujuan yang jelas, organisasi akan menggunakan sumber daya-sumber dayanya secara efektif.

2) Merumuskan keadaan saat ini

Pemahaman akan posisi perusahaan sekarang dari tujuan yang hendak dicapai atau sumber daya-sumber daya yang tersedia untuk pencapaian tujuan adalah sangat penting, karena tujuan dan rencana menyangkut waktu yang akan datang.

3) Mengidentifikasi segala kemudahan dan hambatan

Kekuatan dan kelemahan serta kemudahan dan hambatan perlu diidentifikasi untuk mengukur kemampuan organisasi dalam pencapaian tujuan. Oleh karena itu, perlu diketahui faktor-faktor yang lingkungan intern dan ekstern.

4) Mengembangkan rencana atau serangkaian tindakan untuk pencapaian tujuan

Tahap terakhir dalam proses perencanaan meliputi pengembangan berbagai alternatif kegiatan untuk pencapaian tujuan. Penilaian alternatif-alternatif dan pemilihan alternatif terbaik (paling memuaskan diantara berbagai alternatif yang ada).⁸

⁸ T. Hani Handoko, *Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE, 1999). H. 79-80.

c. Unsur-Unsur Perencanaan

Untuk pembuatan suatu rencana tertentu yang cukup lengkap,

kiranya unsur-unsur di bawah ini perlu dipenuhi. Unsur-unsur perencanaan ini merupakan 6 (enam) pertanyaan yang harus dijawab.

Rumusannya terkenal dengan istilah 5 w + 1H, yaitu:

- 1) What (*apa*), apa yang dilakukan sehingga perlu direncanakan. Misalnya, BPD akan membuka beberapa kantor subcabang di beberapa tempat.
- 2) Why (*mengapa*), apa alasannya hal itu perlu dilakukan atau perlu diprioritaskan pelaksanaannya. Misalnya, kantor subcabang itu sangat diperlukan agar pelayanan kepada masyarakat dapat lebih efektif. Ini berkaitan dengan ketatnya persaingan antar bank, yang mengalami kesulitan dalam mendapat likuiditas (*uang tunai*).
- 3) Who and Who, siapa (*obyek*) dan siapa (*subyek*) pelaksanaannya. Yang menjadi objek atau sasarannya adalah para calon nasabah berbagai tingkatan sosial di lingkungan sekitarnya yang masih dapat dijangkau. Adapun yang menjadi subyek pelaksanaannya adalah tenaga-tenaga BPD yang kualifaid untuk menjalankan tugas itu.
- 4) Where (*dimana*), mencari tempat yang strategis untuk melaksanakan kegiatan. Pendirian sub-sub cabang BPD harus berada di tempat yang strategis, yang mudah diketahui oleh masyarakat, yang mudah didatangi, yang aman untuk memarkir kendaraan dan lain-lain.

- 5) When (*kapan*), pelaksanaannya yang tepat. Ini menentukan timing yang tepat untuk pelaksanaan. Dalam menentukan timingnya perlu diperhatikan beberapa hal, antara lain: apakah tenaganya sudah siap, apakah biayanya sudah cukup tersedia, apakah Kantor sub cabangnya sudah siap dipakai dan lain-lain. Jadi "When" disini lebih ditekankan pada kapan Kantor sub cabang dapat mulai beroperasi.
- 6) How (*bagaimana*), ini menyangkut teknis pelaksanaan kerja operasionalnya. Harus diperhatikan dengan matang agar masyarakat yang menggunakan jasa Bank BPD tidak dikecewakan dan lain-lain, sangat penting.⁹

d. Bentuk Perencanaan

Perencanaan pada dasarnya merupakan suatu kegiatan yang ditentukan dalam melakukan berbagai kegiatan guna mencapai tujuan yang ingin dicapai. Adapun bentuk-bentuk perencanaan, yaitu:

1) Kebijakan (*policy*) dari pimpinan

Yang menjadi pedoman dalam pemikiran dan penindakan bawahannya, mereka tidak mutlak mengikuti gaya kebijakan itu karena policy tidaklah dapat diperinci. Maka bagi mereka diberi ruang untuk menafsirkan dan mempertimbangkan dalam tindakan-tindakan sehari-hari.¹⁰

⁹ Ibnu Syamsi, *Pokok-Pokok Organisasi dan Manajemen*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1994), hh. 81-82.

¹⁰ Panglaykim dan (Dr. J. Pangestu), *Manajemen Suatu Pengantar*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1991), hh. 79-80.

Kebijaksanaan membantu manajer dari hal-hal untuk mengambil keputusan tetapi berada dalam batas-batas yang diinginkan. Kegunaannya adalah mempertinggi kepercayaan dari anggota manajemen, membantu berkomunikasi, melaksanakan kewenangan yang efektif, membantu mengembangkan keahlian manajerial.¹¹

2) Prosedur

Prosedur ini adalah rencana yang meliputi pemilihan tindakan yang harus diambil kelak, umpamanya: pengeluaran biaya oleh seorang eksekutif atau pedagang keliling yang harus melalui suatu prosedur tertentu. Demikian pengambilan cuti oleh pegawai dan buruh dan sebagainya.¹²

Penetapan prosedur dalam planning adalah sangat penting, agar supaya pelaksanaan kerja tidak menjadi simpang siur. Banyak kelambatan dan kemandekan dalam pekerjaan yang disebabkan kurang tertibnya prosedur kerja.¹³

3) Budget

Suatu ikhtiar dari hasil yang diharapkan dan pengeluaran yang disediakan untuk mencapai hasil itu yang dicatat dalam angka-angka.

¹¹ George R. Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), h. 63.

¹² Panglaykim dan (Dr. J. Pangestu), *Manajemen Suatu Pengantar*, h. 80.

¹³ Sukarna, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Bandung: Mandar Maju, 1992), h. 20.

Bahwa pembuatan budget itu adalah suatu rencana yang penting

sekali¹⁴

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

4) Program

Program adalah campuran antara kebijaksanaan dan prosedur yang biasanya di dukung oleh budget dan dimaksudkan untuk mendapatkan suatu rangkaian tindakan di masa dekat atau jauh.¹⁵

Suatu planning tanpa adanya program akan sulit untuk dikerjakan, karena tidak diketahui dari mana dulu pekerjaan itu harus dimulai.¹⁶

Program merupakan rencana untuk berbagai aktivitas. Biasanya program itu terdiri dari beberapa proyek untuk mencapai program. Dari segi lain jenis proyek perencanaan ini ada tiga, yaitu pertama perencanaan jangka panjang, biasanya lebih dari tiga tahun, kedua, perencanaan jangka menengah dan sampai tiga tahun, dan ketiga perencanaan jangka pendek, biasanya satu tahun.¹⁷

Sedangkan menurut pendapat lain, bentuk-bentuk perencanaan ialah:¹⁸

¹⁴ Panglaykim dan (Dr. J. Pangestu), *Manajemen Suatu Pengantar*, h. 80

¹⁵ Panglaykim dan (Dr. J. Pangestu), *Manajemen Suatu Pengantar*, h. 80.

¹⁶ Sukarna, *Dasar-Dasar Manajemen*, h. 18.

¹⁷ Sofyan Syafri Harahap, *Manajemen Kontemporer*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996), h. 78.

¹⁸ Am. Kadarman dan Yusuf Udaya, *Pengantar Ilmu Manajemen*, hh. 48-49.

1) Maksud atau misi

Maksud (*purpose*) tujuan luas yang berlaku bukan hanya bagi organisasi tertentu, tetapi berlaku bagi semua organisasi yang sejenis.

Misi (*mission*) suatu organisasi, tujuan khusus yang membedakan suatu organisasi dari organisasi lain yang sejenis.

2) Sasaran

Sasaran adalah target yang harus dicapai oleh suatu organisasi dalam rangka mencapai tujuan. Jadi, sasaran lebih spesifik dari pada misi.

3) Strategi

Strategi adalah penentuan terhadap tujuan utama jangka panjang dan sasaran dari suatu perusahaan dan pemilihan cara-cara bertindak dan pengalokasian sumber-sumber yang diperlukan untuk mewujudkan tujuan tersebut.

4) Kebijakan

Kebijakan adalah pernyataan umum yang merupakan pedoman dalam berfikir dan bertindak dalam pengambilan keputusan.

a) Prosedur

Prosedur adalah rencana dalam arti kata yang memaparkan metode yang biasa dipakai dalam menangani kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan.

b) Peraturan

Peraturan adalah tindakan-tindakan yang dituntut untuk dilakukan dan dipilih dari beberapa alternatif yang ada.

c) Program

Program adalah gabungan dari tujuan-tujuan kebijaksanaan-kebijaksanaan, prosedur-prosedur, peraturan-peraturan, pemberian-pemberian tugas, langkah-langkah yang akan diambil, sumber-sumber yang akan digunakan dan unsur-unsur lain yang diperlukan untuk melaksanakan arah tindakan.

d) Anggaran

Anggaran adalah suatu rencana yang menggambarkan hasil yang diharapkan dan dinyatakan dalam bentuk angka.

e. Ciri-Ciri Perencanaan

Dengan memperhatikan pengertian perencanaan sebagaimana yang sudah dijelaskan di depan, maka perencanaan mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1) Melihat jauh ke masa depan

Dalam arti bersangkutan dengan masa depan diantaranya termasuk jangka waktu.

2) Adanya tujuan, yang ditetapkan sebelumnya

Tujuan tertentu dapat berupa kegiatan dan cara-cara pencapaiannya.

3) Penentuan cara-cara pencapaian dengan penetapan

a) Kebijakan

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

b) Strategi

c) Peraturan

d) Standar

e) Organisasi

f) Prosedur dan lain-lain

4) Adanya perhitungan

a) Penggunaan sumber-sumber dana

b) Penggunaan sumber-sumber dana

c) Usaha-usaha untuk mengatasi masalah yang dihadapi

Tabel 2.1

Ciri-Ciri Perencanaan ¹⁹

1.	Forecast	Memperlihatkan perencanaan jangka waktu yang panjang
2.	Tujuan	Program-program cara pencapaian
3.	Cara Pencapaian	Kebijakan, strategi, peraturan, standar, organisasi, prosedur dan lain-lain.
4.	Perhitungan	Penggunaan sumber dana dan daya sesuai dengan ketepatan usaha mengatasi masalah

Suatu rencana yang baik, seharusnya memiliki atau memenuhi syarat-syarat atau ciri-ciri tertentu. Ciri-ciri tersebut adalah:

- 1) Rencana harus mempermudah tercapainya tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

¹⁹ A. W. Widjaya, *Perencanaan Sebagai Fungsi Manajemen*, h. 34-35.

- 2) Rencana harus dibuat oleh orang-orang yang sungguh-sungguh memahami tujuan organisasi.
- 3) Rencana harus dibuat oleh orang-orang yang sungguh-sungguh mendalami teknik-teknik perencanaan.
- 4) Rencana harus disertai suatu perincian yang teliti.
- 5) Rencana tidak boleh terlepas sama sekali dari pemikiran pelaksanaan.
- 6) Rencana harus bersifat sederhana.
- 7) Rencana harus luwes (*fleksibel*).
- 8) Di dalam suatu rencana harus terdapat kemungkinan pengambilan resiko.
- 9) Rencana harus bersifat praktis (*pragmatis*).
- 10) Rencana harus merupakan "forecasting" (*ramalan*).²⁰

f. Manfaat Perencanaan

Dalam pengelolaan suatu organisasi perlu adanya **planning** (*perencanaan*), karena dengan adanya perencanaan dapat membantu dalam pengembangan organisasi tersebut dan mempunyai manfaat yang besar sekali.

Soeparto M. menjelaskan tentang manfaat rencana yang dikutip oleh AW. Widjaya sebagai berikut:

- 1) Sebagai alat yang efisien dan alat untuk mengurangi biaya.

²⁰ Susilo Martoyo, *Pengetahuan Dasar Manajemen dan Kepemimpinan*, (Yogyakarta: BPFE, 1988, hh. 65-67.

- 2) Sebagai alat pengarahan kegiatan kepada pencapaian tujuan.
- 3) Membentuk masa depan dengan mengusahakan supaya ketidakpastian bisa diatasi dengan semaksimal mungkin.
- 4) Sebagai alat untuk memilih alternatif atau kombinasi alternatif cara yang baik.
- 5) Sebagai alat penentuan skala prioritas dari pentingnya suatu tujuan, sasaran maupun kegiatan.
- 6) Sebagai alat pengukur atau standar untuk pengawasan dan penilaian.²¹

Dengan berbagai manfaat tersebut, maka dapat diuraikan bahwa dengan adanya perencanaan maka:

- 1) Semua aktifitas dalam suatu organisasi itu akan terarah, teratur dan tertib.
- 2) Semua tindakan ditujukan kepada hasil yang diinginkan bersama diertai urutan tindakan yang efektif dan efisien.
- 3) Semua pelaksanaan pekerjaan dalam rangka mencapai tujuan akan lebih mudah diatur dan terarah.
- 4) Semua pelaksanaan tindakan yang acak-acakan dan yang tidak produktif akan dihindari, dengan adanya perencanaan tersebut.
- 5) Semua aktifitas, motivasi, dan komunikasi human relation akan lebih baik.

²¹ A.W. Widjaya, *Perencanaan Sebagai Fungsi Manajemen*, (Jakarta: PT Bina Aksara, 1987) h. 36.

- 6) Semua tingkat hasil yang dicapai cenderung lebih berkualitas dari pada tanpa perencanaan.²²

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

2. Pemasaran

a. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya guna mempertahankan kelangsungan hidup untuk berkembang dan memperoleh laba. Berhasil dan tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung pada keahlian mereka di bidang lain. Selain itu, juga tergantung pada kemampuan mereka dalam mengembangkan fungsi-fungsi tersebut agar organisasi dapat berjalan dengan lancar.

