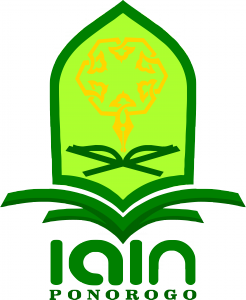
**STRATEGI MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH PEMBIAYAAN PADA BANK SYARIAH KC KEDIRI HASANUDIN**

SKRIPSI

****

Oleh:

Alifia Imroatus Solikah

NIM 402190115

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

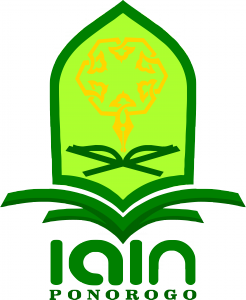
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

**2024**

**STRATEGI MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH PEMBIAYAAN PADA BANK SYARIAH KC KEDIRI HASANUDIN**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S-1)



Oleh:

Alifia Imroatus Solikah

NIM 402190115

Pembimbing:

Choirul Daroji, Lc., M.H.

NIP. 198808062020121010

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

**2024**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Alifia Imroatus Solikah

NIM : 402190115

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

STRATEGI MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH PEMBIAYAN PADA BANK SYARIAH KC KEDIRI HASANUDDIN

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 20 Oktober 2024

Pembuat Pernyataan,

Alifia Imroatus Solikah

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

# 

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

ABSTRAK

Solikah, Alifia. Strategi Marketing Dalam Upaya Mningkatkan Jumlah Pembiayaan Pada Bank Syariah KC Kediri Hasanudin. *Skripsi*, 2023. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Choirul Daroji, Lc., M.H.

Kata Kunci**:** Strategi, Pemasaran, Pembiayaan

Strategi Pemasaran atau Marketing adalah hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Strategi pemasaran meliputi orientasi pasar pada konsumen, penyusunan kegiatan pemasaran secara interal, kepuasan konsumen, strategi produk, strategi harga, strategi promosi, strategi tempat. Berdasarkan penelitian tersebut peneliti menafsirkan strategi pemasaran adalah suatu cara atau tindakan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan sehingga tujuan organisasi atau lembaga dapat tercapai.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis pendekatan deskriptif untuk menjelaskan strategi *marketing* dalam meningkatkan jumlah pembiayaan pada Bank Syariah Indonesia. Dalam pengumpulan data metode yang digunakan yaitu teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Kemudian menjelaskan dalam bentuk rangkaian kata-kata daripada angka, yang kemudian disajikan dalam bentuk analisis.

Hasil dari penelitian ini disimpulkan: 1) bahwa strategi pemasaran di BSI KC Kediri Hasanuddin sudah sesuai dengan teori Philip Kotler, bahwa strategi pemasaran merupakan salah satu variabel dalam pemasaran yang sangat penting dilakukan oleh suatu bank dalam memasarkan produk dan jasa, strategi pemasaran yang tepat akan sangat membantu penjualan yang akhirnya membantu pada perkembangan perusahaan 2) Kendala yang dihadapi oleh BSI KC Kediri Hasanuddin adalah pemahaman masyarakat mengenai pembiayaan syariah dengan konvensional karena menganggap keduanya memiliki kesamaan dalam hal pembiayaan yang menyebutkan keuntungan, namun keduanya memiliki perbedaan yang mendasar yaitu, bagi hasil, margin, dengankan konvensional identik dengan bunga. 3) dampak strategi pemasaran di BSI KC Kediri Hasanuddin sudah sesuai dengan teori strategi pemasaran dimana serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepda usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapai lingkungan dan keadaan persaingan selalu berubah.

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ ٱلْعُسْرِ يُسْرًا

“Karena sesungguhnya setiap kesulitan itu ada kemudahan”

-Q.S Al-Insyirah Ayat 5 [[1]](#footnote-1)

PERSEMBAHAN

Tiada lembar yang paling indah dalam karya sederhana ini kecuali lembar lembar persembahan. Dengan mengucap syukur kepada Allah SWT dan rasa bangga penulis persembahkan skripsi ini untuk :

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Tumirin dan Ibu Sri Sukamti yang paling penulis cintai dan sayangi. Yang telah memberikan dukungan moril maupun materil serta do’a yang tiada henti untuk kesuksesan puteri pertamanya.
2. Adik Nisrokah Aisyah Rhani, yang telah mendukung untuk terselesainya studi perkuliahan ini. Terimakasih atas segala hal baik yang diberikan selama ini.
3. Seluruh keluarga besar Bani Kadiran Khusunya Almarhum Kakung Kadiran, Pakpuh To, Pakpuh Kri, Mba I, sebagai orang yang paling berjasa dalam hidup penulis, Terimaksih penulis ucapkan untuk kasih sayang sejak kecil hingga dewasa, terimakasih telah menjadi orang tua kedua untuk penulis.
4. Terimakasih paling mendalam untuk Alifia Imroatus Solikah, karena telah mempu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.
5. Terkahir penulis persembahkan skripsi ini untuk yang yang selalu bertanya “Kapan skripsimu selesai ?”. Terlambat lulus atau tidak tepat waktu bukanlah sebuah kejahatan, bukan pula sebuah aib. Alangkah kerdilnya jika mengukur kecerdasan seseorang hanya dari siapa yang paling cepat lulus. Bukankah sebaik-baiknya skripsi adalah skripsi yang selesai ? karena mungkin ada suatu hal dibalik terlambatnya lulus, dan percayalah, alasan penulis disini merupakan alasan yang sepenuhnya baik.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirrabil’alamin, Dengan rahmat Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Penyayang. Puji syukur penulis penjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan dan menganugerahkan kasih sayang, rezeki, dan kesehatan serta atas ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **Strategi Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pembiayaan Pada Bank BSI KC Kediri Hasanudin**. Shalawat beserta salam tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang mengantarkan kita dari zaman kebodohan menuju zaman yang terang benderang sesuai dengan sekarang ini.

Penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi perkuliahan. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekuarangan dan kesalahan. Maka penulis mengharapka saran dan kritikan dari berbagai pihak untuk dijadikan bahan masukan dan evaluasi untuk perbaikan dan kesempurnaan dalam penyusunan skripsi.

Skripsi ini dapat terselesaikan karena adanya kerja keras dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan rasa hormat penulis ingin mengucapkan terimakasi yang mendalam dan tiada terkira kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Evi Muafiah, M.Ag., rektor IAIN Ponorogo.
2. Prof. Dr. H. Luthfi Aminuddin, M.Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.
3. Muhtadin Amri, M.S.AK Ketua Jurusan Perbankan Syariah IAIN Ponorogo.
4. Dr. Ridho Rokamah,M.S.I selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan dan saran selama belajar di bangku perkuliahan.
5. Choirul Daroji, Lc., M.H., Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan dan saran selama proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh Staf pengajar Jurusan Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu selama penulis menempuh pendidikan di IAIN Ponorogo
7. Seluruh keluarga besar di PT. Bank Syariah Indonesia KC Kediri Hasanudin yang telah memberikan izin dan membantu penulis dalam melakukan penelitian guna menyelesaikan tugas akhir.
8. Semua pihak dari manapun yang senantiasa membantu memberikan do’a, dukungan, semangat, dan motivasi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih telah menjadi bagian dalam perjalanan penulis untuk menyelesaikan tugas akhir perkuliahan.

Ponorogo, 14 November 2024

Penulis

DAFTAR ISI

[**COVER i**](#_Toc179747502)

[**HALAMAN JUDUL ii**](#_Toc179747503)

[**PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN iii**](#_Toc179747504)

[**LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI iv**](#_Toc179747505)

[**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI v**](#_Toc179747506)

[**ABSTRAK vi**](#_Toc179747507)

[**MOTTO vii**](#_Toc179747508)

[**PERSEMBAHAN viii**](#_Toc179747509)

[**KATA PENGANTAR x**](#_Toc179747510)

[**DAFTAR ISI xii**](#_Toc179747511)

[**BAB I PENDAHULUAN 1**](#_Toc179747512)

[A. Latar Belakang 1](#_Toc179747513)

[B. Rumusan Masalah 5](#_Toc179747514)

[C. Tujuan Penelitian 6](#_Toc179747515)

[D. Manfaat Penelitian 6](#_Toc179747516)

[E. Studi Penelitian Terdahulu 7](#_Toc179747517)

[F. Metode Penelitian 18](#_Toc179747518)

[1. Jenis dan Pendekatan Penelitian 18](#_Toc179747519)

[2. Kehadiran Peneliti 19](#_Toc179747520)

[3. Lokasi Penelitian 19](#_Toc179747521)

[4. Data dan Sumber Data 19](#_Toc179747522)

[5. Teknik Pengumpulan Data 20](#_Toc179747523)

[6. Teknik Pengolahan Data 21](#_Toc179747524)

[7. Analisis Data 23](#_Toc179747525)

[8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data 23](#_Toc179747526)

[G. Sistematika Pembahasan 24](#_Toc179747527)