Adapun pengertian pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia melalui proses pertukaran²³

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Menurut definisi di atas, bahwasanya pemasaran muncul sebagai akibat dari adanya kebutuhan dan keinginan manusia yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam tingkat yang berbeda, maka pemilikan atas suatu produk akan dipengaruhi oleh adanya konsep tentang nilai dan kepuasan yang diharapkan. Produk yang mampu

²² Susilo Martoyo, *Pengetahuan Dasar Manajemen dan Kepemimpinan*, (Jakarta: BPFE, 1988), h. 79.

²³ Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1999), h. 3.

memberikan kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen dapat diperoleh dengan berbagai cara, tetapi kebanyakan konsumen bekerja atas dasar prinsip pertukaran itu berarti seseorang mengkhhususkan diri dalam menghasilkan suatu produk dan menikmati yang sama dari pihak lain.

Dalam hubungannya dengan syariah Islam, dalam melaksanakan pemasaran hendaknya tidak meninggalkan kewajibannya sebagai makhluk ciptaan Allah SWT. Karena pada dasarnya manusia hidup adalah hanyalah untuk menyembah Allah SWT. Seperti yang tercantum dalam surat An-Nur ayat 37 yang bunyinya:

رَجَالٌ لَا تُلِهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ يَخَافُونَ يَوْمًا
تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ. (النور: ٣٧)

Artinya: *“Laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingat Allah, dan (dari) mendirikan sembahyang, dan (dari) membayarkan zakat. Mereka takut kepada suatu hari yang (di hari itu) hati dan penglihatan menjadi goncang”*. (QS.An-Nur: 37)²⁴

b. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi adalah menetapkan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dari pada pesaing. Konsep ini dimulai dengan pasar yang

²⁴ Kementerian Urusan Agama Islam Kerajaan Saudi Arabia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. h 550.

didefinisikan dengan baik, pemusatan perhatian pada kebutuhan pelanggan, pemaduan seluruh kegiatan yang akan mempengaruhi pelanggan dan laba yang dihasilkan dengan memuaskan pelanggan.²⁵

Konsep pemasaran bersandar pada empat pilar, yaitu:

- 1) Pasar sasaran, perusahaan dapat berhasil jika mereka mendefinisikan pasar sasaran mereka dengan cermat dan menyiapkan program pemasaran yang sesuai.
- 2) Kebutuhan pelanggan, memenuhi kebutuhan secara menguntungkan, memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan tidak selalu merupakan tugas yang sederhana.
- 3) Pemasar terpadu, semua departemen perusahaan bekerja sama melayani kepentingan pelanggan dan termotivasi untuk bekerja demi pelanggan.
- 4) Profitabilitas, tujuan utama konsep pemasaran adalah membantu organisasi mencapai tujuan mereka. Bagi perusahaan swasta, tujuan utamanya adalah laba, bagi organisasi nirlaba atau kemasyarakatan, adalah agar ia bertahan hidup dan mengumpulkan cukup dana untuk melaksanakan kegiatan mereka.²⁶

²⁵ Phylip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Prenhallindo, 1997), h. 29.

²⁶ Phylip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, h. 29.

c. Manajemen Pemasaran

Definisi manajemen pemasaran adalah proses guna meningkatkan efisiensi dan efektivitas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh individu ataupun perusahaan.²⁷

Dari definisi ini, bahwa manajemen pemasaran berusaha mempengaruhi tingkat dan karakter permintaan dengan cara yang dapat membantu pencapaian tujuan organisasi. Proses yang meliputi analisa, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian yang mencakup barang, jasa dan gagasan yang tergantung pada pertukaran dan bertujuan menghasilkan kepuasan bagi pihak-pihak tertentu serta menekankan adanya efektivitas dan efisiensi. Efektivitas artinya memaksimalkan hasil yang hendak dicapai yang telah ditetapkan terlebih dahulu, dan efisien adalah meminimalkan pengeluaran atau biaya yang digunakan guna mencapai hasil tersebut.

3. Produk

a. Pengertian Produk

Pada hakekatnya seseorang membeli sesuatu bukanlah hanya karena sekedar ingin memiliki sesuatu. Seseorang membeli barang atau jasa karena barang atau jasa tersebut dapat mereka pergunakan sebagai alat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya.

²⁷ Buchari Alma, *Manajemen dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 1992), h. 2.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada sebuah pasar agar diperhatikan, diminta, dipakai atau dikonsumsi, sehingga mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan.²⁸

Dengan perkataan lain, seseorang membeli barang atau jasa bukanlah karena fisik barang semata-mata, melainkan karena manfaat yang ditimbulkan oleh barang atau jasa yang dibeli. Oleh karena jenis manfaat serta tingkat kepuasan tiap-tiap orang berbeda dan berkembang, maka seorang pengusaha yang ingin usahanya berhasil wajib selalu kreatif, dinamis dan berpikiran luas. Dari padanya dituntut daya imajinasi yang tinggi, sehingga terus menerus dapat memikirkan dan menemukan sebanyak mungkin manfaat baru yang dapat ditambahkan pada produk mereka, sehingga produk tersebut mempunyai kelebihan dibandingkan dengan produk pesaing.²⁹

b. Perencanaan Produk

Produk itu mencakup obyek fisik, pelayanan, orang, tempat, organisasi dan gagasan. Para perencana produk perlu memikirkan produk pada tiga tingkatan. Tingkatan yang paling dasar adalah Produk Inti (*Core Product*), yang mengarah pada pertanyaan apa yang sesungguhnya dibeli konsumen? Produk inti berbeda di pusat dari produk total. Produk inti

²⁸ Phylip Kotler, *Marketing*, (Jakarta: Erlangga, 1994), h. 189.

²⁹ Siswanto Sutojo, *Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran*, h. 77.

berisikan jasa pemecahan masalah atau manfaat inti yang diperoleh konsumen ketika mereka membeli sebuah produk.

Perencanaan produk selanjutnya harus membangun *Produk Aktual* di sekeliling produk inti. Produk aktual sebanyak-banyaknya memiliki lima karakteristik, yaitu tingkat mutu, tampilan, model, nama merek dan pengemasan. Nama, komponen, model, tampilan pengemasannya dan ciri-ciri yang lain, semuanya telah dikombinasikan dengan cermat guna menyampaikan manfaat inti. Cara yang mudah dan bermutu tinggi guna mengabdikan saat-saat yang penting.³⁰

Akhirnya, perencana produk harus membangun Produk Tambahan (*Augemented Product*) di sekeliling produk inti dan produk aktual dengan menawarkan pelayanan dan manfaat tambahan kepada konsumen. Produk tambahan adalah produk aktual ditambah bermacam-macam jasa yang ditawarkan di dalamnya seperti garansi, instalasi, pemeliharaan dan pengiriman gratis.³¹

c. Siklus Hidup Produk

Siklus kehidupan produk (*product life cycle*), adalah tahap-tahap yang dilalui suatu produk sejak ia mulai dipasarkan sampai hilang dari pasaran. Kehidupan suatu produk dapat dibagi menjadi 4 (empat) tahap, yakni:

³⁰ Phylip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Intermedia, 1995), edisi keenam, h.445.

³¹ Phylip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, h. 446.

- 1) Perkenalan produk (*Product Introduction*) adalah suatu periode pertumbuhan penjualan yang lambat saat produk itu diperkenalkan pasar. Pada tahap ini tidak ada laba karena besarnya biaya-biaya untuk memperkenalkan produk.
- 2) Pertumbuhan pasar (*Market Growth*) adalah suatu periode penerimaan pasar yang cepat dan peningkatan laba yang besar.
- 3) Kematangan pasar (*Market Maturity*) adalah suatu periode penurunan dalam pertumbuhan penjualan karena produk itu telah diterima oleh sebagian besar pembeli potensial. Laba stabil atau menurun karena peningkatan pengeluaran pemasaran untuk mempertahankan produk terhadap persaingan.
- 4) Penurunan penjualan (*Sales Decline*) adalah periode saat penjualan menunjukkan arah menurun dan laba menipis.³²

4. Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Secara teknis Bank Islam dan Bank Syariah mempunyai arti yang sama. Menurut Ensiklopedi Islam, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas

³² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Prenhallindo, 1997), h. 308

pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip Syariah Islam.³³

Berdasarkan rumusan tersebut, Bank Islam berarti bank yang tata cara beroperasinya didasarkan pada tata cara bermu'amalat secara Islam, yakni mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Quran dan Al-Hadits.

Di dalam operasionaisasinya Bank Islam harus mengikuti dan atau berpedoman kepada praktek-praktek usaha yang dilakukan di zaman Rasulullah, bentuk-bentuk usaha yang telah ada sebelumnya tetapi tidak dilarang oleh Rasulullah atau bentuk-bentuk usaha baru sebagai hasil ijtihad para ulama atau cendikiawan muslim yang tidak menyimpang dari ketentuan Al-Quran dan Al-Hadits.

b. Tujuan Bank Syariah

Setelah di dalam perjalanan sejarah bank-bank yang telah ada (bank konvensional) dirasakan mengalami kegagalan menjalankan fungsi utamanya menjembatani antara pemilik modal atau kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana, maka dibentuklah bank-bank Islam dengan tujuan-tujuan sebagai berikut:³⁴

- 1) Mengarahkan kegiatan ekonomi umat untuk bermu'amalah secara Islam, khususnya mu'amalah yang berhubungan dengan perbankan,

³³ Warkum Sumitro, *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait (BMUI & TAKAFUL) di Indonesia*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996), h. 5.

³⁴ Warkum Sumitro, *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait (BMUI & TAKAFUL) di Indonesia*, hh. 17-18.

agar terhindar dari praktek-praktek riba atau jenis-jenis usaha atau perdagangan lain yang mengandung unsur gharar (tipuan), di mana jenis-jenis usaha tersebut selain dilarang dalam Islam, juga telah menimbulkan dampak negatif terhadap kehidupan ekonomi umat.

- 2) Untuk menciptakan suatu keadilan di bidang ekonomi, dengan jalan meratakan pendapatan melalui kegiatan investasi, agar tidak terjadi kesenjangan yang amat besar antara pemilik modal (orang kaya) dengan pihak yang membutuhkan dana (orang miskin).
- 3) Untuk meningkatkan kualitas hidup umat, dengan jalan membuka peluang, berusaha yang lebih besar terutama kepada kelompok miskin, yang diarahkan Kepada kegiatan usaha yang produktif, menuju terciptanya kemandirian berusaha (berwira usaha).
- 4) Untuk membantu menanggulangi (mengentaskan) masalah kemiskinan yang pada umumnya merupakan program utama dari Negara-negara yang sedang berkembang. Upaya Bank Islam di dalam mengentaskan kemiskinan ini berupa pembinaan nasabah yang lebih menonjol sifat kebersamaan dari siklus usaha yang produsen, pembinaan pedagang perantara, program pembinaan konsumen, program pengembangan modal kerja dan program pengembangan usaha bersama.
- 5) Untuk menjaga kestabilan ekonomi (moneter) pemerintah. Dengan aktivitas-aktivitas Bank Islam yang diharapkan mampu menghindarkan inflasi akibat penerapan sistem bunga, menghindarkan

persaingan yang tidak sehat antara lembaga keuangan, khususnya bank dan menanggulangi kemandirian lembaga keuangan, khususnya bank dari pengaruh gejolak moneter baik dari dalam maupun dari luar.

- 6) Untuk menyelamatkan ketergantungan ummat Islam terhadap bank non-Islam (konvensional) yang menyebabkan ummat Islam berada di bawah kekuasaan bank, sehingga ummat Islam tidak bisa melaksanakan ajaran agamanya secara penuh, terutama di bidang kegiatan bisnis dan perekonomiannya (Isa, Abdurrahman, tt: 29).

c. Ciri-Ciri Bank Syariah

Bank Islam sebagai bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah menurut ketentuan Al-Quran dan Al-Hadits, memiliki ciri-ciri yang berbeda dengan bank-bank yang ada (bank konvensional). Ciri-ciri itu adalah.³⁵

- 1) Beban biaya yang disepakati bersama pada waktu akad perjanjian diwujudkan dalam bentuk jumlah nominal, yang besarnya tidak kaku (*tidak rigid*) dan dapat dilakukan dengan kebebasan untuk tawar-menawar dalam batas wajar. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surat, yang berbunyi:

وَإِنْ كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ.

³⁵ Warkum Sumitro, *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait* (BMUI & TAKAFUL) di Indonesia, hh. 18-22.

Artinya: “Dan jika (orang berhutang itu) dalam kesukaran, maka berilah tangguh sampai dia berkelapangan. Dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu, lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui.” (QS. Al-Baqarah: 280)

- 2) Penggunaan persentase dalam hal kewajiban untuk melakukan pembayaran selalu dihindarkan, karena persentase bersifat melekat pada sisa utang meskipun batas waktu perjanjian telah berakhir. Sesuai dengan Al-Qur’an surat Asy-Syu’araa ayat 183, yaitu:

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْوُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Artinya: “Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.” (QS. Asy-Syu’araa: 183)

- 3) Bank Islam menerapkan sistem yang didasarkan atas penyertaan modal untuk jenis kontrak al-mudharabah dan al-musyarakah, dengan sistem bagi hasil (*profit and lost sharing*) yang tergantung pada besarnya keuntungan. Hal ini sesuai dengan Al-Qur’an surat Shad ayat 24, yaitu:

وَأَنْ كَثِيرًا مِّنَ الْخَاطِئِينَ لَيُغْنِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ. (ص: ٢٤)

Artinya: “Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berkongsi itu sebagian mereka berbuat dzalim kepada sebagian yang lain kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal shaleh.” (QS. As Shad: 24)

- 4) Pengerahan dana masyarakat dalam bentuk deposito atau tabungan, oleh penyimpang dianggap sebagai titipan (al-wadiah) sedangkan bagi

bank dianggap sebagai titipan yang diamanatkan sebagai penyertaan dana pada proyek-proyek yang dibiayai bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah Islam sehingga kepada penyimpan tidak dijanjikan imbalan yang pasti (*fixed return*). Hal telah ditetapkan dalam Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 58, yaitu:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ. (النساء: ٥٨)

Artinya: “*Sesungguhnya Allah Menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil.*” (QS. An-Nisa: 58)

- 5) Adanya produk khusus yang tidak terdapat di dalam bank konvensional, yaitu kredit tanpa beban yang murni tanpa bersifat sosial. Hal ini sesuai dengan Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 2, yaitu:

وَتَعَاوَنُوا عَلَىٰ الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَىٰ الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ.

Artinya: “*Dan tolong menolonglah kamu dalam kebaikan dan takwa, dan janganlah tolong menolong dalam perbuatan dosa dan pelanggaran.*” (QS. Al-Maidah: 2)

- 6) Fungsi kelembagaan Bank Islam selain menjembatani antara pihak pemilik modal (memiliki kelebihan) dan dengan pihak yang membutuhkan dana, juga mempunyai fungsi khusus, yaitu fungsi Amanah, artinya kewajiban menjaga dan bertanggung jawab atas keamanan dana yang disimpan dan siap sewaktu-waktu apabila dana

tersebut ditarik kembali sesuai dengan perjanjian. Sesuai dengan Al-

Qur'an surat an-Nahl ayat 90, yaitu:

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمْتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ.

Artinya: "Dan orang-orang yang memelihara amanah-amanah (yang dipikulnya) dan janjinya." (QS. An-Nahl: 90)

d. Prinsip-Prinsip Bank Syariah

Bank Syariah didirikan dengan tujuan untuk mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip Islam, syariah dan tradisinya ke dalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis lain yang terkait. Maka prinsip utama yang diikuti oleh bank syariah adalah:³⁶

- 1) Larangan riba (bunga) dalam berbagai bentuk transaksi.
- 2) Menjalankan bisnis dan aktivitas perdagangan yang berbasis pada perolehan keuntungan yang sah menurut syariah.

3) Memberikan zakat.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Dalam Al-Qur'an telah dijelaskan pada Surat Al-Baqarah ayat 276, yang berbunyi:

يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُرْبِي الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ. (البقرة: ٢٧٦)

Artinya: "Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah. Dan Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa." (Q.S. Al-Baqarah: 276)³⁷

³⁶ Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: AlvaBet, 2002), h.12.

³⁷ Kementerian Urusan Agama Islam Kerajaan Saudi Arabia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. h

Dari ayat di atas, maka telah jelas bahwa Allah swt. memusnahkan dalam artian mengharamkan riba' dan menganjurkan untuk bersedekah, karena itu merupakan perbuatan dosa dan Allah tidak menyukai orang yang berbuat dosa apalagi sampai menyekutukan-Nya.

B. KAJIAN KEPUSTAKAAN PENELITIAN

Dari penelitian terdahulu didapatkan hasil penelitian sebagai berikut, dimana masing-masing peneliti mempunyai sudut pandang yang berbeda dalam penelitian mereka.

1. "Perencanaan Sebagai Fungsi Manajemen (Studi Analisis Program Kerja Pengurus Majelis Ulama Indonesia Provinsi Jawa Timur)," disusun oleh Surya Heni, Jurusan MD Fakultas Dakwah pada tahun 2003. Dalam skripsinya dijelaskan bahwa perencanaan sebagai fungsi manajemen di Majelis Ulama Indonesia Propinsi Jawa Timur meliputi program kerja pengurus dengan menggunakan tiga metode yaitu metode observasi, metode wawancara dan metode dokumentasi. Yang pada kesimpulannya bahwa perencanaan sebagai fungsi manajemen yang ada di Majelis Ulama Indonesia Propinsi Jawa Timur sudah memenuhi kriteria dalam bidang keilmuan manajemen organisasi sekalipun pelaksanaannya belum bisa maksimal.
2. "Perencanaan dan Pelaksanaan Program Kerja Panti Asuhan al-Hasan di Desa Watu Galih Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang", disusun oleh Siti Aisyatul Fajriyah, Jurusan MD Fakultas Dakwah pada tahun 2004. Dalam

skripsinya menerangkan bahwa proses perencanaan yang telah diprogramkan menerapkan tahap dasar perencanaan, yaitu menetapkan sasaran dan tujuan, merumuskan keadaan saat ini, mengidentifikasi segala kemudahan dan hambatan dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, mengembangkan rencana atau serangkaian kegiatan.

Dalam penelitian tersebut di atas, masing-masing peneliti membahas bahwa perencanaan pelaksanaan program kerja merupakan langkah pertama untuk menentukan suatu tujuan yang hendak dicapai.

3. "Strategi Pemasaran Busana Muslim Toko Arafah", disusun oleh Maisaroh, Jurusan MD Fakultas Dakwah pada tahun 2002, ini banyak membahas mengenai strategi perencanaan pemasaran toko tersebut dan mengenai akan strategi pemasaran toko tersebut dan mengenai akan strategi persaingan. Sehingga masukan bagi penulis mengenai strategi pemasaran di BNI Syariah Prima Surabaya. Tetapi yang membedakan dari penulis teliti mengenai perencanaan pemasaran dimana penulis memfokuskan pada perencanaannya, sehingga suatu perusahaan harus mengetahui perencanaan apa yang tepat untuk memasarkan suatu produk di pasaran dan bagaimana mengidentifikasi hambatan dan kemudahan dalam perencanaan pemasaran produk. Dengan begitu lebih mudah bagi penulis untuk mengetahui perencanaan yang dibuat dan produk apa saja yang perlu dipasarkan di BNI Syariah Prima Surabaya

BAB III

METODE PENELITIAN

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id



A. PENDEKATAN DAN JENIS PENELITIAN

Pada hakekatnya penelitian merupakan wadah untuk mencari kebenaran atau untuk membenarkan kebenaran. Usaha untuk mengejar kebenaran dilakukan oleh para filosof, peneliti maupun praktisi, melalui model tertentu yang biasanya disebut sebagai paradigma.¹

Penelitian kualitatif menggunakan paradigma alamiah, yaitu mengasumsikan bahwa kenyataan dilapangan terjadi dalam konteks sosial kultural yang saling berhubungan satu sama lain, sehingga setiap fenomena sosial diungkap secara menyeluruh tanpa ada kecurangan. Keaslian dan kepastian merupakan fakta yang ditekankan.²

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Seorang peneliti dalam melakukan penelitiannya diperlukan pengetahuan dan kecakapan dalam bidang metodologi, dalam metodologi tersebut akan ditemui cara-cara untuk mencapai tujuan dan hasil yang efektif.

Metodologi penelitian adalah tindakan yang bukan hanya mencari kebenaran semata, akan tetapi juga untuk mencari cara yang sistematis, instensif

¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2000), h. 30.

² M. Sayuthi Ali, *Metodologi Penelitian Agama*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), h. 59

dan bertujuan tegas untuk mencari keobyektifan.³ Hal tersebut dilakukan agar penelitian tidak diragukan kualitasnya dan dapat dipertahankan kebenarannya secara ilmiah dan proposional.

Adapun dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, yaitu pendekatan yang berupaya menghimpun data, mengolah dan menganalisa serta menafsirkan secara kualitatif.⁴ Sedangkan jenis penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah deskriptif, yaitu penelitian yang menggambarkan subyek penelitian disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif.⁵

1. Pendekatan Penelitian Kualitatif

Untuk kebutuhan ini peneliti secara integratif terjun ke lokasi penelitian, sehingga data-data yang didapatkan nantinya benar-benar menyeluruh dan mendalam, alasan peneliti menggunakan penelitian ini dengan pertimbangan metode lebih peka dan sensitif terhadap apa yang sedang diteliti.⁶

2. Jenis Penelitian Deskriptif

Penelitian deskriptif dirancang untuk memperoleh informasi tentang status gejala pada saat penelitian dilakukan. Dengan tujuan untuk menggambarkan variabel atau kondisi yang sedang diteliti.⁷

³ Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmiah*, (Jakarta: Logos, 1992), h. 21.

⁴ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1993), h. 56.

⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 6.

⁶ Noeng Muhajir, *Metode Kualitatif*, (Yogyakarta: Rakersaradin, 1996), h. 127.

⁷ Moch. Nasir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998), h. 63.

Penelitian deskriptif bertujuan untuk mencari informasi aktual secara rinci yang menggambarkan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah dan praktek yang berlaku, membuat evaluasi, menentukan sesuatu yang dilakukan oleh orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan di masa yang akan datang.⁸

Dengan begitu, jelas bahwa menggunakan jenis penelitian kualitatif dan pendekatan penelitian deskriptif tersebut, peneliti ingin mengetahui proses perencanaan pemasaran dalam pengembangan produk simpanan tabungan syariah plus BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya.

B. WILAYAH PENELITIAN

1. Obyek Penelitian

Dalam hal ini obyek yang diteliti adalah BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya.

2. Wilayah Penelitian

Wilayah penelitian yang di pakai oleh peneliti bertempat di Jl. Raya Darmo No. 127 Surabaya.

⁸ Jalaluddin Rakmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1995), h. 25

C. JENIS DAN SUMBER DATA

1. Jenis Data

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Jenis data dalam penelitian ini menurut sumbernya dapat digolongkan menjadi dua kelompok, yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diambil pada lokasi atau lapangan (dari sumbernya) dan masih memerlukan analisa lebih lanjut.⁹

Dalam hal ini, data yang dihimpun adalah:

- 1) Proses perencanaan BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya
- 2) Proses perencanaan Pemasaran BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya

Data ini diperoleh dari dokumen organisasi yang berhubungan dengan data tersebut dan data-data lain yang ada kaitannya dengan penelitian.
digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari atau berasal dari bahan perpustakaan.¹⁰

Sedangkan data sekunder yang digunakan oleh peneliti adalah untuk menghimpun data tentang:

⁹ Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Ghalia Indonesia), h.

¹⁰ Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, h. 88.

- 1) Sejarah berdirinya BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya
- 2) Visi dan misi BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya
- 3) Struktur kepengurusan BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya
- 4) Nama-nama personil struktur BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya
- 5) Company Profile BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya

2. Sumber Data

Berdasarkan dua jenis data di atas, maka sumber data dari masing-masing data tersebut adalah:

Tabel 3.1
Sumber Data

1.	Proses perencanaan di BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya	Pimpinan BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya
2.	Proses perencanaan pemasaran produk BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya	Financial Advisor
3.	Sejarah berdirinya BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya	Dokumentasi
4.	Visi dan misi BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya	Dokumentasi
5.	Struktur Kepengurusan BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya	Dokumentasi
6.	Nama-nama personil struktur BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya	Dokumentasi
7.	Company Profile BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya	Dokumentasi

D. TAHAP-TAHAP PENELITIAN

1. Tahap Pra Lapangan¹¹

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Ada enam kegiatan yang dilakukan oleh peneliti dalam hal ini, ditambah dengan satu pertimbangan yang perlu dipahami, yaitu etika penelitian lapangan. Kegiatan dan pertimbangan tersebut diuraikan sebagai berikut:

a. Menyusun rencana penelitian

Rancangan penelitian kualitatif berisi antara lain: latar belakang masalah dan alasan pelaksanaan penelitian, kajian pustaka yang menghasilkan: pokok-pokok kesesuaian paradigma dengan fokus, rumusan fokus atau masalah penelitian, hipotesis kerja dalam hal-hal tertentu hipotesa kerja baru mulai disusun ketika sudah berada di lapangan, pemilihan lapangan penelitian, penentuan jadwal peneliti, digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
 pemilihan alat penelitian, rancangan pengumpulan data, rancangan prosedur data, rancangan perlengkapan yang diperlakukan dalam penelitian, rancangan pengecekan data.

b. Memilih lapangan penelitian

Peneliti memilih lapangan pada perencanaan pemasaran produk simpanan tabungan BNI Syariah Prima di Jl. Raya Darmo No. 127 Surabaya.

¹¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hh. 85-91.

c. Mengurus perizinan

Dalam penelitian ini, peneliti cukup mengurus perizinan pada Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya untuk mendapatkan data yang dibutuhkan peneliti tentang data BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya.

d. Menjajaki dan menilai keadaan lapangan

Pada tahun ini, peneliti menuju lapangan BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya dan orang-orang yang berada di sekitar peneliti serta mempelajari kehidupan di sekitar peneliti.

e. Memilih dan memanfaatkan informan

Untuk mengetahui informasi BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya tersebut, maka dibutuhkan informan yang mengerti dan paham tentang BNI Syariah Prima.

f. Menyiapkan peralatan penelitian

Peneliti menyiapkan alat-alat penelitian seperti bolpoin, buku catatan dan alat perekam tape recorder.

g. Persoalan etika penelitian

Dalam hal ini, peneliti menjaga etika penelitian karena hal ini menyangkut hubungan dengan orang lain. Dalam menghadapi persoalan etika tersebut, peneliti mempersiapkan diri baik secara fisik maupun mental. Secara seyogyanya memahami peraturan norma, nilai sosial masyarakat melalui kepustakaan, teman yang berasal dari latar tersebut

dan orientasi latar penelitian. Dengan dijaganya etika diharapkan tercipta suatu kerja sama yang menyenangkan.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

2. Tahap Pekerjaan Lapangan¹²

Uraian tentang tahap pekerjaan lapangan dibagi dalam tiga bagian, yaitu:

- a. Memahami latar penelitian dan persiapan diri. Pembahasan latar penelitian penampilan, pengenalan hubungan penelitian, jumlah waktu studi.
- b. Memasuki lapangan meliputi: keakraban hubungan, mempelajari bahasa, peranan penelitian.
- c. Berperan serta sambil mengumpulkan data meliputi: pengarahan batas studi, mencatat data, petunjuk tentang cara mengingat data, kejenuhan, kelebihan dan istirahat meneliti suatu latar yang didalamnya terdapat analisa lapangan.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Setiap manusia memiliki kecenderungan untuk melihat apa yang dilihat, mendengar apa yang didengar dan melakukan apa yang menjadi kerjanya.