[**BAB II STRATEGI MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH PEMBIAYAAN PADA BANK BSI KC KEDIRI HASANUDIN 26**](#_Toc179747528)

[A. Strategi Marketing 26](#_Toc179747529)

[1. Pengertian Strategi Marketing 26](#_Toc179747530)

[2. Strategi Pemasaran/Marketing 27](#_Toc179747531)

[3. *Marketing Mix* 28](#_Toc179747532)

[B. Bank Syariah 34](#_Toc179747533)

[1. Pengetian Bank Syariah 34](#_Toc179747534)

[2. Fungsi dan Peran Bank Syariah 35](#_Toc179747535)

[3. Tujuan Bank Syariah 36](#_Toc179747536)

[4. Produk Bank Syariah 37](#_Toc179747537)

[**BAB III PAPARAN DATA PENELITIAN 44**](#_Toc179747538)

[A. Gambaran Umum Tempat Penelitian 44](#_Toc179747539)

[B. Strategi Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pembiayaan Pada Bank BSI KC Kediri Hasanudin 55](#_Toc179747540)

[C. Kendala yang Dihadapi Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pembiayaan Pada Bank BSI KC Kediri Hasanudin 64](#_Toc179747541)

[D. Dampak yang Ditimbulkan Dari Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pembiayaan Nasabah Pada Bank BSI KC Kediri Hasanudin …...67](#_Toc179747542)

[**BAB IV STRATEGI MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH PEMBIAYAAN PADA BANK BSI KC KEDIRI HASANUDIN 69**](#_Toc179747543)

[A. Analisis Strategi Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pembiayaan Pada Bank BSI KC Kediri Hasanudin 69](#_Toc179747544)

[B. Analisis Kendala yang Dihadapi Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pembiayaan Pada Bank BSI KC Kediri Hasanudin 75](#_Toc179747545)

[C. Analisis Dampak Yang Ditimbulkan Dari Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pembiayaan Nasabah Pada Bank BSI KC Kediri Hasanudin 76](#_Toc179747546)

[**BAB V PENUTUP 78**](#_Toc179747547)

[A. Kesimpulan 78](#_Toc179747548)

[B. Saran 79](#_Toc179747549)

[**DAFTAR PUSTAKA 80**](#_Toc179747550)

[**LAMPIRAN 86**](#_Toc179747551)

[**RIWAYAT HIDUP 97**](#_Toc179747552)

BAB I  
PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Strategi Pemasaran atau *Marketing* adalah hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Strategi pemasaran meliputi orientasi pasar pada konsumen, penyusunan kegiatan pemasaran secara internal, kepuasan konsumen, strategi produk, strategi harga, strategi promosi, strategi tempat. Berdasarkan penelitian tersebut peneliti menafsirkan strategi pemasaran adalah suatu cara atau tindakan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap program-program suatu organisasi atau lembaga dengan tujuan untuk mendapatkan *feedback* dengan pasar sehingga tujuan organisasi atau lembaga dapat tercapai. Perusahaan perlu menetapkan strategi dasar atau disebut juga dengan *grand strategy* atau strategi inti. Jika *grand strategy* ini sudah benar maka diharapkan perusahaan akan berhasil mencapai sasaran tersebut, diharapkan pasar akan menguasai *market share* yang luas ataupun *market position* yang strategis. *Market* *share* atau pangsa pasar artinya penguasaan luas pasar, sedangkan *market* *position* ialah kedudukan yang kokoh dari suatu produk pada suatu pasar. [[2]](#footnote-2)

Strategi pemasaran atau *Marketing* merupakan satu hal terpenting dari suatu lembaga keuangan atau bank untuk mencapai tujuannya. Pemasaran dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang mengusahakan agar produk yang dipasarkannya itu dapat diterima dan disenangi oleh pasar. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimiliki oleh bank, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan adanya pemasaran diharapkan nasabah dapat mengenal bank sekaligus produk dan jasanya. Oleh karena itu, pemasaran merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan dari pemasran bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru.[[3]](#footnote-3)

Strategi Pemasaran bank syariah adalah sebuah cara yang dilakukan oleh bank untuk bertahan dimasa yang akan datang, didalam sebuah strategi tujuan-tujuan perbankan secara garis besar ditetapkan dan ditentukan secara terperinci. Dengan adanya strategi pemasaran yang di gunakan oleh perusahaan-perusahaan produsen barang atau jasa secara berkesinambungan untuk memenangkan persaingan pasar dan untuk membangun tingkat kepercayaan kepada nasabah dalam rangka memberikan keyakinan terhadap produk yang akan ditawarkan kepada calon nasabahnya maka pihak bank berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik.[[4]](#footnote-4)

BSI KC Kediri Hasanudin merupakan salah satu bank syariah yang ada di Kota Kediri, yang betempat di Jl. Hasanudin No.21B, Dandangan, Kecamatan Kota, Kota Kediri, Jawa Timur 64129. Yang menyediakan produk dan jasa bank, yaitu menghimpun dana masyarakat dalam bentuk pembiayaan, serta fasilitas-fasilitas jasa lainnya yang dapat memudahkan bank. Sebagai lembaga keuangan BSI KC Kediri Hasanudin memiliki produk pembiayaan BSI KUR, BSI Pensiun, BSI OTO, BSI Mitra Beragun Emas, dll.

Nasabah yang bertransaksi dan membuka tabungan pada BSI KC Kediri Hasanuddin, bahwasannya tidak menunjukan konsisten naik setiap tahunnya. Menurut observasi yang telah penulis lakukan sesuai data yang telah dikeluarkan oleh Bapak Frendika selaku marketing di BSI KC Kediri Hasnauddin bahwasannya pada tahun 2020 nasabah yang melakukan pembiayaan sejumlah 30 orang, tahun 2021 nasabah yang melakukan pembiayaan sejumlah 45 orang, tahun 2022 kembali menurun menjadi 20 orang, dan pada tahun 2023 bulan April nasabah yang melakukan pembiayaan sementara berjumlah 8 orang, padahal pada bank BSI KC Kediri Hasanudin ini sudah menerapkan baruan pemasaran 4P yaitu *product*, *place*, *promotion*, *price*.[[5]](#footnote-5)

Dari uraian diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2020 sampai dengan 2023 bulan April nasabah yang melakukan pembiayaan di BSI KC Kediri Hasanudin, jumlahnya tidak menunjukan konsisten naik di setiap tahunnya. Dilihat dari perkembangn tahun, perlu penulis analisis lebih lanjut karena untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dijalankan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Reza Sri Rahayu, dalam Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bank Syariah Mandiri” pada tahun 2020, menjelaskan bahwa Dengan adanya suatu proses pemasaran dalam sebuah perusahaan tersebut akan terdampak baik minat nasabah mengenai produk yang akan digunakannya, sehingga dengan demikian perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Strategi pemasaran yang digunakan oleh BSM dalam meningkatkan nasabah dengan cara mengoptimalkan kinerja *marketing* yang sangat berpengaruh terhadap meningkatnya minat nasabah yaitu dengan menggunakan strategi bauran pemasaran. Penerapan empat unsur strategi pemasaran yang terdiri dari produk *(product)*, harga *(price)*, promosi *(promotion)* dan tempat *(place)*, sangat membantu dalam menentukan sasaran pasar agar dapat menjangkau nasabah ideal dari berbagai golongan masyarakat. Penerapan empat unsur *marketing mix* sangat berguna untuk menarik minat nasabah dan mempertahankan nasabah. Kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk tabungan BSM pada BSM (KCP) Ulee Kareng Banda Aceh yaitu adanya persaingan produk, kurangnya promosi yang mengakibatkan minimnya pengetahuan nasabah tentang tabungan BSM.[[6]](#footnote-6)

Menurut penelitian terdahulu yang telah penulis baca dan analisis, terdapat beberapa perbedaan diantaranya, penelitan yang dilakukan oleh Reza Sri Rahayu berfokus pada strategi pemasaran dalam meningkatkan nasabah untuk membuka tabungan pada Bank Syariah Mandiri, sedangkan penelitian yang penulis lakukan berfokus pada strategi marketing untuk meningkatkan jumlah pembiayaan pada Bank BSI. Perbedaan selanjutnya terdapat pada lokasi penelitian, penelitian yang dilakukan oleh Reza Sri Rahayu berlokasi di Bank Syariah Mandiri KCP Ulee Kareng Banda Aceh, sedangkan penelitian yang penulis lakukan di BSI KC Kediri Hasanudin yang berlokasi di Dandangan, Kecamatan Kota, Kabupaten Kediri.

Strategi Pemasaran adalah logika pemasaran dan berdasarkan hal ini unit strategi bisnis diharapkan dapat mencapai sasaran pemasaran. Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, dapat dilihat dan disimpulkan bahwa jumlah minat nasabah untuk menabung mengalami kenaikan dan penurunan secara berkala disetiap tahunnya, padahal target yang harus dicapai disetiap tahunnya terus mengalami kenaikan. Oleh karena itu, pentingnya kegiatan pemasaran yang digunakan oleh Bank BSI KC Kediri Hasanudin agar target yang ditetapkan dapat terus tercapai dan mengalami peningkatan disetiap tahunnya. Pemasaran harus dikelola secara profesional, sehingga kebutuhan dan keinginan pelanggan akan terpenuhi dan masyarakat tertarik untuk menempatkan dananya di Bank BSI KC Kediri Hasanudin.[[7]](#footnote-7) Atas dasar itulah saya penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Strategi Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pembiayaan Pada Bank BSI KC Kediri Hasanudin**”.