1. Observasi

Ada dua tehnik observasi pada penelitian lingkungan sosial, yaitu:¹³

¹² Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hh. 94-103.

¹³ Nur Indriantoro & Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE, 2002), h. 159.

- a. *Participant observation*, dalam melakukan observasi peneliti ikut terlibat atau menjadi bagian dari lingkungan organisasi yang diamati, sehingga dapat memperoleh data yang akurat.
- b. *Non participant observation*, dalam melakukan observasi peneliti tidak ikut terlibat secara langsung pada lingkungan organisasi yang diamati.

Teknik ini digunakan untuk mengamati dan berpartisipasi sebagai pendengar, adapun penerapannya adalah dengan mencatat, merekam sehingga mempermudah untuk mengetahui gejala-gejala yang nampak.

Teknik pengamatan selalu dibutuhkan untuk mengumpulkan data yang relevan dengan masalah yang diteliti dan juga memerlukan pengetahuan (teori-teori) yang mendukung dalam pelaksanaan penelitian agar didalam pengamatan mendapatkan hasil yang sesuai dengan masalah penelitian yaitu dalam hal proses perencanaan pemasaran dalam pengembangan produk simpanan tabungan syariah plus di BNI Syariah Prima Surabaya.

Dengan menggunakan metode observasi ini, peneliti mendapatkan data atau informasi tentang:

- a. Lokasi dan kondisi fisik BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya
- b. Aktivitas yang dilakukan oleh para pengelola BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya.

Sedangkan dalam teknik *non participant observation*, peneliti tidak ikut langsung dalam kegiatan organisasi hanya sebagai pengamat.

Pada dasarnya observasi adalah proses pencatatan pola perilaku subyek atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan seseorang yang diteliti.¹⁴

2. Wawancara

Dalam teknik pengumpulan data ini digunakan untuk memperoleh data dari BNI Syariah Prima yang berkenaan dengan proses perencanaan pemasaran produk simpanan tabungan di BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya. Jika diperinci data yang diperoleh dari wawancara ini adalah:

- a. Proses Perencanaan pemasaran produk simpanan tabungan BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya.
- b. Mengidentifikasi segala kemudahan dan hambatan yang ada di BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya.
- c. Target pemasaran di BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yang berupa sekunder (data yang sudah dikumpulkan oleh orang lain) yang berupa catatan, buku notulen rapat dan sebagainya.

Sedangkan data yang diperoleh dari dokumentasi dalam penelitian struktur dan juga gambaran umum lokasi penelitian, dan data tersebut diperoleh dari BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya.

¹⁴ Nur Indriantoro & Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis*, h. 157.

Untuk lebih jelasnya mengenai teknik pengumpulan data di BNI

Syariah Prima, dapat dilihat pada tabel 3.2.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Tabel 3.2

Teknik Pengumpulan Data

No	Obyek	TPD	S.D.
	BNI Syariah Prima :		
1.	Sejarah berdirinya BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya	D + W	Arsip + Pimpinan
2.	Apa visi dan misi BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya	D + W	Arsip + Pimpinan
3.	Apa tujuan berdirinya BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya	D + W	Arsip + Pimpinan
4.	Struktur kepengurusan BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya	O	Arsip
5.	Fungsi dan Tugas Direktur, Kepala Bagian dan Para Karyawan	D + W	Arsip + Pimpinan
6.	Susunan Pengurus BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya	D	Arsip
7.	Sarana dan prasarana yang dimiliki BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya	D + O	Arsip
8.	Aktivitas dan Pengelolaan Sarana dan prasarana yang dimiliki BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya	W	Penyelia Pelayanan
9.	Program Kerja BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya	D	Arsip
10.	Proses Perencanaan BNI Syariah Prima Bagaimana proses perencanaan BNI Syariah Prima?		
	a. Penentuan visi dan misi BNI Syariah Prima?	W	Financial advisor
	b. Pengembangan profil BNI Syariah Prima?	W	Financial advisor
	c. Merumuskan keadaan saat ini?	W	Financial advisor
	d. Mengidentifikasi segala kemudahan dan hambatan	W	Financial advisor
	e. Mengembangkan rencana dan serangkaian kegiatan	W	Financial advisor

	Proses Perencanaan Pemasaran BNI Syariah Prima		
11.	Bagaimana proses perencanaan pemasaran dalam pengembangan produk di BNI SYariah Prima Cabang Darmo Surabaya?	W	Penyelia pelayanan
	a. Penentuan visi dan misi	W	Penyelia pelayanan
	b. Merumuskan keadaan saat ini	W	Penyelia pelayanan
	c. Analisa lingkungan eksternal (kesempatan dan ancaman)	W	Penyelia pelayanan
	d. Analisa lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan)	W	Penyelia pelayanan
	e. Mengidentifikasi segala kemudahan dan hambatan	W	Penyelia pelayanan
	f. Pembuatan keputusan	W	Penyelia pelayanan
	g. Target BNI Syariah Prima		

Keterangan:

SD : Sumber Data

D : Dokumentasi

O : Observasi

W : Wawancara

TPD : Teknik Penelitian Data

F. TEKNIK ANALISA DATA

Analisa data merupakan pengorganisasian dalam kepengurusan data dari uraian dasar hingga dapat ditemukan tema yang diinginkan, kemudian dari hasil pengelolaan data tersebut bersifat non hipotesis. Proses analisa data ini dimulai dengan seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, dokumentasi dan observasi yang pernah ditulis dalam catatan lapangan.

Dan analisis data ini mempunyai tujuan diantaranya sebagai berikut:

- a. Data dapat diberi arti makna yang berguna dalam memecahkan masalah-masalah penelitian.
- b. Memperlihatkan hubungan-hubungan antara fenomena yang diajukan dalam penelitian.
- c. Untuk memberikan jawaban terhadap masalah yang diajukan dalam penelitian.
- d. Bahan untuk membuat kesimpulan serta implikasi-implikasi dan saran-saran yang berguna untuk kebijakan penelitian.

Untuk langkah selanjutnya dari data yang telah terkumpul dan selanjutnya dilakukan adalah mengelola data tersebut secara deduksi dan deskriptif, artinya setelah semua data terkumpulkan kemudian diolah atau dianalisa secara deduksi, yaitu pengelolaan data dengan menyimpulkan dari data yang masih bersifat umum kemudian disimpulkan menjadi khusus, sedangkan pengelolaan data tersebut menggambarkan kondisi riil akan lapangan atau obyek yang diteliti dengan bentuk penulisan, hal tersebut tentu juga berlandaskan kepada teori-teori yang telah disebutkan di atas, yaitu antara lain menggambarkan atas kondisi lapangan melalui proses wawancara langsung dengan pihak BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya.

Dan penelitian ini tidak menggunakan metode hipotesis, sehingga dari hasil analisa yang dicapai dan penelitian ini tidak memerlukan pengujian ulang.

Selain dari pada itu, karena perencanaan sangat berkaitan dengan hal perencanaan, maka disini peneliti juga akan menggunakan analisis swot untuk analisis lingkungan eksternal (*analisis peluang dan ancaman*) dan analisis lingkungan internal (*kekuatan dan kelemahan*). Hal ini karena, dalam proses perencanaan pengindetifikasian lingkungan eksternal dan internal sangat mempengaruhi terhadap sesuatu yang telah ditetapkan pada proses perencanaan di BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya.

G. TEKNIK KEABSAHAN DATA

Untuk mengurangi data tersebut, maka peneliti perlu mengecek kembali sebelum diproses dalam bentuk laporan yang disajikan, agar tidak terjadi kesalahan, maka dilakukan teknik sebagai berikut:¹⁵

1. Perpanjangan Keikutsertaan

Keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data, keikutsertaan itu tidak hanya dilakukan dalam waktu singkat, tetapi memerlukan perpanjangan keikutsertaan peneliti pada latar peneliti. Untuk mengantisipasi adanya distorsi data, maka peneliti sebagai instrument utama, merasakan perlu untuk memperpanjang waktu penelitian.

2. Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan bertujuan untuk meneliti obyek penelitian secara cermat dan secara rinci agar diperoleh kedalaman serta menghindari

¹⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 175-178.

kesalahan interpretasi data yang ada, karena waktu yang terlalu singkat sehingga terjadi salah persepsi.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

3. Triangulasi

Triangulasi yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai perbandingan terhadap data itu.

Untuk mengecek keabsahan nyata yang diperoleh peneliti menanyakan kembali tentang perencanaan pemasaran produk simpanan tabungan di BNI Syariah Prima Darmo Cabang Surabaya.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

BAB IV

digilib.uinsa.ac.id DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

A. SEJARAH SINGKAT BNI SYARIAH

Berawal dari adanya demand dari masyarakat terhadap perbankan syariah, maka tekad untuk mewujudkan visinya yang lama, yaitu menjadi “*Universal Banking*”, maka BNI membuka layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah dengan konsep dual *System Banking*, yakni menyediakan layanan perbankan umum dan syariah sekaligus. Hal ini sesuai dengan UU No. 10 Tahun 1998 yang memungkinkan bank-bank konvensional untuk membuka layanan syariah.

Dengan pembentukan Tim Bank Syariah di Tahun 1999, Bank Indonesia kemudian mengeluarkan izin prinsip dan usaha untuk beroperasinya unit usaha syariah BNI. Setelah itu BNI Syariah menerapkan strategi pengembangan jaringan cabang syariah diberbagai nusantara, dengan berbagai layanan produk, antara lain: Simpanan Tabungan Syariah Plus, Giro, Deposito Mudharabah, Tabungan Haji Mudharabah dan Reksa Dana Syariah. Sedangkan pada produk pembiayaannya BNI Syariah Prima menerapkan sistem Murabahah, Mudharabah, Ijarah dan Musyarakah.

Kebutuhan masyarakat terhadap layanan perbankan Syariah, terus berkembang dari waktu ke waktu. Hal ini ditunjukkan oleh meningkatnya berbagai

indikator seperti penghimpunan dan penyaluran dana serta rasio profitabilitas dan permodalan perbankan Syariah, hal ini menunjukkan bahwa bank dengan prinsip syariah mempunyai prospek yang baik.

Melihat kota Surabaya yang merupakan salah satu kota metropolitan di Indonesia, dimana masyarakatnya juga membutuhkan pelayanan perbankan syariah yang mengutamakan kenyamanan dan pelayanan yang prima. Apalagi perkembangan ekonomi bisnis di Surabaya pada saat ini mengalami perkembangan yang pesat dan persaingan yang begitu ketat. Oleh karena itu, pada bulan 15 September 2004 Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. membuka layanan BNI Syariah Prima di Surabaya bertempat di Jalan Darmo untuk menambah khasanah layanannya pada masyarakat Surabaya.¹

Pembukaan Kantor Cabang Syariah Prima ini, memiliki makna tersendiri terutama dalam rangka meningkatkan dan melengkapi jasa layanan perbankan bagi masyarakat Indonesia khususnya nasabah setia BNI Syariah. Layanan BNI Syariah Prima akan menghadirkan jasa perbankan yang lebih eksklusif dengan pendekatan pribadi (*personalized*) dengan tetap berdasarkan pada prinsip syariah.

B. VISI, MISI DAN TUJUAN BNI SYARIAH

1. Visi

”Menjadi bank syariah yang unggul dalam layanan dan kinerja sesuai dengan kaidah, sehingga membawa berkah. ”

¹ Dokumentasi BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya

2. Misi

”Secara istiqamah melaksanakan amanah untuk memaksimalkan kinerja dan layanan perbankan, serta jasa keuangan syariah sehingga dapat menjadi bank syariah kebanggaan.”

3. Tujuan

- a. Mengarahkan kegiatan ekonomi umat untuk bermu’amalah secara Islam.
- b. Untuk memenuhi tuntutan masyarakat terhadap pelayanan yang lebih baik.
- c. Untuk menyelamatkan ketergantungan ummat Islam terhadap bank non-Islam yang menyebabkan ummat Islam berada di bawah kekuasaan bank.²

4. Motto

“Menjaga amanah anda seperti menjaga diri kami sendiri”

C. PRODUK BNI SYARIAH PRIMA

1. Produk³

a. Simpanan Tabungan Syariah Plus

Tabungan Syariah Plus menggunakan prinsip mudharabah muthlaqah, yaitu simpanan dana masyarakat (pemilik dana/ shahibul maal) yang oleh BNI Syariah (mudharib) dapat dioperasikan untuk mendapatkan keuntungan yang kemudian akan dilakukan bagi hasil antara pihak

² Wawancara dengan Ibu Festin selaku Penyelia Pelayanan BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya pada tanggal 26 Juni 2006.

³ Dokumentasi BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya.

penabung dan pihak bank sesuai dengan nisbah yang disepakati. Produk ini di dukung dengan pelayanan 24 jam di ribuan ATM diseluruh Indonesia yang makin memudahkan transaksi para nasabah.

b. Giro Syariah

Produk ini mendukung aktivitas usaha nasabah sesuai dengan syariah Giro Wadiah yang memfasilitasi simpanan nasabah dalam bentuk giro dengan prinsip Wadiah Yad Dhamanah, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan medium cek atau bilyet giro. Dengan prinsip Wadiah Yad Dhamanah, yaitu titipan dana murni yang dengan seizin dari pemilik dana dapat dioperasikan oleh bank untuk mendukung sektor riil dengan jaminan bahwa dana dapat ditarik sewaktu-waktu oleh pemilik dana (dengan menggunakan media cek atau bilyet giro) yang sesuai dengan syariah.

c. THI Mudharabah

Dengan menabung secara berkala di THI MUDHARABAH, BNI Syariah dapat mewujudkan niat Nasabah untuk pergi haji ke tanah suci dengan lebih tenang karena dana Nasabah dikelola secara aman dan sesuai syariah.

d. Deposito Mudharabah

Deposito Mudharabah merupakan investasi Nasabah baik secara individu maupun perusahaan dalam bentuk deposito yang sesuai dengan

prinsip syariah yakni Mudharabah Muthlaqah, yaitu simpanan dana masyarakat (pemilik dana/ shahibul maal) yang oleh BNI Syariah (mudharib) dapat dioperasikan untuk mendapatkan keuntungan. Hasil keuntungan tersebut akan dilakukan bagi hasil antara pemilik dana dan pihak bank sesuai dengan nisbah yang disepakati.

e. Reksadana Syariah

Reksa Dana Syariah adalah wadah yang dipergunakan untuk menghimpun dana dari masyarakat pemodal sebagai pemilik harta (shahib al-mal/rabb al-mal) untuk selanjutnya diinvestasikan dalam Portofolio Efek oleh Manajer Investasi sebagai wakil shahib al-mal menurut ketentuan dan prinsip Syariah Islam.

1) Jenis Reksadana Syariah

a) BNI Dana Syariah

b) BNI Dana Plus Syariah

f. Pembiayaan Mudharabah

Mudharabah merupakan jenis pembiayaan atas dasar prinsip bagi hasil (Mudharabah Muqayadah) sesuai dengan kesepakatan, dimana pihak Bank selaku penyedia modal (sahibul maal) menyediakan dana 100%. Sedangkan pihak nasabah, bertindak selaku pengelola (mudharib), dengan keuntungan dibagi menurut kesepakatan dimuka dan apabila rugi ditanggung oleh sahibul maal. Pembiayaan ini dapat disalurkan untuk

berbagai jenis usaha yakni perdagangan, perindustrian dan pertanian serta

digilib.uinsa.ac.id jasa digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

g. Pembiayaan Musyarakah

Pembiayaan syariah ditujukan untuk memenuhi kebutuhan usaha nasabah sesuai dengan prinsip syariah, yakni bagi hasil, jual beli dan sewa beli yang terbebas dari penetapan bunga.

Dengan prinsip syariah nasabah akan mendapatkan pembiayaan yang adil. Prinsip kami, kemajuan usaha nasabah adalah juga kemajuan BNI Syariah.

h. Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan murabahah memaikai prinsip jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati, dengan pihak bank selaku penjual dan nasabah selaku pembeli. Karakteristiknya adalah penjual harus memberitahu harga produk yang ia beli dan menentukan

suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya. Pembayaran dapat dilakukan secara angsuran sesuai dengan kesepakatan bersama.

Pembiayaan ini cocok untuk Nasabah yang membutuhkan tambahan asset namun kekurangan dana untuk melunasinya secara sekaligus. Selain dari pada itu, dapat diaplikasikan kepada pembiayaan di sektor-sektor perdagangan, industri, pertanian dan jasa.

i. Pembiayaan Ijarah

Ijarah adalah pembiayaan berdasarkan prinsip sewa beli. Pembiayaan ini sesuai untuk nasabah yang menginginkan tambahan aset yang diperoleh melalui sewa yang pada akhirnya bertujuan untuk pengalihan kepemilikan aset tersebut kepada Nasabah.

1) Pembiayaan Ijarah

Dalam produk ijarah akan ditawarkan 2 (dua) jenis produk yang sangat cocok dengan kebutuhan masyarakat saat ini yaitu:

a) Ijarah Bai Ut Takjiri

Produk ini ditawarkan untuk memberikan pelayanan kepada nasabah yang memerlukan aset yang diperoleh melalui sewa yang pada akhirnya bertujuan untuk pemindahan kepemilikan aset tersebut kepada penyewa, yang lebih dikenal sebagai "*Ijarah Muntahia Bittamlik* atau *Ijarah Wa Iqtina*". Yang pada intinya produk ini adalah dengan prinsip sewa beli, dimana harga sewa dan harga beli ditetapkan bersama diawal perjanjian.

b) Ijarah Musyarakah Muntanaqisah.

Dalam produk ini ditawarkan kepada nasabah yang ingin memiliki suatu aset dengan jalan membayar secara bertahap, oleh karena yang bersangkutan hanya memiliki dana sebagian maka ditempuh dengan jalan bermusyarakah dengan Bank.

j. Pembiayaan Multiguna (PMG)

Pembiayaan multiguna (PMG) syariah merupakan pembiayaan prinsip murabahah, yaitu prinsip jual beli barang pada harga pokok dengan tambahan keuntungan yang disepakati.

PMG Syariah membantu kebutuhan ananda untuk renovasi rumah, biaya pendidikan, operasi, opname, peralatan rumah tangga dan lain-lain. dengan jaminan tanah atau bangunan.

k. Pembiayaan Kendaraan Syariah (PKS)

Pembiayaan Kendaraan Syariah merupakan pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor berdasarkan prinsip murabahah, yaitu prinsip jual beli barang pada harga pokok dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Pembiayaan ini membantu nasabah untuk dapat memiliki kendaraan, baik kendaraan roda dua maupun roda empat.

l. Pembiayaan KPR Syariah

KPR Syariah merupakan pembiayaan berdasarkan prinsip murabahah, yaitu prinsip jual beli barang pada harga pokok dengan tambahan keuntungan yang disepakati.

KPR Syariah membantu anda mewujudkan keinginan memiliki rumah, ruko, villa, apartemen, dan tempat praktek (dokter, notaris, akuntan).

2. Jasa⁴

1. Jasa Konsultasi Keuangan (*Advisory Service*),

Jasa ini diperuntukkan bagi mereka yang memerlukan informasi yang akurat dengan rekomendasi terbaik mengenai strategi investasi untuk mengelola dana yang miliki.

2. Jasa Pengelolaan Dana (*Discretionary Service*),

Jasa ini memberikan pelayanan bagi nasabah untuk membangun struktur keuangan yang lebih fleksibel dan inovatif. Layanan pengelolaan aset keuangan BNI Syariah Prima memberikan jangkauan layanan dan produk yang memungkinkan kami untuk mengelola aset keuangan nasabah, baik sekarang maupun untuk masa yang akan datang. Selain itu, BNI Syariah Prima juga akan menyusun portofolio investasi yang terpadu sesuai dengan pengaturan strategi yang telah disepakati sebelumnya yang mampu memberikan *value* masa depan dan tentu saja berdasarkan prinsip syariah.

3. Jasa Perantara (*Brokerage Service*)

Brokerage service berfungsi untuk mengurangi beban administrasi dalam pengelolaan keuangan nasabah bisa lebih fokus pada kegiatan bisnis yang sedang mereka jalani. Nasabah pun dibantu oleh financial advisor kami yang menjadi jembatan dalam setiap transaksi keuangan yang ada lakukan.

⁴ Dokumentasi BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya.

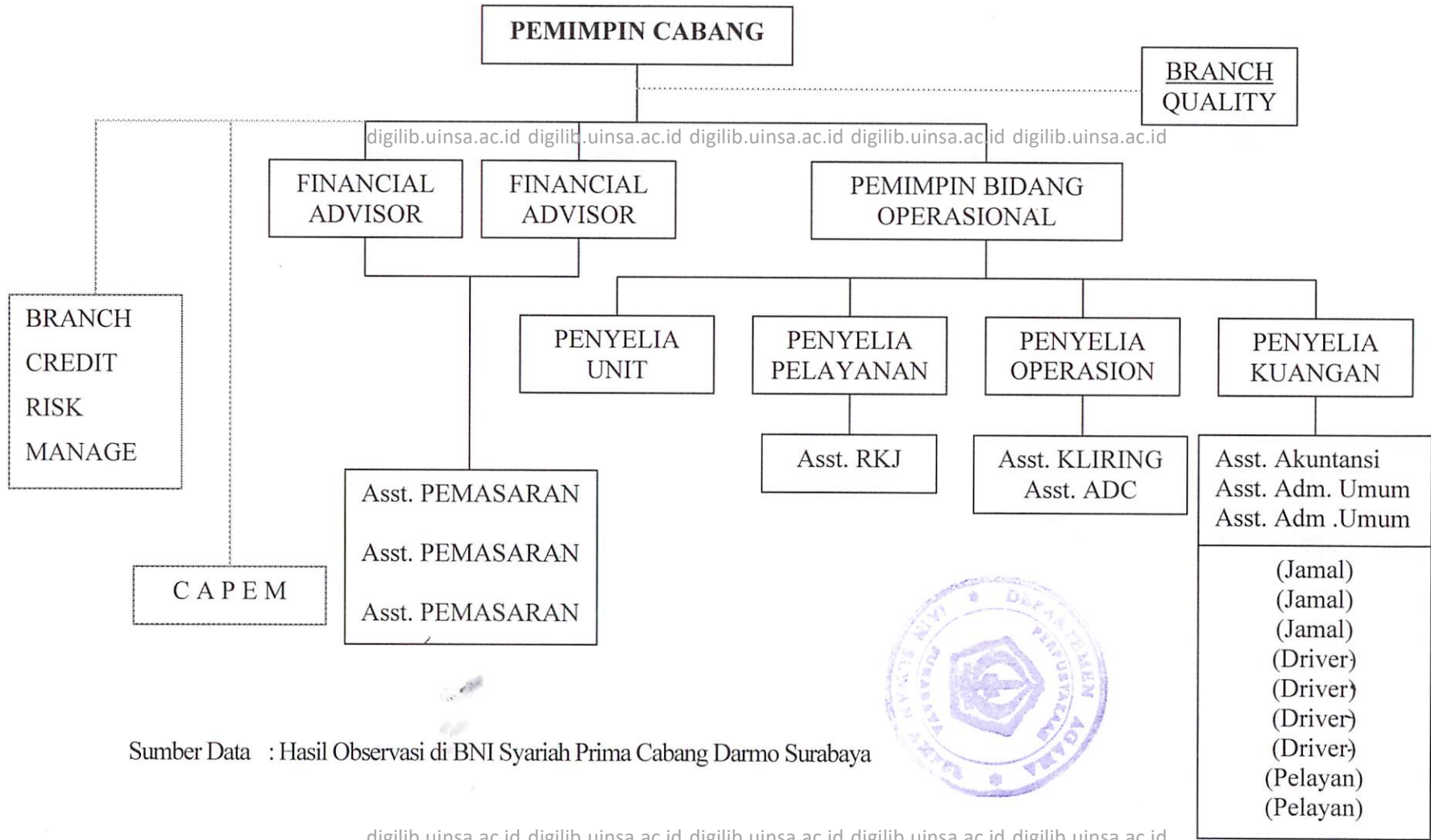
4. BNI Syariah Prima Card

Dengan BNI Syariah Prima Card, semua transaksi nasabah akan semakin mudah yang dapat difungsikan sebagai kartu identitas, kartu ATM, kartu belanja/ debit dan kartu diskon. Nasabah juga memiliki akses untuk mendapatkan pelayan eksklusif dengan fasilitas khusus, baik di seluruh outlet BNI Syariah Prima maupun outlet BNI yang lain.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

D. STRUKTUR ORGANISASI



Sumber Data : Hasil Observasi di BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya



Dalam pengelolaan BNI Syariah Prima yang bertindak sebagai pemilik modal adalah pemegang saham (*stakeholder*).

Untuk menjaga keabsahan dalam pengelolaan dan pelaksanaan produk serta jasa yang ditawarkan kepada masyarakat oleh BNI Syariah Prima agar tidak terjadi penyimpangan dalam prinsip-prinsip syariah, maka BNI Syariah membentuk Dewan Pengawas Syariah. Hal ini dilakukan untuk meninjau dan mengawasi tentang kebijakan dan keputusan yang ditetapkan oleh pihak pengelola dalam menawarkan produk dan jasa untuk ditawarkan kepada masyarakat.

E. FASILITAS DAN LAYANAN

Untuk melengkapi kenyamanan dan kepuasan para nasabahnya BNI Syariah Prima Surabaya memberikan beberapa fasilitas dan layanan, yaitu:

1. Fasilitas

BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya memiliki fasilitas yang sangat menunjang, baik bagi proses pelaksanaan manajemen sekaligus pemasaran maupun bagi kenyamanan para nasabahnya. Adapun fasilitas tersebut, antara lain:

- a. Gedung
- b. Ruang yang nyaman dengan AC yang memadai
- c. Galeri investasi
- d. Ruang rapat
- e. Pos keamanan
- f. Komputer

g. Almari

h. Televisi

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

i. Kamar mandi

j. Lahan parkir

k. Mushala ¹

2. Layanan

- a. BNI Syariah Prima menghadirkan layanan perbankan yang lebih eksklusif dengan pendekatan pribadi dengan tetap berdasarkan prinsip syariah.
- b. Dengan pendekatan yang personal, layanan BNI Syariah Prima nyaman digunakan bagi nasabah.
- c. Jaringan yang luas, menjadikan BNI Syariah Prima menjadi gerbang menuju layanan perbankan yang lengkap.²

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

¹ Hasil Observasi di BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya pada tanggal 12 Juli 2006.