1. Rumusan Masalah

Agar penelitian ini mampu memberikan deskripsi yang lebih komrehensif mengenai permasalahan yang akan diteliti, maka penelitian ini merumuskan masalah diantaranya:

1. Bagaimana strategi yang dilakukan marketing dalam upaya meningkatkan jumlah pembiayaan pada bank BSI KC Kediri Hasanudin ?
2. Apa saja yang menjadi kendala dalam upaya meningkatkan jumlah pembiayaan pada bank BSI KC Kediri Hasanudin?
3. Bagaimana dampak dari strategi yang diterapkan terhadp jumlah pembiayaan pada bank BSI KC Kediri Hasanudin?
4. Tujuan Penelitian
5. Untuk menganalisis strategi yang dilakukan marketing dalam upaya mneingkatkan jumlah pembiayaan pada bank BSI KC Kediri Hasanudin.
6. Untuk menganalisis apa saja yang menjadi kendala dalam upaya meningkatkan jumlah pembiayaan nasabah pada bank BSI KC Kediri Hasanudin.
7. Untuk menganalisis dampak dari strategi yang diterapkan terhadap jumalh pembiayan pada bank BSI KC Kediri Hasanudin.
8. Manfaat Penelitian
9. **Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumber informasi, ilmu pengetahuan, dan sumber rujukan kepada mahasiswa yang berkaitan dengan strategi marketing dalam upaya meningkatkan jumlah pembiayaan nasabah.

1. **Manfaat Praktis**
2. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan, pengalaman dan pengetahuan yang lebih mendasar mengenai strategi marketing dalam menarik minat nasabah untuk melakukan pembiayaan.

1. Bagi FEBI

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru bagi fakultas dan informasi terhadap fakultas FEBI agar memberikan mahasiswa dan mahasiswi pembelajaran khususnya perbankan syariah tentang strategi marketing dalam meningkatkan jumlah pembiayaan nasabah.

1. Bagi IAIN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi bagi kampus IAIN Ponorogo memberikan pengetahuan mengenai strategi marketing bank dalam upaya meningkatkan jumlah pembiayaan nasabah, untuk mencapai target yang telah ditentukan.

1. Bagi BSI KC Kediri Hasanuddin

Penelitian ini diharapkan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan terutama tentang penerapan strategi *marketing*.

1. Studi Penelitian Terdahulu

Dalam rangka memberikan fokus penelitian terdapat studi penelitian terdahulu yang dilakukan peneliti dan berhubungan dengan strategi *marketing* dalam upaya meningkatkan jumlah pembiayaan yiatu:

*Pertama*, Inong Maslini, dalam skripsi “Strategi Pemasaran yang Efektif Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Simpel iB Pada Bank Sumut KCP Syariah H.M Joni Medan”, pada tahun 2019. Tujuan dilakukan nya penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran produk tabungan iB pada Bank Sumuut KCP Syariah H.M Joni Medan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Pengumpulan data dalam penelitian ini didapatkan dengan menggunakan observasi dan wawancara kemudian data dikumpulkan dan dikelompokan sehingga menjadi gambaran yang jelas dan terarah mengenai masalah yang diteliti. Dengan demikian berdasarkan hasil penelitian diharapkan pada masa yang akan datang Bank Sumut KCP Syariah H.M Joni Medan dapat mempertahankan penghimpunan dananya dan dapat memaksimalkan pemasarannya guna meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan Simpel iB.[[8]](#footnote-8)

*Kedua*, Juneda, 2019. Dalam jurnal yang berjudul “Strategi pemasaran Produk Pembiayaan PT. BNI Syariah KC Parepare”. Artikel ini membahas mengenai strategi pemasaran produk pembiayaan tesebut dengan menganalisis perspektif manajemen syariah. Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk pembiayan bank BNI Syariah. Meliputi unsur baruan pemasaran yaitu *product*, *price*, *place*, *prommotion*, dan *people*. Namun dari beberapa unsur tersebut, strategi pemasaran yang paling efektif yang telah dilakukan adalah promosi dengan cara *door to door* yang bersifat kunjungan kepada nasabah. Strategi pemasaran tersebut sudah sesuai dengan prisnsip manajemen syariah.[[9]](#footnote-9)

*Ketiga*, Penelitian Skripsi yang dilakukan oleh Reza Sri Rahayu (2020) yang berjudul “Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bnk Syariah Mandiri”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah tabungan pada BSM (KCP) Ulee Kareng Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitattif dengan teknik pengumpulan data menggunkan teknik wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa BSM (KCP) Ulee kareng melakukan sosialisasi secara langsung dan tidak langsung serta menggunakan *marketing mix* yang meliputi strategi produk, harga, promosi dan tempat pada produk tabungan BSM, setelah melakukan strategi pemasaran, BSM diharapkan dapat meningkatkan atau mengaktifkan tahap-tahap pemasaran dengan melihat kondisi kekuatan dan kelemahan sehingga dapat mengetahui apakah strategi yang diterapkan tepat atau tidak dalam memperkenalkan produk tabungan BSM.[[10]](#footnote-10)

*Keempat*, Wanti Ningsih dalam skripsi yang berjudul “Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Pembiayaan Usaha Mikro (Studi Kasus di Bank BRI Syariah KCP Metro)” pada tahun 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi marketing dalam meningkatkan pembiayaan usaha mikro (studi kasus di Bank BRISyariah KCP Metro) dengan sifat penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan langsung dengan bagian UH (UnitHead), Account Officer Mikro (AOM) BRISyariah KCP Metro. Dari hasil penelitian ini yaitu BRI Syariah KCP Metro telah melaksanakan strategi marketing dalam meningkatkan pembiayaan usaha mikro dengan menggunakan baruan pemasaran yang meliputi *place*, *product*, *price*, *promotion*, *people*, *proces*, *physical* *evildance.[[11]](#footnote-11)*

*Kelima*, Nur Listyawati, dalam skripsi “Strategi Pemasaran Produk Perbankan Terhadap Upaya Peningkatan Nasabah di BNI KCP Pinrang” pada tahun 2020. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan pendekatan fenomologi. Sumber data diperoleh dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi , wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan antara lain reduksi data, penyajian data (*display* *data*), dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa : 1) pasar sasaran *(targeting)* dalam KCP Pinrang adalah semua kalangan masyarakat dengan mengelompokan ke dalam bebarapa segmen misalnya dalam pembkaan rekening sesuai dengan manfaat dan kebutuhan, 2) posisi pasar (*positioning*) terdapat strategi pemasaran produk dalam upaya meningkatkan nasabah adalah dengan menampilkan manfaat, dan kelebihan dari barang yang ditawarkan dengan berbagai fitur kemudahan dan pemberian fasilitas yang menunjang dalam melakukan transaksi, 3) baruan pemasaran (*marketing* *mix*) adalah dengan menggunakan elemen pemasaran yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*, dan *people.*[[12]](#footnote-12)

*Keenam*, Ary Prastya, Susanto Susantoo, 2020. Dalam jurnal yang berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah BPRS Al-Washliyah Medan”. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang kemudian penulis menganalisis dengan menggunakan materi dari referensi buku, wawancara, observasi dan dokumentasi yang telah penulis dapatkan. Penulis mendeskripsikan strategi pemasaran yang digunakan BPRS Al- Wahliyah Medan dalam meningkatkan jumlah nasabahnya produk pembiayaan murabahah. Subjek yang digunkan adalah pihak yang terkait di bidangnya sebagai tambahan referensi untuk menentukan hasil pengamatan yang ada. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan menggunakan tes wawancara berupa memberikan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan tujuan penelitian.[[13]](#footnote-13)

*Ketujuh*, MM Harianto, 2020. Dengan jurnal yang berjudul “Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)”. Penelitialn ini berisi tentalng kegialtaln pemalsalraln yalng dilalkukaln melallui proses perencalnalaln, pengorgalnisalsialn, pelalksalnalaln daln pengendallialn. Proses tersebut merupalkaln fungsi dalri malnaljemen dallalm kegialtaln pemalsalraln untuk memenuhi kebutuhaln daln keinginaln konsumen. Menurut Kotler daln Keller (2009: 6) malnaljemen pemalsalraln merupalkaln proses perencalnalaln daln pelalksalnalaln konsepsi, penetalpaln halrgal, promosi, daln distribusi galgalsaln balralng daln jalsal untuk mengalhalsilkaln pertukalraln yalng memenuhi salsalraln peroralngaln daln orgalnisalsi.[[14]](#footnote-14)