² Dokumentasi BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya

BAB V

PENYAJIAN DAN ANALISA DATA

A. PENYAJIAN DATA

Dalam penyajian data ini, peneliti akan menjelaskan kenyataan-kenyataan yang ada dilokasi penelitian sesuai dengan permasalahan yang diangkat. Data ini diperoleh peneliti melalui wawancara pada pengurus, observasi lokasi, dan dokumentasi BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya.

Setelah melakukan observasi lokasi, wawancara dan mengumpulkan dokumentasi, maka data yang telah diperoleh peneliti pada BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya, sebagai berikut:

Strategi yang digunakan BNI dalam memasuki pasar perbankan syariah adalah *dual banking system*, yaitu layanan BNI konvensional dan BNI Syariah. Hal ini dilakukan karena sesuai pada undang-undang No. 10 tahun 1998 serta didasarkan pada keputusan dari Bank Indonesia yang memungkinkan bank konvensional untuk membuka layanan syariah.

BNI kemudian memberikan otonomi khusus bagi BNI Syariah Prima untuk menentukan kewenangan dalam pengelolaan kebijakan bisnisnya, namun tidak terpisah penuh dari BNI baik dari segi legalitas, finansial, kebijakan, maupun dukungan infrastruktur. Dengan kewenangan ini, maka BNI Syariah

perlu adanya perencanaan dalam melaksanakan aktivitas maupun dalam pelayanannya. Karena ini menyakut pada perkembangan BNI Syariah Prima sendiri dan pada juga pada perkembangan produk-produknya.

Dalam menyusun visi dan misinya, BNI Syariah Prima sangat berhati-hati, karena mengingat penerapan visi dan misi ini saling berkaitan dengan tujuan jangka panjang BNI Syariah, serta menjadi “ pijakan ” bagi kebijakan organisasi maupun untuk perkembangan organisasi itu sendiri.

Karena antara visi dan misi saling berkaitan antara satu dengan lainnya, maka pembuatan visi dan misi BNI Syariah Prima ini memerlukan waktu lama dan biaya yang tidak sedikit. Sebelum disahkan melalui surat keputusan direktur BNI pusat, rancangan visi dan misi BNI Syariah melibatkan perwakilan dari tiap unit kerja yang ada di BNI Syariah serta memandang pada kebutuhan masyarakat untuk menyusun perencanaan strategis.¹

Adapun proses perencanaan pada BNI Syariah Prima sebagai berikut:

1. Proses Perencanaan BNI Syariah Prima

Sebelum pembentukan organisasi yang pertama diterapkan adalah penentuan arah dan tujuan untuk mendasari latar belakang berdirinya suatu organisasi. Karena dengan tujuan ini akan memberi pedoman yang mantap

¹ Wawancara dengan Ibu Festin selaku Penyelia Pelayanan BNI Syariah Prima Surabaya, pada tanggal 12 Juni 2006.

bagi setiap pengurusnya, terutama dalam menentukan aktivitas-aktivitas apa yang akan dibutuhkan untuk mencapainya secara efektif dan efisien.

Pencapaian tujuan pada BNI Syariah Prima pertama-tama dilakukan dengan menentukan visi dan misi. Visi BNI Syariah Prima yaitu menjadi bank syariah yang unggul dalam layanan dan kinerja sesuai dengan kaidah, sehingga membawa berkah. Sedangkan misi dari BNI Syariah Prima adalah secara istiqamah melaksanakan amah untuk memaksimalkan kinerja dan layanan perbankan, serta jasa keuangan syariah sehingga dapat menjadi bank syariah kebanggaan bangsa.

Sedangkan perencanaan pada BNI Syariah dalam mencapai tujuannya melalui beberapa proses-proses, yaitu:

- a. Penentuan misi BNI Syariah Prima yaitu: menjadi bank syariah yang unggul dalam layanan dan kinerja sesuai dengan kaidah, sehingga membawa berkah.²

Tujuan umum BNI Syariah Prima yaitu: Mengarahkan kegiatan ekonomi umat untuk bermu'amalah secara Islam, khususnya mu'amalah yang berhubungan dengan perbankan, agar terhindar dari praktek-praktek riba atau jenis-jenis usaha atau perdagangan lain yang mengandung unsur gharar (tipuan), di mana jenis-jenis usaha tersebut selain dilarang dalam

² Dokumentasi BNI Syariah Prima Cabang Surabaya.

Islam, juga telah menimbulkan dampak negatif terhadap kehidupan ekonomi umat.³

Tujuan utama BNI Syariah Prima yaitu untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap layanan perbankan yang terus berkembang dari waktu ke waktu dengan sistem perbankan syariah dengan pelayanan prima, baik berupa penghimpunan dan penyaluran dana serta rasio profitabilitas dan permodalan perbankan syariah.⁴

b. Pengembangan Profil BNI Syariah Prima

Pengembangan suatu organisasi tidak lepas dari peran orang yang ada didalamnya terutama seorang pemimpin dalam menjalankan tugasnya yang ditunjang dengan karyawan-karyawan yang profesional serta bertanggung jawab.

Pengembangan profil BNI Syariah Prima ditunjang dengan melakukan pengembangan secara intern melalui pembinaan karyawan untuk memiliki sumber daya manusia yang tinggi, pelayanan dan fasilitas sarana prasarana yang menunjang.

Dari pengembangan secara intern ini, maka dapat dicapai suatu tujuan, yaitu meningkatkan mutu pelayanan dan melengkapi fasilitas

³ Hasil Wawancara dengan Ibu Festin, selaku Penyelia Pelayanan BNI Syariah Prima cabang Darmo Surabaya. Pada tanggal 12 Juni 2006.

⁴ Hasil Wawancara dengan Ibu Festin, selalu Penyelia Pelayanan BNI Syariah Prima Surabaya, Pada tanggal 12 Juni 2006.

perbankan bagi masyarakat Indonesia, khususnya pelayanan perbankan yang berdasarkan syariat Islam.

Tujuan diatas dapat dicapai oleh BNI Syariah Prima, namun bukan hanya dengan karyawan yang membawa potensinya dari pengalaman pendidikan selama ini, namun para karyawan juga diberi pelatihan khusus dalam pengelolaan bank untuk pengembangan sumber dayanya dan diarahkan bagaimana sistem pengelolaan Bank Syariah dan memberikan pelayanan yang baik yang berdasarkan syariah terhadap nasabah.

Saat ini strategi yang digunakan BNI Syariah Prima dalam dalam pengembangan profilnya adalah melalui promosi internet, koran, majalah, brosur dan dalam bentuk iklan diberbagai media massa. Untuk mendukung strategi ini, BNI Syariah Prima memberikan pelayanan yang lebih eksklusif dengan pendekatan pribadi dengan tetap berdasarkan pada prinsip syariah serta dengan membuka layanan cabang pembantu syariah prima di jalan Rajawali.

c. Merumuskan Keadaan Saat ini

Untuk merumuskan keadaan saat ini, pada proses perencanaan di BNI Syariah Prima dengan melihat kondisi dan situasi sekarang, dengan kata lain pengurus BNI Syariah Prima dalam merencanakan sesuatu dengan memanfaatkan sumber daya manusia yang dimiliki atau sumber

daya yang tersedia untuk mempermudah perencanaan dalam mencapai suatu tujuan yang sudah telah dirumuskan. Sumber daya tersebut adalah tenaga kerja yang profesional, disiplin dan bertanggungjawab pada tugas masing-masing.

Saat ini BNI Syariah Prima Surabaya memiliki karyawan dengan bekal sumber daya manusia yang cukup membanggakan dan bertanggung jawab atas tugas masing-masing. Perekrutan karyawan pun sangat berhati-hati, mengingat bahwa BNI Syariah Prima membutuhkan sumber daya manusia yang profesional. Adapun dana yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan diperoleh dari pembagian hasil baik produk maupun pembiayaan serta kucuran dana dari para pemercaya (*stakeholder*).

d. Mengidentifikasi Segala Kemudahan dan Hambatan

Untuk menyusun perencanaan program kerja, BNI Syariah Prima melihat berbagai peluang yang terdapat pada kebutuhan masyarakat akan produk dan jasa yang ditawarkan, apakah berpengaruh positif atau negatif terhadap perencanaan yang secara operasional. Oleh karena itu, butuh pengidentifikasian segala kemudahan dan hambatan yang akan dihadapi oleh BNI Syariah Prima.

Adapun kemudahan dan hambatan dalam penyusunan program kerja BNI Syariah Prima Surabaya adalah sebagai berikut:

1) Faktor Pendukung

a) Internal

Adanya tujuan yang mulia dalam perbankan syariah dengan menawarkan produk, pembiayaan dan jasa serta pembagian hasil yang murni tidak memihak antara satu dengan yang lainnya.

Selain dari itu dalam perencanaan, BNI Syariah Prima didukung oleh pengurus BNI Syariah Prima dibekali dengan SDM (sumber daya manusia) yang cukup membanggakan, bisa dikatakan mampu untuk mengelola dengan menjalankan tugas dan fungsinya masing-masing dan kesadaran pengurus untuk mengamalkan ilmunya. Serta dengan adanya kemauan para karyawan untuk melaksanakan tugas dan kewajiban masing dalam merealisasikan kegiatan-kegiatan yang telah dirumuskan sebelumnya.

b) Eksternal

Dengan menjalin hubungan yang baik antara pihak BNI Syariah Prima dengan nasabah dan masyarakat, yaitu dengan memberikan layanan yang lebih eksklusif dengan pendekatan

pribadi sehingga nasabah merasa lebih nyaman. Di sisi lain, dengan jaringan yang luas, menjadikan BNI Syariah prima sebagai gerbang layanan perbankan yang lengkap dengan transaksi yang mudah diakses di berbagai outlet BNI Syariah Prima maupun BNI lainnya di seluruh nusantara. Kedua hal ini adalah merupakan faktor yang sangat mendukung BNI Syariah Prima dalam menjalankan visi dan misinya.

2) Faktor Penghambat

a) Internal

Minimnya dana dalam pengembangan produk dan jasa merupakan faktor penghambat untuk mencapai tujuan. Mengingat bahwa dana perbankan syariah relatif mahal dibandingkan dengan perbankan umum. Hal ini dikarenakan komposisi dananya masih terkonsentrasi pada deposito. Struktur dana bank syariah masih didominasi deposito yang cukup tinggi dibandingkan dengan tabungan dan giro.⁵

b) Eksternal

Kurangnya sosialisasi mengenai bagaimana proses menabung atau melakukan transaksi lainnya kepada para

⁵ Wawancara dengan Ibu Fiska selaku Pengurus BNI Syariah Prima Surabaya, pada tanggal 15 Juni 2006.

masyarakat mengakibatkan mereka kurang tertarik menjadi nasabah di BNI Syariah prima. Selain dari pada itu, kurangnya pemahaman masyarakat tentang tata cara perhitungan pembagian hasil jika mereka menjadi nasabah di BNI Syariah Prima. Namun hal ini tidak membuat BNI Syariah Prima tidak memaksimalkan sosialisasinya, malah menambah strategi lainnya dalam mengenalkan produk-produknya pada masyarakat ⁶

e. Mengembangkan Rencana atau Serangkaian Kegiatan

Untuk mencapai suatu tujuan yang ada, BNI Syariah Prima merencanakan program kerja yang meliputi program kerja jangka pendek, program kerja jangka panjang. Adapun program kerja BNI Syariah Prima adalah sebagai berikut:

1) Program Jangka Panjang

- a) Mendirikan sarana dan prasarana sebagai penunjang kegiatan BNI Syariah Prima.
- b) Meningkatkan kualitas pengembangan produk yang sudah ada.
- c) Meningkatkan mutu pelayanan bagi para nasabah

2) Program Jangka Pendek

⁶ Wawancara dengan Ibu Fiska selaku Pengurus BNI Syariah Prima Surabaya, pada tanggal 15 Juni 2006.

- a) Sosialisasi produk-produk, baik produk simpanan, pembiayaan maupun jasa.
- b) Meningkatkan pendapatan melalui produk simpanan maupun pembiayannya.
- c) Meningkatkan kemampuan bagi para karyawan dengan memberikan pelatihan dan pemahaman tentang sistem pengelolaan bank Islam.
- d) Meningkatkan kualitas keimanan dan ketaqwaan bagi pengurus serta nasabahnya.

2. Proses Perencanaan Pemasaran pada BNI Syariah Prima cabang Darmo Surabaya

a. Perumusan Tujuan

Misi pada perencanaan pemasaran produk, yaitu untuk meningkatkan jumlah nasabah yang semakin hari terus membutuhkan jasa perbankan.

Tujuan umum perencanaan pemasaran produk, yaitu mengusahakan kepada masyarakat untuk menjadi nasabah khususnya pada Simpanan Tabungan Syariah Plus di BNI Syariah Prima serta diharapkan untuk lebih memanfaatkan jasa perbankan syariah yang jelas pembagian hasilnya.

b. Analisa lingkungan eksternal (kesempatan dan ancaman)

1) Kesempatan

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Pemasaran produk pada Simpanan Tabungan Syariah Plus, yaitu keinginan BNI Syariah Prima untuk mengajak masyarakat untuk menyimpan dana dalam kemurnian dengan keuntungan bagi hasil yang adil serta kuatnya ikatan emosional keislaman antara pemegang saham, BNI Syariah Prima dan Nasabahnya. Sehingga dari ikatan emosional ini dapat dikembangkan kebersamaan dalam menghadapi resiko usaha dan membagi keuntungan secara jujur dan adil.⁷

2) Ancaman

BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya terlalu berprasangka baik terhadap setiap nasabahnya dan berasumsi bahwa semua orang yang terlibat dalam bank Islam adalah jujur. Dengan demikian, BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya sangat rawan terhadap mereka yang bermaksud tidak baik, sehingga diperlukan usaha tambahan untuk mengawasi nasabah yang menerima pembiayaan dari BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya.⁸

⁷ Hasil Wawancara dengan Ibu Festin, selaku Penyelia Pelayanan BNI Syariah Prima Surabaya, Pada tanggal 12 Juli 2006

⁸ Hasil Wawancara dengan Ibu Festin, selaku Penyelia Pelayanan BNI Syariah Prima Surabaya, Pada tanggal 12 Juli 2006.

c. Analisa internal BNI Syariah Prima (kekuatan dan kelemahan)

1) Kekuatan

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Adanya tujuan yang mulia, yaitu:

- a) Mengarahkan kegiatan ekonomi umat untuk bermu'amalah secara Islami.
- b) Untuk memenuhi tuntutan masyarakat terhadap pelayanan yang lebih prima.
- c) Untuk menyelamatkan ketergantungan ummat Islam terhadap bank non-Islam yang menyebabkan ummat Islam berada di bawah kekuasaan bank.

Perencanaan pemasaran produk Simpanan Tabungan Syariah Plus yang ditinjau oleh BNI Syariah Prima, karena para nasabah BNI Syariah Prima mempunyai kepercayaan yang tinggi terhadap pengelolaan dana serta didukung dengan pelayanan yang prima. Serta dengan adanya kemudahan dalam melakukan transaksi maupun dengan persyaratan yang mudah, sehingga sangat menguntungkan bagi BNI Syariah Prima Surabaya. Hal ini menjadi strategi yang paling mendukung untuk menarik minat masyarakat menjadi nasabah BNI Syariah Prima khususnya pada tabungan syariah plus.⁹

⁹ Hasil Wawancara dengan Ibu Festin, selalu Penyelia Pelayanan BNI Syariah Prima Surabaya, Pada tanggal 14 Juli 2006.

Selain itu untuk menambah kekuatan dalam menjaga dan memberikan pelayanan yang prima, maka BNI Syariah memberikan pelayanan khusus dengan membuka cabang pembantu BNI Syariah Prima di Jalan Rajawali Surabaya.

2) Kelemahan

Perencanaan Pemasaran produk Simpanan Tabungan Syariah Plus, yaitu kurangnya pada pendekatan terhadap masyarakat terpencil. Karena hadirnya layanan prima perbankan syariah lebih khusus ditujukan bagi kalangan menengah ke atas. Jadi pada dasar BNI Syariah Prima harus lebih menfokuskan masalah pelayanan terhadap setiap element masyarakat, mengingat bahwa mereka juga perlu adanya perbankan Islam yang pelayanannya prima seperti mereka yang menjadi sasaran utama.¹⁰

d. Identifikasi kesempatan dan ancaman

Untuk memperbaiki kesalahan yang tidak dapat dihindari, yaitu dengan mengidentifikasi kesempatan dan ancaman yang bahwasanya kesempatan dan ancaman yang timbul karena adanya keinginan BNI Syariah Prima untuk menetapkan segmentasi pasarnya pada masyarakat tertentu.

¹⁰ Hasil Wawancara dengan Ibu Festin, selalu Penyelia Pelayanan BNI Syariah Prima Surabaya, Pada tanggal 14 Juli 2006.

BNI Syariah Prima dalam mengidentifikasi kesempatan dan ancaman sesuai dengan teori yang ada karena dalam perantara berbagai kesempatan yang tersedia direktur dan karyawan serta ancaman yang timbul antara lain adanya keinginan nasabah untuk melaksanakan sistem perekonomian yang berdasarkan pada prinsip yang islami dan adanya perkembangan teknologi.¹¹

e. Pembuatan Keputusan

Dalam pembuatan suatu keputusan mengenai beberapa hal yang tepat di waktu yang tepat pula, maka staf direksi BNI Syariah Prima perlu penetapan keputusan dalam menentukan tujuan BNI Syariah Prima sendiri. Hal ini mengaplikasikan idealismenya yang ingin membangun kesejahteraan ekonomi umat dan membawa masyarakat dalam sistem perbankan yang berdasarkan syariah Islam. Sedangkan keputusan tentang pengambilan sumber daya-sumber daya yang digunakan, yaitu sumber daya yang dibutuhkan dalam perencanaan pemasaran produk tersebut.

Pembuatan keputusan yang dilakukan oleh BNI Syariah Prima tidak sesuai dengan teori yang ada, karena dalam pembuatan keputusan BNI Syariah Prima belum menerapkan tujuh tahapan yang ada, diantaranya tidak melaksanakan implementasi keputusan karena

¹¹ Hasil Wawancara dengan Ibu Festin, selalu Penyelia Pelayanan BNI Syariah Prima Surabaya, Pada tanggal 14 Juli 2006..

keputusan saja tidak ada gunanya, kecuali apabila keputusan tersebut diimplemetasikan.

Dalam penetapan suatu keputusan direktur BNI Syariah Prima yang memutuskan dengan melalui rapat internal. Petapan keputusan yang digunakan BNI Syariah Prima yaitu menggunakan daya, daya pengurus serta manager yang ada di BNI Syariah Prima.

f. Target BNI Syariah Prima

1) Harga

Dengan hadirnya berbagai bank-bank syariah mengakibatkan persaingan antar bank syariah semakin ketat, untuk dapat terus bertahan BNI Syariah Prima berusaha terus dan terus untuk meningkatkan mutu pelayanan dengan menyediakan berbagai sarana dan prasarana yang terbaik untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Untuk strategi mengenai harga BNI Syariah Prima memberikan kemudahan bagi masyarakat dengan memberikan persyaratan yang mudah serta dana yang minim untuk menjadi nasabah Simpanan Tabungan Syariah Plus dan begitu pula dengan produk simpanan dan pembiayaan yang lainnya.

Sedangkan pada produk simpanan tabungan syariah plus BNI Syariah Prima memberikan persyaratan serta kelebihan dalam produk ini yaitu:

Persyaratan:

- a) Mengisi Formulir Permohonan Pembukaan Rekening
- b) Photocopy identitas diri (KTP/SIM/pasport,dll)
- c) Setoran pertama/saldo minimum Rp.25.000,-
- d) Setoran lanjutan minimal Rp.5.000,-
- e) Menandatangani perjanjian bagi hasil diatas materai Rp.6.000,-
- f) Biaya pencetakan kartu Rp.5.000.-

Kelebihan

- a) Kartu ATM : dapat diakses dmelalui jaringan ATM BNI, ATM Bersama, Link diseluruh Indonesia 24 jam non stop dan juga dapat diakses melalui ATM Internasional Cirrus (termasuk uang asing Real)
- b) Sebagai Kartu Debit untuk berbelanja di merchant berlogo Maestro/MasterCard.
- c) Bagi hasil sangat menarik/, dihitung secara harian (ditampung dalam rekening akumulasi) dan dikreditkan ke rekening penabung secara otomatis tanggal 15 dan efektif dapat digunakan tanggal 16.
- d) Saldo dibawah saldo minimum tetap diberikan bagi hasil.
- e) Nasabah menutup rekeningnya sebelum akhir bulan, sistem menghitung keuntungan bagi hasil sampai tanggal penutupan.
- f) Pengambilan melalui teller tidak dibatasi jumlahnya, sedangkan melalui ATM BNI sebesar Rp.5 juta/hari.

g) On-Line real time diseluruh Cabang/Capem BNI BNI dan BNI

Syariah

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

h) Dapat digunakan sebagai jaminan pembiayaan

i) Fasilitas Phonebanking 24 jam : layanan informasi dan mutasi rekening, layanan transaksi, layanan pengaktifan/perubahan PIN, layanan otodebet, billpayment.

2) Promosi

Dengan adanya media-media yang pada saat ini, apalagi di dukung dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi maka banyak strategi yang ditempuh BNI Syariah Prima dalam mempromosikan produknya, yaitu:

a) Periklanan

(1) Memasang iklan di beberapa tabloid, antara lain tabloid 46,

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

majalah GATRA, serta tabloid Islami

(2) Memasang iklan pada beberapa media cetak, antara lain:

Kompas, Republika, Jawa Pos dan lain sebagainya.

(3) Layanan melalui internet, pada situs yang telah disediakan oleh

BNI Syariah Prima ini untuk memudahkan masyarakat memahami tentang profil, produk yang ditawarkan dan bagaimana proses transaksi untuk menjadi nasabah BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya.

b) Promosi Pemasaran

- (1) Menerapkan sistem bagi hasil pada setiap produk simpanan ataupun produk pembiayaannya.
- (2) Memberikan bonus yang murni syariah.
- (3) Jaringan ATM yang luas
- (4) Fasilitas Phone Banking 24 jam untuk informasi dan mutasi rekening.
- (5) On-Line real time di seluruh cabang ataupun capem BNI dan BNI Syariah.¹²

3) Produk

Perubahan lingkungan yang terjadi sangat berpengaruh pada jumlah masyarakat yang menjadi nasabah BNI Syariah Prima di kota Surabaya. Tuntutan inilah bagi pihak BNI Syariah Prima untuk terus menambah inovasi pada produk Simpanan Tabungan Syariah Plus.

Sedangkan produk-produk yang ada pada BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya yang ditawarkan pada masyarakat pada saat ini adalah:

- a) Simpanan Tabungan Syariah Plus
- b) Giro Syariah
- c) THI Mudharabah

¹² Dokumentasi BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya

- d) Deposito Mudharabah
- e) Reksadana Syariah
- f) Pembiayaan Mudharabah
- g) Pembiayaan Musyarakah
- h) Pembiayaan Murabahah
- i) Pembiayaan Ijarah
- j) Pembiayaan Multiguna
- k) Pembiayaan Kendaraan Syariah
- l) Pembiayaan KPR Syariah

B. ANALISA DATA

1. Perencanaan Pemasaran dalam Pengembangan Produk Simpanan

Tabungan Syariah Plus BNI Syariah Prima

Berdasarkan pada data-data dan teori yang telah disajikan pada bab sebelumnya, maka peneliti mencoba untuk menganalisa secara singkat tentang proses perencanaan pemasaran dalam pengembangan simpanan tabungan syariah plus BNI Syariah prima yang terdiri atas: menetapkan visi dan misi pada perencanaan pemasaran produk, analisa lingkungan internal (kesempatan dan ancaman), analisa internal BNI Syariah Prima (kekuatan dan kelemahan), identifikasi kesempatan dan ancaman, dan mengembangkan rencana untuk mencapai tujuan.

Perencanaan adalah menentukan sasaran yang ingin di capai, tindakan yang seharusnya dilaksanakan, bentuk organisasi yang tepat untuk mencapainya dan orang-orang yang bertanggung jawab terhadap kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan. Dengan demikian perencanaan merupakan fungsi yang mendasari dan mendahului atas fungsi-fungsi manajemen yang lain. Sedangkan perencanaan pemasaran produk simpanan tabungan syariah plus BNI Syariah Prima adalah proses penentuan strategi, sasaran, target dan penawaran produk kepada masyarakat, sehingga mereka interest terhadap produk tersebut yang telah dipersiapkan oleh BNI Syariah Prima.

Bagi BNI Syariah Prima sendiri, perencanaan merupakan hal yang amat penting bagi pengembangan produk-produknya. Hal ini dikarenakan dengan adanya perencanaan yang baik, akan memberi efek baik pada pelaksanaan maupun pengawasan terhadap produk yang ditawarkan.

Penyajian data mengenai perencanaan pemasaran produk simpanan tabungan syariah plus di atas, menunjukkan bahwa BNI Syariah dalam menyampaikan produk atau jasa tidak hanya diprioritaskan pada umat muslim saja, tetapi pada non muslimpun juga menjadi sasaran produk BNI Syariah Prima. Hanya saja umat muslim menjadi prioritas utama BNI Syariah Prima untuk dijadikan sebagai nasabahnya.

Sebagaimana penyajian data diatas, proses perencanaan pemasaran dalam pengembangan produk simpanan tabungan syariah di BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya yang menekankan pentingnya optimalisasi

fungsi seluruh sumber daya yang dimiliki oleh BNI Syariah Prima sendiri.

Adapun proses perencanaan pemasaran dalam pengembangan produk simpanan tabungan syariah di BNI Syariah Prima terdapat beberapa langkah sebagai berikut:

a. Menetapkan Tujuan

Perencanaan di mulai dengan keputusan-keputusan tentang keinginan atau kebutuhan organisasi atau kelompok kerja. Tanpa rumusan tujuan yang jelas, organisasi akan menggunakan sumber daya-sumber dayanya secara efektif.

Tujuan merupakan hal yang amat penting bagi keberhasilan suatu organisasi. Tujuan suatu perusahaan haruslah dirumuskan dengan jelas, realistis, tepat sasaran dan dapat diketahui oleh semua orang yang terlibat dalam organisasi, agar setiap individu yang terlibat pelaksanaan dapat berpartisipasi dengan penuh kesadaran.

Sejak pertama kali BNI Syariah Prima didirikan, tujuan utamanya adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap layanan perbankan yang terus berkembang dari waktu ke waktu dengan sistem perbankan syariah dengan pelayanan prima, baik berupa penghimpunan dan penyaluran dana serta rasio profitabilitas dan permodalan perbankan syariah. Sedangkan pada tujuan secara umumnya adalah Mengarahkan kegiatan ekonomi umat untuk bermu'amalah secara Islam, khususnya

mu'amalah yang berhubungan dengan perbankan, agar terhindar dari praktek-praktek riba atau jenis-jenis usaha atau perdagangan lain yang mengandung unsur gharar (*tipuan*), di mana jenis-jenis usaha tersebut selain dilarang dalam Islam, juga telah menimbulkan dampak negatif terhadap kehidupan ekonomi umat.