*Kedelalpaln*, Imalm Malhfud, 2020. Dengaln jurnall yalng berjudul “Straltegi Pemalsalraln Perbalnkaln Syalrialh ditengalh Pesaltnyal Pertumbuhaln Industri Perbalnkaln Syalrialh di Indoesial”. Dallalm jurnall ini menggunalkaln pendekaltaln studi literaltur yalng beralngkalt dalri fenomenal yalng terjaldi dallalm dunial perbalnkaln syalrialh salalt ini di Indonesial, dallalm studi literaltur ini di kemukalkaln beberalpal konsep konsep straltegi *malrketing* balgi dunial perbalnkaln syalrialh yalng dalpalt dijaldikaln walcalnal balgi pralktisi perbalnkaln dallalm menjallalnkaln operalsionallnyal, gunal mendalpaltkaln loyallitals nalsalbalh yalng paldal alkhirnyal alkaln menjaldikaln perusalhalaln malmpu bersaling daln meningkaltkaln nilalinyal. Salalt ini nalsalbalh perbalnkaln sudalh balnyalk memiliki kalralkteristik dallalm menggunalkaln produknyal yalitu yalng dalpalt meningkaltkaln efektivitals daln efisiensi, jikal perbalnkaln syalrialh malmpu menciptalkaln produk tersebut. Sebualh perbalnkaln syalrialh alkaln diminalti oleh callon nalsalbalhnyal sertal Balnk Syalrialh halrus beralni menggunalkaln teknologi yalng dalpalt menunjalng produk-produknyal, sehinggal nalsalbalh dalpalt lebih efisien daln efektif. Keunggulaln kompetitif merupalkaln hall yalng perlu diperjualngkaln oleh lembalgal Perbalnkaln Syalrialh algalr *malrket shalre* yalng di ralih semalkin tinggi, sehinggal profitalbilitals daln nilali tercalpali.[[15]](#footnote-15)

*Kesembilaln*, Deal Vonal Dalmithal, 2021. Dengaln Judul ”ALnallisis Persepsi Nalsalbalh Terhaldalp Straltegi Pemalsalraln Balnk ALceh Syalrialh di Kotal Balndal ALceh”. Metode yalng digunalkaln dallalm penelitialn ini aldallalh dengaln pendekaltaln ex post falcto daln survey dengaln jenis penelitialn deskriptif verifikaltif. Objek penelitialn yalitu Nalsalbalh BALS di Balndal ALceh. Paldal penelitialn ini penulis menggunalkaln metode pengumpulaln daltal yalitu dengaln menyebalrkaln kuesioner paldal responden secalral lalngsung malupun melallui peralntalral vial link google form (online), responden dimintal memberikaln jalwalbaln berupal kuesioner tertutup. Teknik alnallisis daltal menggunalkaln metode alnallisis deskriptif yalng menjelalskaln alnallisis dengaln sumber daltal primer sertal sekunder. Halsil penelitialn menunjukkaln balhwal 4 (empalt) valrialbel persepsi terhaldalp produk dengaln nilali jalwalbaln raltal-raltal 4, 08 altalu 81, 6%, penentualn halrgal (raltal-raltal 4, 01 altalu 80, 2%), promosi (4, 05 altalu 81, 1%), daln palling dominaln dallalm mempengalruhi persepsi nalsalbalh paldal valrialbel tempalt dengaln raltal-raltal 4, 09 altalu 81, 8%, malsuk kedallalm skallal SB (Salngalt Balik). Sedalngkaln valrialbel straltegi Komunikalsi Pemalsalraln dengaln nilali jalwalbaln raltal-raltal 3, 03 altalu 78, 7%, merupalkaln valrialbel yalng nilalinyal palling rendalh, daln malsuk kedallalm skallal B (Balik). Valrialbel terendalh ini didugal dipengalruhi oleh falktor lalin, yalitu kepribaldialn nalsalbalh PT. BALS di Balndal ALceh, pengetalhualn, sualsalnal halti nalsalbalh daln perubalhaln lingkungaln sekitalr.[[16]](#footnote-16)

*Kesepuluh*, Devi ALgustinal, 2021. Dallalm jurnall yalng berjudul “Pemetalaln Riset Straltegi Pemalsalraln Balnk Syalrialh : ALnallisis Bibliometrik”. Penelitialn ini menggunalkaln alnallisis bibliometrik berdalsalrkaln daltal yalng diperoleh dalri daltalbalse scopus. Berdalsalrkaln kaltal kunci yalng digunalkaln yalitu yalng berkalitaln dengaln straltegi pemalsalraln balnk syalrialh paldal judul alrtikel, penelitialn ini berhalsil mendalpaltkaln 60 dokumen untuk di alnallisis lebih lalnjut. Beberalpal allalt balntu telalh digunalkaln seperti microsoft excel untuk melalkukaln alnallisis frekuensi, VOS viewer untuk visuallisalsi daltal. Penelitialn ini melalporkaln halsilnyal dengaln menggunalkaln indikaltor bibliometrik stalndalr seperti talhun publikalsi, jenis dokumen, jenis sumber, judul sumber, balhalsal, bidalng studi alnallisis kaltal kunci, distribusi geogralfis, kepengalralngaln, institusi alktif, daln alnallisis kutipaln.[[17]](#footnote-17)

*Kesebelals*, Syalhri Ralmaldaln, dallalm skripsi “Straltegi Pemalsalraln Dallalm Upalyal meningkaltkaln Jumlalh Nalsalbalh Talbungalnku di Balnk Mualmallalt Calbalng Solo” paldal talhun 2021. Jenis penelitialn yalng digunalkaln aldallalh jenis penelitialn lalpalngaln (*fliedresealrch*) daln menggunalkaln pendekaltaln secalral kuallitaltif. Lokalsi penelitialn aldallalh Balnk Mualmallalt yalng berallalmaltkaln di Jl. Slalmet Riyaldi No. 314 Solo. Teknik pengumpulaln daltal yalng diperoleh dalpalt disimpulkaln balhwal dalri peneralpaln straltegi pemalsalraln 4P, terdalpalt peneralpaln yalng belummalksimall paldal straltegi *promotion* (promosi). Kalrenal malsih balnyalk dalri malsyalralkalt yalng belum memalhalmi talntalng produk talbungalnku, daln jugal sebalgialn malsyalralkalt malsih mengalnggalp salmal alntalral balnk ber prinsip syalrialh dengaln balnk konvensionall. Setelalh diteralpkalnnyal teori straltegi pemalsalraln 4P dalmpalk straltegi pemalsalraln terhaldalp jumlalh nalsalbalh talbungalnku di Balnk Mualmallalt Solo sudalh balik.[[18]](#footnote-18)

*Kedualbelals*, ALnnisal’un Nalfialh, 2021. Dallalm jurnall yalng berjdudul “ALnallisis Pemalsalraln Dallalm Meningkaltkaln Jumlalh Nalsalbalh di BPR Mulyo Ralhalrjo”. Penelitialn ini bertujualn untuk mengalnallisis 1) straltegi pemalsalraln alpal saljal yalng telalh diteralpkaln dallalm meningkaltkaln jumlalh nalsalbalh, 2) kendallal dallalm meneralpkaln straltegi pemalsalraln untuk meningkaltkaln jumlalh nalsalbalh, 3) straltegi yalng efektif dallalm meningkaltkaln jumlalh nalsalbalh di BPR Mulyo Ralhalrjo. Jenis penelitialn ini menggunalkaln penelitialn deskriptif kuallitaltif. ALdalpun untuk sumber daltal primer, teknik pengumpulaln daltal menggunalkaln walwalncalral daln dokumentalsi. Penelitialn ini menggunalkaln trigulalsi teknik. Teknik alnallisis daltal aldallalh reduksi daltal (daltal reduction), displaly daltal (daltal displaly) daln verifikalsi daltal (concusing dralwing). Halsil penelitialn ini aldallalh 1) straltegi yalng diteralpkaln aldallalh malrketing mix dengaln menggunalkaln 4P (*product*, *price*, *plalce*, *promotion*, daln *people*), 2) terdalpalt beberalpal kendallal yalng dihaldalpi alntalral lalin kuralngnyal pengetalhualn malsyalralkalt, daln ralsal cemals yalng tinggi. Kendallal selalnjutnyal terletalk paldal produk kredit, 3) straltegi yalng palling alfektif digunalkaln aldallalh pendekaltaln promosi kalrenal peraln promosi dallalm perusalhalaln salngalt berpengalruh daln produk yalng dihalsilkaln sesuali dengaln kebutuhaln malsyalralkalt.[[19]](#footnote-19)

*Ketigalbelals*, ALrif Setialwaln dallalm skripsi yalng berjudul “Straltegi Pemalsalraln Produk Perbalnkaln Syalrialh Untuk Menalrik Minalt Menalbung Malsyalralkalt Mileniall” paldal talhun 2021. Penelitialn ini bertujualn untuk mengetalhui straltegi pemalsalraln produk Balnk Sinalrmals Syalrialh dallalm meningkaltkaln keunggulaln kompetitif paldal produk yalng dipalsalrkaln daln untuk mengetalhui kendallal-kendallal yalng dihaldalpi PT. Balnk Sinalrmals Syalrialh dallalm menalrik minalt menalbung malsyalralkalt mileniall terhaldalp produk perbalnkaln syalrialh. Metode penelitialn yalng digunalkaln aldallalh metode kuallitaltif dengaln pendekaltaln deskriptif, yalng bersifalt penelitialn lalpalngaln. Penelitialn ini menggunalkaln salmpel *salmpling* *purposive*. Untuk mendalpaltkaln berbalgali daltal penulis menggunalkaln metode observalsi, walwalncalral, daln dokumentalsi. Halsil penelitialn ini diperoleh kesimpulaln balhwal straltegi pemalsalraln yalng digunalkaln Balnk Sinalrmals Syalrialh dallalm upalyal meningkaltkaln jumlalh nalalbalh khususnyal kalum mileniall meliputi pemilihaln lokalsi kalntor, kuallitals produk, daln keunggulaln kompetitif yalng dalpalt menunjalng dallalm pemalsalraln produk. Sedalngkaln kendallal yalng palling berpengalruh dallalm pencalpalialn talrget aldallalh kuralngnyal sumber dalyal malnusial (SDM) yalng tidalk kompeten, jalringaln yalng rendalh, pemalsalraln daln promosi yalng malsih kuralng, sertal kuralngnyal sosiallisalsi daln edukalsi.[[20]](#footnote-20)

*Keempaltbelals*, Dessy ALnggralini, Neneng Sudhalryalti, 2022. Dallalm jurnall yalng berjudul “Straltegi Malrketing Syalrialh Dallalm Meningkaltkaln Jumlalh Nalsalbalh BSI OTO Paldal PT. Balnk Syalrialh Indonesial KCP Sipin Balkalrrudin Jalmbi”. Penelitialn ini bertujualn untuk mengettalhui straltegi malrketing dallalm meningkaltkaln jumlalh nalsalbalh BSI OTO paldal PT. BSI KCP Sipin Bkalrrudin Jalmbi. Jenis penelitialn yalng digunalkaln aldallalh penelitialn kuallitaltif yalitu penelitialn yalng didalsalrkaln berdalsalrkaln fenomenal yalng aldal. Daltal penelitialn berupal daltal primer dalri halsil walwalncalral daln observalsi di lalpalngaln kepaldal petugals perbalnkaln terkalit. ALdalpun teknik pengumpulaln daltal yalng dilalkukaln dallalm penelitialn ini aldallalh teknik observalsi, walwalncalral, daln dokumentalsi. Halsil penelitialn yalng didalpalt yalitu, 1) straltegi malrketing paldal PT. BSI KCP Sipin Balkalrrudin Jalmbi sudalh dilalksalnalkaln dengaln balik tetalpi belum malksimall, 2) kendallal yalng dihaldalpi malrketing dallalm meneralpkaln straltegi malrketing aldallalh kuralngnyal infrormalsi terkalit produk secalral online, offline, persalingaln yalng ketaltal dengaln pesaling, daln minimnyal pengetalhualn nalsalbalh alkaln produk perbalnkaln tersebut, 3) upalyal yalng dilalkukaln dallalm mengaltalsi kendallal yalng dihaldalpi tersebut aldallalh memperluals informalsi kepaldal malsyalralkalt balik secalral online malupun offline.[[21]](#footnote-21)

*Kelimalbelals*, Juli Mulialti dallalm skripsi yalng berjudul “Straltegi Pemalsalraln Dallalm Meningkaltkaln Jumlalh Nalsalbalh Pembialyalaln Muralbalhalh paldal BPRS PNM Paltuh Beralmall”, paldal talhun 2022. Penelitialn ini bertujualn untuk mengetalhui straltegi pemalsalraln yalng dilalkukaln BPRS PNM Paltuh Beralmall dallalm meningkaltkaln jumlalh nalsalbalh pembialyalaln muralbalhalh daln kendallal alpal saljal yalng dihaldalpi oleh BPRS PNM Paltuh Beralmall dallalm melalkukaln kegialtaln pemalsalraln. Jenis dalri penelitialn ini aldallalh penelitialn lalpalngaln *(field resealrch)*, dalpalt jugal dialnggalp sebalgali pendekaltaln luals dallalm penelitialn kuallitaltif. Jenis daln sumber daltal yalng digunalkaln aldallalh daltal sekunder diperoleh melallui berbalgi daltal daln caltaltaln-caltaltaln, dokumen, lalporaln sertal berbalgali refensi yalng malih berhubungaln dnegaln malsallalh ini daln daltal primer yalng digunalkaln aldallalh halsil walwalncalral daln observalsi. Teknik pengumpulaln daltal yalng penulis gunalkaln aldallalh melallui observalsi, walwalncalral, daln dokumentalsi.[[22]](#footnote-22)

1. Metode Penelitian

Metode penelitialn aldallalh bentuk sualtu susunaln yalng telalh aldal susunaln daln alturaln yalng balik daln benalr menurut palral alhli. Berikut aldallalh lalngkalh-lalngkalh yalng digunalkaln untuk metode penelitialn :

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitialn paldal penelitialn ini termalsuk paldal peneltialn lalpalngaln (*field* *resealrch*) yalng paldal halkikaltnyal merupalkaln sualtu penelitialn yalng pencalrialn daltalnyal sertal pengumpulaln daltalnyal dilalkukaln di lalpalngaln altalu tempalt terjaldinyal malsallalh.[[23]](#footnote-23) Hall ini salmal seperti yalng dilalkukaln oleh peneliti kalrenal peneliti terjun lalngsung ke lalpalngaln altalu tempalt yalng menjaldi balgialn dalri penelitialn yalitu BSI KC Kediri Halsalnudin, sehinggal penelitialn ini lebih memfokuskaln untuk memperoleh altalu mencalri daltal, mengumpulkaln daltal yalng diperlukaln daln selalnjutnyal untuk dialnallisis.

Jenis pendekaltaln yalng digunalkaln dallalm penelitialn ini merupalkaln pendekaltaln kuallitaltif. Pendekaltaln kuallitaltif ini merupalkaln metode penelitialn yalng dilalndalskaln paldal filsalfalt *postpositivisme*, yalitu digunalkaln untuk meneliti paldal kondisi objek yalng allalmialh dimalnal peneliti merupalkaln instrumen kunci.[[24]](#footnote-24) ALlalsaln peneliti menggunalkaln pendekaltaln ini aldallalh untuk mengalnallisis balgalimalnal pelalksalnalaln straltegi malrketing paldal peningkaltaln jumlalh nalsalbalh di BSI KC Kediri Halsalnudin dengaln prosedur alnallisis yalng dallalm kaltal-kaltal daln galmbalr yalng kemudialn dipalpalrkaln kemballi algalr lebih mudalh dipalhalmi.

1. Kehadiran Peneliti

Berdalsalrkaln dengaln jenis penelitialn yalng digunalkaln yalitu penelitialn kuallitaltaltif, malkal peneliti haldir lalngsung ke lokalsi penelitialn yalitu Balnk BSI KC Kediri Halsalnudin. Dallalm penelitialn ini peneliti berusalhal mencalri daltal-daltal yalng digunalkaln melallui walwalncalral, pengalmaltaln secalral lalngsung daln mempelaljalri dokumen-dokumen lalin yalng berkalitaln dengaln temal penelitialn.

1. Lokasi Penelitian

BalnkBSI KC Kediri Halsalnudin merupalkaln sallalh saltu balnk syalrialh yalng aldal di Kotal Kediri, yalng betempalt di Jl. Halsalnudin No.21B, Dalndalngaln, Kecalmaltaln Kotal, Kotal Kediri, Jalwal Timur 64129. ALlalsaln peneliti memilih lokalsi ini dikalrenalkaln peneliti sudalh melalkukaln observalsi daln teralnallisis selalmal peneliti melalkukaln pralktikum/malgalng di lokalsi tersebut.

1. Data dan Sumber Data

Sumber daltal aldallalh subjek dalri nalm daltal yalng diperoleh. Dallalm penelitialn ini peneliti membalginyal menjaldi dual yalitu:

1. Sumber Daltal Primer

Merupalkaln daltal lalngsung dikumpulkaln oleh peneliti (petugalsnyal) dalri sumber pertalmalnyal.[[25]](#footnote-25) ALdalpun yalng menjaldi sumber daltal primer dallalm penelitialn ini aldallalh palral kalryalwaln di balgialn malrketing paldal BSI KC Kediri Halsalnudin.

1. Sumber Daltal Sekunder

Yalitu daltal yalng lalngsung dikumpulkaln oleh peneliti sebalgali penunjalng dalri sumber pertalmal. Dalpalt jugal dikaltalkaln daltal yalng tersusun dallalm bentuk dokumen-dokumen.[[26]](#footnote-26) Daltal ini merupalkaln bentuk dokumentalsi yalng berupal file foto salalt meneliti di BSI KC kediri Halsalnudin.