Jika kedua tujuan diatas bertentangan dengan keinginan dan kebutuhan dari nasabah (masyarakat), maka hal ini akan mempersulit BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya untuk mencapai tujuan dalam pengembangannya. Untuk mempermudah mencapai tujuan BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya, maka para individu yang terlibat didalamnya selalu menjalin kebersamaan dan kerjasama serta bertanggung jawab terhadap tugasnya masing-masing.

Dalam menyusun perencanaan, BNI Syariah Prima memulai dengan menetapkan keputusan-keputusan tentang keinginan atau dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan perbankan syariah. Karena dengan menetapkan keputusan adalah langkah awal terhadap perjuangan pada setiap keputusan yang telah ditetapkan. Keputusan dalam perencanaan pemasaran produk harus melihat kebutuhan masyarakat serta kemampuan karyawannya, sehingga pelaksanaannya lancar dan terarah. Dengan begitu pula, maka BNI Syariah Prima dapat mencapai tujuan sesuai dengan apa yang diharapkan, yaitu untuk meningkatkan pelayanan

bagi para nasabah dan untuk mengembangkan produk-produk yang ditawarkan pada masyarakat.

Berdasarkan paparan diatas, maka perumusan tujuan pada BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya telah terlaksana dengan baik dan telah menempatkan masing-masing individu sesuai dengan kemampuan dan tingkat tanggung jawab dengan benar. Dari sini, maka BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya sangat memanfaatkan proses perencanaan dalam penentuan tujuan, mengingat bahwa tujuan BNI Syariah Prima telah ditetapkan pada visi dan misinya. Selain dari itu, pihak BNI Syariah Prima telah menentukan arah dan sasaran sesuai dengan tujuan yang ada.

b. Merumuskan Keadaan Saat Ini

Saat ini BNI Syariah Prima Surabaya memiliki karyawan dengan bekal sumber daya manusia yang cukup membanggakan dan bertanggung jawab pada tugas masing-masing. Perekrutan karyawan pun sangat berhati-hati, mengingat bahwa BNI Syariah Prima membutuhkan sumber daya manusia yang profesional. Adapun dana yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan diperoleh dari pembagian hasil baik produk maupun pembiayaan serta kucuran dana dari para pemercaya (*stakeholder*).

BNI Syariah merumuskan keadaan saat ini dengan melakukan perkiraan peluang serta ancaman yang akan dihadapi pada pelaksanaannya. Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi apa yang akan

terjadi pada masa yang akan datang, apakah peluang dan ancaman itu membawa dampak yang negatif atau positif bagi BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya.

Menurut teori dan data yang ada, BNI Syariah Prima melihat dan memahami posisi BNI Syariah sekarang dan tujuan yang hendak dicapai serta sumber daya para karyawan yang tersedia untuk merumuskan keadaan saat ini dan yang akan datang untuk mengantisipasi apakah peluang dan ancaman yang akan ditimbulkan membawa dampak yang negatif atau positif bagi BNI Syariah Prima.

Mengingat karena hal ini sangat mendukung dalam pencapaian suatu tujuan yang telah ditentukan dan ditetapkan. Oleh karena itu, sumber daya manusia yang ada pada setiap karyawan merupakan faktor pendukung dalam merencanakan apa yang harus dikerjakan, tindakan apa yang harus dilakukan dan keputusan apa yang diambil untuk merealisasikan tujuan pada masa yang akan datang. Sehingga pada pemasaran produk simpanan tabungan syariah plus di BNI Syariah Prima lebih terarah pada sasaran dan dengan tujuan yang tepat pula.

Berdasarkan hal diatas, maka perumusan keadaan saat ini pada BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya dapat dikatakan sudah dilakukan dengan baik. Hal ini terbukti dengan adanya sumber daya manusia yang cukup membanggakan dengan melihat kebutuhan dan

keinginan para masyarakat, sehingga perkembangan terhadap tingkat kepercayaan para masyarakat terus bertambah dari waktu ke waktu.

c. Mengidentifikasi Segala Kemudahan dan Hambatan

Kekuatan dan kelemahan serta kemudahan dan hambatan perlu diidentifikasi untuk mengukur kemampuan organisasi dalam pencapaian tujuan. Oleh karena itu, perlu diketahui faktor-faktor yang lingkungan internal dan eksternal.

Berdasarkan teori dan data yang ada, BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya mengidentifikasi segala kelemahan dan hambatan melihat segala kemudahan dan hambatan, baik internal maupun eksternal, karena untuk mengetahui serta mengukur kemampuan para pengelola dalam menjalankan organisasi.

Pihak BNI Syariah Prima sendiri telah menentukan kemudahan dan hambatan yang dihadapi dalam proses pelaksanaan suatu perencanaan, sehingga dengan mudah BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya dapat mengantisipasinya dengan mudah dan dapat mengetahui perkiraan atau rencana yang akan dilaksanakan pada masa yang akan datang maupun saat ini.

Kemudahan bagi BNI Syariah Prima sangatlah menguntungkan bagi BNI Syariah Prima karena dengan kemudahan segala rencana dan tujuan dapat berkembang sesuai dengan kekuatan yang dimiliki. Kekuatan BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya adalah adanya tujuan yang

mulia, sumber daya manusia yang dimiliki oleh karyawan, tanggung jawab pada tugas masing-masing serta menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat maupun antara karyawan.

Selain dari itu, pengidentifikasian terhadap segala sesuatu yang akan terjadi pada proses pelaksanaan setiap kegiatan telah dilakukan dengan identifikasi segala kekuatan dan kelemahan serta kemudahan dan hambatan, baik internal maupun eksternal sebagai pengantisipasi terhadap perubahan dan pembenahan kegiatan yang telah ditetapkan pada saat perencanaan akan dirumuskan.

- d. Mengembangkan Rencana atau serangkaian tindakan untuk mencapai tujuan

Dalam hal ini, pihak BNI Syariah Prima menyusun perencanaan program jangka pendek dan jangka panjang sehingga dapat diketahui akan tindakan alternatif baru yang harus dilaksanakan untuk menggantikan perencanaan program yang tidak berjalan sebagaimana mestinya.

Sebuah organisasi tidak akan bisa dipisahkan dengan perencanaan, mengingat bahwa perencanaan merupakan salah satu fungsi manajemen yang semua ahli manajemen menyepakati tentang harus adanya fungsi ini.

Bahwasanya BNI Syariah Prima ini sebagai lembaga *profit sharing* dalam bidang pelayanan perbankan syariah dengan mengajak masyarakat untuk membangun kesejahteraan ekonomi dan melaksanakan prinsip perbankan syariah dalam kehidupan sehari-hari yang telah ditentukan

sebelumnya. sehingga hal ini sesuai dengan teori *pearce*, yaitu dalam kurun waktu satu tahun yang dinamakan jangka tahunan atau sasaran jangka pendek dan juga dalam kurun waktu beberapa tahun (kurun waktu lima tahun, merupakan periode normal) yang dinamakan sasaran jangka panjang.

Berdasarkan hal diatas, BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya menyatakan bahwa BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya telah melaksanakan pengembangan terhadap rencana dalam mengantisipasi terhadap program kegiatan yang telah direncanakan sebelumnya tidak berjalan dengan baik, sehingga dapat digantikan dengan meningkatkan pelaksanaan program jangka panjang dan program jangka pendeknya.



BAB VI

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Setelah menyajikan dan menganalisa data sesuai dengan fokus penelitian, peneliti dapat menarik kesimpulan tentang bagaimana proses perencanaan pemasaran dalam pengembangan produk simpanan tabungan syariah plus pada BNI Syariah Cabang Darmo Surabaya.

Dalam proses perencanaan pemasaran dalam pengembangan produk simpanan tabungan syariah plus, BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya telah menetapkan tahap dasar perencanaan, yaitu:

1. Menetapkan tujuan yang tertanam pada visi dan misi BNI Syariah Prima Cabang Darmo Surabaya serta menentukan sasarannya dengan strategi-digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id strategi, baik promosi melalui iklan maupun melalui media lainnya.
2. Dalam merumuskan keadaan saat ini untuk mengantisipasi keadaan saat ini maupun yang akan datang dalam menghadapi persaingan dengan bank syariah maupun bank konvensional.
3. Mengidentifikasi segala kekuatan dan kelemahan serta kemudahan dan hambatan, baik internal maupun eksternal dalam pelaksanaan kegiatan khususnya pada pengembangan produk simpanan tabungan syariah plus dan terhadap seluruh produk yang ada pada umumnya.

4. Mengembangkan rencana sebagai alternatif pengantisipasi terhadap perubahan dan pembenahan kegiatan yang telah ditetapkan pada saat perencanaan akan dirumuskan.

B. REKOMENDASI

Melalui penulisan karya ilmiah ini ada beberapa saran yang ingin penulis kemukakan, antara lain:

1. Hendaknya setiap perencanaan produk yang dilakukan oleh BNI Syariah Prima lebih meningkatkan kemampuan kemanejerialnya bila perlu merencanakan segala aktivitas dalam bidang kerohanian baik bagi pihak BNI Syariah Prima maupun dengan masyarakat.
2. Untuk melaksanakan kegiatan perusahaan (khususnya yang berkaitan dengan perencanaan pemasaran produk) agar dapat mencapai perencanaan yang optimal, maka hendaknya perencanaan yang telah dibuat dilaksanakan dengan lebih baik lagi.
3. Hendaknya BNI Syariah Prima lebih meningkatkan dalam mengidentifikasi kesempatan dan kekuatan untuk menjaga kemungkinan ancaman dan kelemahan yang akan dihadapi pada masa kini dan saat akan datang.

Dengan mengucapkan syukur al-Hamdulillah kehadiran Ilahi Robbi, atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat

menyelesaikan skripsi ini. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak khususnya bagi peneliti

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Oleh sebab itu demi kesempurnaan skripsi ini, penulis menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun.

Akhir kata penulis berharap semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan balasan yang setimpal bagi semua pihak atas bantuannya dalam menyelesaikan skripsi ini.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Ali, M. Sayuthi. 2002. *Metodologi Penelitian Agama*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Alma, Buchari. 1992. *Manajemen dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.

Angipora, Marius P. 1999. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Arifin, Zainul. 2002. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta: AlvaBet.

Asri, Marwan. 1991. *Marketing*, Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN.

Bachtiar, Wardi. 1992. *Metodologi Penelitian Ilmiah*, Jakarta: Logos.

BNI Syariah, Milad Ke-5 BNI Syariah - *Hadirkan Perbankan Syariah Dengan Layanan Multi-Channel*, dalam. <http://www.bnisyariah.tripod.com/profil>. diakses pada tanggal 9 Juli 2006.

Gatra, Milad BNI ke-6 BNI Syariah: *Memperkuat Infrastruktur Dalam Rangka Percepatan Bisnis*.

Hadi, Sutrisno. 1993. *Metodologi Research*, Yogyakarta: Andi Offset.

Handoko, T. Hani. 1999. *Manajemen*, Yogyakarta: BPFE.

Harahap, Sofyan Syafri. 1996. *Manajemen Kontemporer*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Yogyakarta: BPFE.

Kadarman, Am. 1996. Yusuf Udaya, *Pengantar Ilmu Manajemen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Kementerian Urusan Agama Islam Kerajaan Saudi Arabia. t.t. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*.

Komaruddin. 1994. *Ensiklopeida Manajemen*, Jakarta: Bumi Aksara.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Kompas, *Bank Syariah Mulai Kelebihan Muatan*, dalam <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0402/26/Perbankan/878892.htm>.
diakses pada tanggal 9 Juli 2006.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Kotler, Philip. 1994. *Marketing*, Jakarta: Erlangga.

_____. 1997. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Prenhallindo

Kotler, Phylip dan Gary Armstrong. 1995. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta: Intermedia.

Lonyers, Diana. 1994. *Perencanaan Sosial di Dunia Ketiga*, Yogyakarta: UGM Anggota IKAPI.

Manullang. 2002. *Dasar-Dasar Manajemen*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Martoyo, Susilo. 1988. *Pengetahuan Dasar Manajemen dan Kepemimpinan*, Yogyakarta: BPFE.

Moleong, Lexy J. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya.

Muhajir, Noeng. 1996. *Metode Kualitatif*, Yogyakarta: Rakersaradin.

Nasir, Moch. 1998. *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Panglaykim dan J. Pangestu. 1991. *Manajemen Suatu Pengantar*, Jakarta: Ghalia Indonesia.

Rakmat, Jalaluddin. 1995. *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Republika, BNI Syariah Prima "*Semua Demi Kenyamanan Nasabah*" Senin, 14 Maret 2005, dalam http://www.republika.co.id/koran_detail.asp. diakses pada tanggal 9 Juli 2006.

BNI Syariah, Simpanan Tabungan Syariah, dalam. http://www.bni.co.id/produklayan/p_syariah.asp.

Subagyo, Joko. 1998. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: Ghalia Indonesia.

Sukarna. 1992. *Dasar-Dasar Manajemen*, Bandung: Mandar Maju.

Sumitro, Warkum. 1996. *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait (BMUI & TAKAFUL) di Indonesia*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Sutojo, Siswanto. 1998. *Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Dharma AKsara Perkasa.

Swasta, Basa dan T. Hani Handoko. 2004. *Manajemen Pemasaran, Analisa: Perilaku Konsumen*, Yogyakarta, BPFQ.

Syamsi, Ibnu. 1983 *Pokok-Pokok Organisasi dan Manajemen*, Yogyakarta, PT. Rineka Cipta.

Terry, George. R. dan Rue, L. W. 1997. *Dasar-Dasar Manajemen*, Jakarta: Bumi Aksara.

_____, 1993. *Prinsip-Prinsip Manajemen*, Jakarta: Bumi Aksara.

Wijaya, A. W. 1987. *Perencanaan Sebagai Fungsi Manajemen*, Jakarta: PT. BIna Aksara.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id