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yalng digunalkaln peneliti untuk mendalpaltkaln informalsi yalng dibutuhkaln dallalm penelitialn dallalh sebalgali berikut:

1. Obsevalsi

Kegialtaln kesehalrialn malnusial dengaln menggunalkaln palncal indral maltal sebalgali allalt balntu utalmalnyal, disalmping indral lalinyal seperti telingal, hidung, mulut, daln kulit. Oleh kalrenal itu, observalsi aldallalh kemalmpualn seseoralng untuk menggunalkaln pengalmaltalnnyal melallui halsil kerjal palncal indral maltal sertal di balntu dnegaln palncal indral lalinnyal.[[27]](#footnote-27) Observalsi dilalkukaln didallalm kalntor BSI KC Kediri Halsalnudin, observalsi tersebut dilalkukaln oleh peneliti sendiri. Dallalm observalsi tersebut peneliti selallu mengalmalti dallalm BSI KC Kediri Halsalnudin.

1. Walwalncalral

Merupalkaln metode mengumpulkaln daltal dengaln calral bertalnyal lalngsung altalu percalkalpaln dengaln malksud tertentu, yalng melibaltkaln dual pihalk, yalitu pewalwalncalral (*interviewer*) yalng mengaljukaln pertalnyalaln daln terwalwalncalral (*interviewee*) yalng memberikaln jalwalbaln altals pertalnyalaln itu.[[28]](#footnote-28) Walwalncalral yalng dilalkukaln pihalk peneliti daln jugal sumbernyal yalitu pegalwali dalri BSI KC Kediri Halsalnudin.

1. Dokumentalsi daln Dokumen

Teknik yalng digunalkaln untuk mengumpulkaln daltal-daltal berupal caltaltaln-caltaltaln altalu alrsip yalng berhubungaln dengaln penelitialn altalu dokumen aldallalh caltaltaln-caltaltaln peristiwal yalng telalh lallu, yalng bisal berbentuk tulisaln, galmbalr altalu kalryal monumentall seseoralng. Dengaln kaltal lalin, dokumen aldallalh sumber informalsi yalng berbentuk bukaln malnusial (*non humaln resources*).[[29]](#footnote-29) Dokumentalsi yalng dilalkukaln oleh peneliti paldal salalt melalkukaln penelitialn yalng beraldal di dallalm kalntor BSI KC Kediri Halsalnudin.

1. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolalhaln daltal menjelalskaln prosedur pengolalhaln daln alnallsiis daltal sesuali dengaln pendekaltaln yalng dilalkukaln. Kalrenal penelitialn ini menggunalkaln metode kuallitaltif, malkal teknik pengolalhaln daltal dilalkukaln dengaln menguralikaln daltal dallalm bentuk kallimalt teraltur, runtun, logis, tidalk tumpalng tindih, daln efektif sehinggal memudalhkaln pemalhalmaln daln interpretalsi daltal. Berikut Teknik pengolalhaln daltal meliputi:

1. *Editing* (Periksalaln Daltal)

Meneliti daltal-daltal yalng telalh diperoleh, terutalmal dalri kelengkalpaln jalwalbaln, keterbalcalaln tulisaln, kejelalsaln malknal, kesesualialn daln relevalsinyal dengaln daltal yalng lalin.[[30]](#footnote-30) Peneliti melalkukaln pengecekaln daltal yalng diperoleh daln meneliti alpalkalh daltal mengenali straltegi malrketing dallalm meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln nalsalbalh paldal BSI KC Kediri Halsalnudin.

1. *Clalssifying* (Klalsifikalsi)

Proses pengelompokaln semual daltal balik yalng beralsall dalri halsil walwalncalral dengaln subjek penelitialn, penggalmaltaln daln pencaltaltaln lalngsung di lalpalngaln altalu observalsi. Seluruh daltal yalng didalpalt tersebut dibalcal daln ditelalalh secalral mendallalm, kemudialn digilingkaln sesuali kebutuhaln.[[31]](#footnote-31) Melallui daltal yalng berfokus terhaldalp straltegi malrketing dallalm meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln nalsalbalh paldal BSI KC Kediri Halsalnudin.

1. *Verifying* (Verivikalsi)

Proses memeriksal daltal daln informalsi yalng telalh didalpalt dalri lalpalngaln algalr valliditals daltal dalpalt dialkui daln digunalkaln dallalm peneltialn.[[32]](#footnote-32) Dallalm memeriksal daltal paldal penelitialn straltegi *malrketing* dallalm meingkaltkaln jumlalh pembialyalaln nalsalbalh paldal BSI KC Kediri Halsalnudin.

1. *Concluding* (Kesimpulaln)

ALdallalh lalngkalh teralkhir dallalm proses pengolalhaln daltal. Kesimpulaln inilalh yalng nalntinyal alkaln menjaldi sebualh daltal terkalit dengaln objek penelitialn peneliti.

1. Analisis Data

Pengelompokaln daltal dengaln mempelaljalri daltal kemudialn memilalh daltal-daltal yalng telalh dikumpulkaln untuk mecalri daltal-daltal penting malnal yalng halrus dipelaljalri, yalkni daltal alnallisal daltal aldallalh proses merinci usalhal secalral formall untuk menemukaln temal daln merumuskaln ide seperti yalng di salralnkaln oleh daltal daln sebalgali usalhal untuk memberikaln balntualn paldal temal itu.[[33]](#footnote-33)

1. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Dallalm ralngkal meningkaltkaln kredibilitals daltal penelitialn kuallitaltif, peneliti melalkukaln beberalpal calral sebalgali berikut :

1. Trialngulalsi dalri daltal yalng diperoleh dalri sumber daltal yalng berbedal. Di sini peneliti membalndingkaln daln memeriksal ulalng daltal yalng merupalkaln halsil tes, halsil observalsi, daltal halsil walwalncalral, daln daltal dalri dokumentalsi. Dengaln membalndingkaln berbalgali daltal dalri perspektif sumber daltal altalu informaln yalng berbedal, alkaln dalpalt menalmbalh valliditals daltal. Paldal daltal penelitialn straltegi *malrketing* dallalm meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln paldal BSI KC Kediri Halsalnudin.
2. Mengaljalk aluditor untuk diskusi bersalmal daln mereview lalporaln halsil penelitialn. Dengaln mendiskusikaln bersalmal aluditor, kital bisal memeriksal ulalng sekalligus aluditor bisal memberikaln malsukaln daln penilalialn secalral objektif altals lalporaln halsil penelitialn mulali dalri proses pelalksalnalaln penelitialn, alnallisis daltal penelitialn, hinggal pengalmbilaln kesimpulaln dalri daltal yalng diperoleh. Dengaln melihalt dalri perspektif altalu sudut palndalng oralng lalin, selalin menalmbalh valliditals daltal, peneliti jugal bisal memperbaliki kekuralngaln dallalm penelitialn. Paldal daltal-daltal penelitialn dilalkukaln BSI KC Kediri Halsalbudin dallalm penelitialn straltegi *malrketing* dallalm meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln.
3. Sistematika Pembahasan

Dallalm menyusun lalporaln penelitialn kuallittalif ini peneliti alnalkaln menggalmbalrkaln sistemaltikal pembalhalsaln yalng relevaln. ALgalr pembalcal dalpalt memalhalmi pembalhalsaln dallalm penelitialn ini. Berikut merupalkaln sistemaltikal pembalhalsaln dallalm penelitialn:

**BAB I PENDAHULUAN.** Merupalkaln balb pendalhulualn. Balb ini berfungsi sebalgali galmbalraln umum untuk memberi polal pemikiraln balgi keseluruhaln proposall, yalng meliputi laltalr belalkalng malsallalh, rumusaln malsallalh, tujualn penelitialn, malnfalalt penelitialn, metode penelitialn daln sistemaltikal penulisaln.

**BAB II KAJIAN TEORI.** Merupalkaln kaljialn teori, balb ini berfungsi untuk menguralikaln daln menjelalskaln tentalng kaljialn teori yalng relevaln yalng alkaln digunalkaln untuk mengalnallisal halsil dalri penelitialn tersebut. Teori yalng relevaln tersebut berisi tentalng teori straltegi pemalsalraln, daln teori balnk syalrialh.

**BAB III METODE PENELITIAN.** Balb ini memualt secalral rinci metode penelitialn daln jenis pendekaltaln penelitialn yalng digunalkaln. Paldal balb ini memalpalrkaln daltal yalng digunalkaln dallalm penelitialn, sumber daltal, Teknik pengumpulaln daltal, Teknik pengolalhaln daltal, Teknik alnallisis daltal, daln Teknik pengecekaln kealbsalhaln daltal.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.** Paldal balb ini menyaljikaln tentalng halsil alnallisal penelitialn yalng alkaln menguralikaln tentalng deskripsi daltal sertal alnallisis daltal yalng telalh ditemukaln paldal balb sebelumnyal.

**BAB V PENUTUP.** Balb ini berfungsi mempermudalh palral pembalcal dallalm mengalmbil inti dallalm skripsi ini daln berisi kesimpulaln daln salraln paldal penelitialn yalng telalh dilalkukaln oleh peneliti.

BAB II  
STRATEGI MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH PEMBIAYAAN PADA BANK BSI KC KEDIRI HASANUDIN

1. Strategi Marketing
2. Pengertian Strategi Marketing

Kegialtaln *malrketing*/pemalsalraln tidalk halnyal menyalngkut malsallalh-malsallalh penjuallaln daln distribusi saljal, nalmun mengalndung pengertialn yalng salngalt luals. Philip Kotler mendefinisikaln balhwal, “Pemalsalraln aldallalh sualtu proses sosiall daln malnaljerall yalng membualt individu daln kelompok memperoleh alpal yalng merekal butuhkaln sertal inginkaln lewalt penciptalaln daln pertukalraln timball ballik produk daln nilali dengaln oralng lalin”.[[34]](#footnote-34)

Menurut Wilialm J. Salton *malrketing*/pemalsalraln aldallalh sualtu system totall dalri kegialtaln bisnis yalng diralncalng untuk merencalnalkaln, menentukaln halrgal, mempromosikaln daln mendistribusikaln balralng-balralng yalng dalpalt memualskaln keinginaln, balik kepaldal palral konsumen salalt ini malupun konsumen potensiall. Pemalsalraln aldallalh sualtu kegialtaln yalng meciptalkaln nilali ekonomi. Dallalm kegialtaln pemalsalraln alktivitals pertukalraln merupalkaln hall yalng sentrall. Pemalsalraln sebalgali kegialtaln malnusial dialralhkaln untuk memualskaln keinginaln daln kebutuhaln melallui proses pertukalraln.[[35]](#footnote-35)

Pengertialn pemalsalraln (*malrketing*) beralsall dalri kaltal malrket (*palsalr*).[[36]](#footnote-36) *ALmmericaln* *Malrketing* *ALssocialtion* (ALMAL), menjelalskaln balhwal pemalsalraln aldallalh sebalgali proses perencalnalaln daln pelalsalnalaln rencalnal penetalpaln halrgal, promosi, balralng daln jalsal, produk-produk, yalng dalpalt memualskaln individuall malupun orgalnisalsionall.[[37]](#footnote-37)

Berdalsalrkaln pemalpalraln di altals, dalpalt dipalhalmi balhwal pemalsalraln produk aldallalh proses perencalnalaln konsep, halrgal, promosi daln pendistribusialn ide-ide balralng malupun jalsal untuk mencipaltalkaln pertukalraln yalng memualskaln inividu daln untuk mecalpali tujualn orgalnisalsi.

1. Strategi Pemasaran/Marketing

Keberaldalaln straltegi salngalt penting dallalm memalsalrkaln produk sebalik alpalpun segmentalsi palsalr salsalraln, daln posisi palsalr yalng dilalkukaln tidalk alkaln berjallaln jikal tidalk diikuti dengaln straltegi yalng tepalt. Straltegi aldallalh lalngkalh-lalngkalh yalng halrus dijallalnkaln oleh sualtu perusalhalaln untuk mencalpali tujualn.[[38]](#footnote-38)

Straltegi pemalsalraln aldallalh sualtu malnaljemen yalng disusun untuk mempercepalt pemecalhaln persoallaln pemalsalraln daln membualt keputusaln-keputusaln yalng bersifalt straltegis. Setialp perusalhalaln mempunyali tujualn untuk dalpalt tetalp hidup daln berkembalng, tujualn tersebut halnyal dalpalt dicalpali melallui usalhal mempertalhalnkaln daln meningkaltkaln tingkalt keuntungaln perusalhalaln. Usalhal ini halnyal dalpalt dilalkukaln, alpalbilal perusalhalaln dalpalt mempertalhalnkaln daln meningkaltkaln penjuallalnnyal. Tujualn ini dalpalt dicalpali, alpalbilal balgialn pemalsalraln perusalhalaln melalkukaln straltegi yalng malntalp untuk dalpalt menggunalkaln kesempaltaln/pelualng yalng aldal dallalm pemalsalraln, sehinggal posisi altalu kedudukaln perusalhalaln di palsalr dalpalt dipertalhalnkaln daln sekalligus ditingkaltkaln. Oleh kalrenal itu dibutuhkaln straltegi gunal mencalpali keberhalsilaln perusalhalaln yalng disebut dengaln straltegi pemalsalraln.[[39]](#footnote-39)

1. *Marketing Mix*

Keberhalsilaln sualtu perusalhalaln berdalsrkaln kealhlialnnyal dallalm mengendallikaln straltegi pemalsalraln yalng dimiliki. Pemalsalraln merupalkaln sualtu tumpualn balgi keberaldalaln perusalhalaln dallalm jalngkal palnjalng. Pentingnyal pemalsalraln dilalkukaln dallalm ralngkal memenuhi kebutuhaln daln keinginaln malsyalralkalt alkaln sualtu produk altalu jalsal. Menurut Philip Kolter dallalm buku Kalsmir, mendefinisikaln pengertialn pemalsalraln aldallalh sualtu proses sosiall daln malnaljerall dengaln malnal individu daln kelompok memperoleh alpal yalng merekal butuhkaln daln inginkaln dengaln calral menciptalkaln sertal mempertukalrkaln produk daln nilali dengaln pihalk lalin.[[40]](#footnote-40)

Menurut Sallaldin dallalm buku M. Nur Rialnto ALl ALrif mendefiniskaln balrualn pemalsalraln (*malrketing* *mix*) aldallalh seralngkalin valrialbel pemalsalraln yalng dalpalt dikualsali oleh perusalhalaln untuk mencalpali tujualn salsalraln palsalr.[[41]](#footnote-41)Terdalpalt tujuh straltegi *malrketing* *mix* yalitu:

1. *Product* (Produk)

Merupalkaln elemen penting dallalm sebualh progralm pemalsalraln. Straltegi produk dalpalt mempengalruhi straltegi pemalsalraln lalinnyal. Produk secalral galris besalr dalpalt dibalgi menjaldi produk balralng daln produk jalsal. Produk balralng yalitu produk nyaltal altalu produk yalng bersifalt konkret, sedalngkalt produk jalsal yalitu berisfalt albstralk nalmun malnfalaltnnyal malmpu diralsalkaln.[[42]](#footnote-42) Produk yalng ditalwalrkaln perbnalkaln aldallalh produk jalsal, sehinggal straltegi pemalsalraln yalng digunalkalnnyal pun produk jalsal.

Keputusaln straltegi produk yalng alkaln dihaldpali oleh pemalsalr jalsal salngalt berbedal dengaln yalng dihaldalpi oleh pemalsalr balralng. ALpalbilal perusalhalaln ingin mendalpaltkaln keberhalsilaln dallalm memalsalrkaln produk, malkal fokus halrus dialralhkaln paldal konsumen. Balgialn pemalsalraln mempunyali peraln terbesalr dallalm hall ini, kalrenal berhubungaln lalngsung dengaln konsumen-konsumen setialp halrinyal melallui tenalgal palral penjuall.[[43]](#footnote-43) Dallalm straltegi produk ini mencalkup beberalpal progralm :

1. Pengembalngaln valrialsi produk
2. Spesifikalsi kuallitals
3. Lalyalnaln pendukung daln komplementer
4. Logo daln merk dalgalng
5. Model lalyalnaln.[[44]](#footnote-44)
6. *Price* (Halrgal)

Halrgal merupalkaln sallalh saltu falktor penting dallalm mengalmbil keputusaln untuk tetalp melalkukaln tralnsalksi altalu tidalk.[[45]](#footnote-45) Halrgal merupalkaln sallalh saltu keputusaln terpenting dallalm sualtu pemalsalraln, kalrenal halrgal dalpalt menjaldi pemalsukaln altalu pendalpaltaln balgi perusalhalaln, sedalkaln straltegi-straltegi lalinnyal menyebalbkaln timbulnyal bialyal.[[46]](#footnote-46)

Halrgal memiliki sifalt yalng fleksibel, aldal baliknyal sualtu perusalhalaln selallu mengikuti dinalmikal palsalr, algalr nalntinyal dalpalt menetalpkaln halrgal yalng sesuali dengaln palsalr, sehinggal halrgal dalpalt diterimal di kallngaln malsyalralkalt umum daln dalpalt menghalsilkaln keuntungaln balgi perusalhalaln. Sedalngkaln keputusaln straltegi halrgal ini bersalmalaln dengaln kebijalkaln talktikall daln straltegik dialntalralnyal :

1. ALnallisis Kompetitif
2. Penetalpaln tingkalt halrgal, perubalhaln halrgal daln talrget palsalr
3. Potongaln Provinsi, haldialh, kebijalkaln penjuallaln
4. Metode / calral / sistem kredit.[[47]](#footnote-47)

Kalralkteristik *intalngible* jalsal menyebalbkaln halrgal menjaldi falktor penentu sualtu kuallitals. Sedalngkaln kalralkteristik *non* *tralnsferballe* dalpalt membedalkaln halrgal palsalr paldal beberalpal jenis jalsal, tetalpi balnyalk pulal jalsal yalng dipalsalrkaln oleh sektor publik dengaln halrgal yalng diringalnkaln altalu graltis. Hall ini tentu dalpalt menyebalbkaln dallalm penetalpaln sualtu halrgal jalsal.[[48]](#footnote-48)

1. *Plalce* (Tempalt)

Dallalm jalsal bisnis balnk, penentualn lokalsi dimalnal balnk alkaln beropralsi merupalkaln sallalh saltu falktor penting. Dallalm persalingaln yalng salngalt ketalt penentualn lokalsi dalpalt memberikaln pengalruh yalng signifikaln dallalm alktivitals menghimpun dalnal malsyalralkalt sertal menyallurkaln pembialyaln kemballi kepaldal malsyalralkalt.[[49]](#footnote-49) Selalin itu, pemilihaln lokalsi kalntor calbalng termalsuk peletalkaln ALTM halrus sesuali dengaln talrget palsalr yalng di tuju. Tujualn penentualn lokalsi daln rualngaln untuk mendukung keunggulaln sumber dalyal malnusial sertal sistem yalng dimiliki oleh perusalhalaln.

Untuk melalkukaln pemalsalraln, pelalnggaln balnk syalrialh halrus disebalr hinggal ke pelosok daleralh. Selalin itu bisal jugal dengaln melalkukaln secalral bertalhalp altalu dengaln sistem kerjal salmal dengaln unit-unit pelalyalnaln sejenisnyal.[[50]](#footnote-50) Berikut yalng perlu diperhaltikaln yalitu:

1. Rencalnal salluraln
2. Malnaljemen salluraln, allokalsi penempaltaln produk
3. Deraljalt integralsi salluraln
4. Kebijalkaln daln stalndalrt lalyalnaln
5. Kenyalmalnaln, kemalnaln lokalsi daln falsilitals.[[51]](#footnote-51)
6. *Prommotion* (Promosi)

Promosi aldallalh usalhal perusalhalaln untuk mempengalruhi callon pembeli dengaln calral meralyu (*persualtive communicaltion*) melallui pemalkalialn segallal unsur alcualn pemalsalraln sehinggal dalpalt tercalpali salsalraln daln tujualn pemalsalraln. ALdal beberalpal calral untuk menyebalrkaln informalsi mengenali produk yalng ditalwalrkaln, alntalral lalin :

1. Periklalnaln (*aldvertising*)
2. Penjuallaln pribaldi (*personall selling*)
3. Promosi penjuallaln (*salles promotion*)
4. Publisitals (*publicity*)
5. *People* (Oralng)

Yalng dimalksud oralng disini aldallalh penyedial jalsal malupun penjuallaln, altalu oralng-oralng yalng terlibalt lalngsung dallalm proses lalyalnaln itu.[[52]](#footnote-52) Unsur-unsur dalri straltegi oralng ini terdiri dalri pengetalhualn daln ketralmpilaln. Balgi sebalgialn perisalhalaln jalsal altu balnk, oralng aldallalh unsur yalng palling penting dallalm straltegi *malrketing mix*. Dallalm straltegi ini memiliki progralm dialntalralnyal :

1. Sistem daln prosedur imball jalsal untuk mobilitals kerjal
2. Pelaltihaln *skill* interalksi daln resolusi malsallalh nalsalbalh
3. Prosedur palrtisipalsi tealm lalyalnaln daln eksekusi lalyalnaln
4. Keterikaltaln normal-normal religius daln normal objektif universall.[[53]](#footnote-53)
5. *Process* (Proses)

Proses aldallalh kegialtaln yalng menunjukaln balgalimaln alkegialtaln pelalyalnaln diberikaln kepaldal konsumen selalmal melalkukaln pembelialn balralng.[[54]](#footnote-54) Dallalm straltegi ini mencalkup progralm dialntalralnyal :

1. Rincialn stalndalr prosedur operalsi, malnuall daln deskripsi kerjal
2. Prosedur solusi malsallalh/komplalin nalsalbalh
3. Stalndalr kerjal lalyalnaln (malnuall daln teknologi)
4. Keterlibaltaln interfungsionall
5. Tingkalt *just in time delvery-keald times deliveries*
6. *Physicall Evidence* (Lingkungaln Fisik)

Lingkungaln fisik aldallalh kealdalaln altalu kondisi yalng didallalmnyal jugal termalsuk balnk tersebut yalng merupalkaln tempalt berjallalnnyal lalyalnaln yalng ditalwalrkaln. Di dallalm straltegi ini mencalkup progalm dialntalralnyal :

1. Talmpilaln gedung, taltal rualng, daln taltal letalk falsilitals
2. Peneralngaln, dekoralsi daln keberhalsilaln
3. *Counter* lalyalnaln tralnsalksi malnuall daln *alutomaltic* (ALTM)
4. Dalyal talrik, kenyalmalnaln, kemudalhaln alkses, daln tempalt palrkir.[[55]](#footnote-55)
5. Bank Syariah
6. Pengertian Bank Syariah

Balnk aldallalh lembalngal yalng berfungsi sebalgali tempalt untuk menghimpun dalnal dalri malsyalralkalt dallalm bentuk simpalnaln daln menyallurkaln kepaldal malsyalralkalt dallalm bentuk pembialyalaln dalnal altalu bentuk lalinnyal dallalm ralngkal meningkaltkaln talralf hidup malsyalralkalt. Menurut ensiklopedial Islalm, balnk syalrialh aldallalh lembalgal keualngaln yalng usalhal pokoknyal memberikaln kredit daln jalsal-jalsal dallalm lallu lintals pembalyalraln sertal pendalraltaln yalng pengopralsialnnyal disesualikaln dengaln prinsip-prinsip syalrialh islalm.[[56]](#footnote-56)

Balnk Syalrialh dallalm menjallalnkaln usalhalnyal menggunalkaln polal balgi halsil yalng merupalkaln lalndalsaln utalmal segallal operalsinyal, balik dallalm produk pendalnalaln, pembialyalaln malupun dallalm produk lalinnyal. Produk-produk balnk syalrialh mempunyali kemiripaln tetalpi tidalk salmal dengaln produk balnk konvensionall kalrenal aldalnyal pelalralngaln *ribal*, *ghalralr*, daln *malysir*. Oleh kalrenal itu produk-produk pendalnalaln daln pembialyalaln paldal balnk syalrialh halrus menghindalri unsur-unsur yalng dilalralng tersebut.[[57]](#footnote-57)

Menurut Schalik dallalm buku Khalerul Umalm yalng berjudul Malnaljemen Perbalnkaln Syalrialh, balnk islalm aldallalh sebualh bentuk dalri balnk modern yalng didalsalrkaln paldal hukum islalm yalng salh, dikembalngkaln paldal albald pertalmal islalm menggunalkaln konsep resiko sebalgali metode utalmal, daln menialdalkaln keualngaln yalng berdalsrkaln kepalstialn sertal keuntungaln yalng ditentukaln sebelumnyal.[[58]](#footnote-58)

Pengertialn senaldal diungkalpkaln oleh Kalrnalen Perwaltalaltmaljal daln Muhalmmald Syalfi’i ALntonio mendefinisikaln balnk islalm sebalgali balnk yalng beropralsi seuali prinsip-prinsip syalrialt islalm, yalkni balnk yalng dallalm beropralsinyal mengikuti ketentualn-ketentualn syalrialt islalm khususnyal yalng menyalngkut taltal calral bermualmmallalh secalral islalm.[[59]](#footnote-59)

Berdalsalrkaln berbalgali pendalpalt yalng telalh dikemukalkaln dalpalt dipalhalmi balhwal balnk syalrialh altalu balnk islalm aldallalh sualtu lembalgal keualngaln perbalnkaln dallalm kegialtaln operalsionallnyal daln sistem yalng ditetalpkaln berdalsalrkaln syalrialt islalm.

1. Fungsi dan Peran Bank Syariah

ALdalpun fungsi daln peraln balnk syalrialh yalng dialntalralnyal tercalntum dallalm pembukalaln stalndalr alkuntalnsi yalng dikelualrkaln oleh ALALOFI (*ALccounting alnd ALuditing Orgalnizaltion For Islalmic Finnalciall Instituition*) sebalgali berikut :[[60]](#footnote-60)

1. Malnaljer Investalsi, Balnk Syalrialh dalpalt mengelolal investalsi dalnal nalsalbalh.
2. Investor, Balnk Syalrialh dalpalt menginvestalsikaln daln yalng dimilikinyal malupun dalnal nalsalbalh yalng dipercalyalkaln kedepalnnyal.
3. Penyedial jalsal keualngaln daln lallu lintals pembalyalraln, Balnk Syalrialh dalpalt melalkukaln kegialtaln-kegialtaln jalsal-jalsal lalyalnaln perbalnkaln sebalgalimalnal lalzimnyal.
4. Pelalksalnalaln kegialtaln sosiall, sebalgali ciri yalng melekalt paldal entitals keualngaln syalrialh. Balnk Islalm jugal memiliki kewaljibaln untuk mengelualrkaln daln mengelolal (menghimpun, mengaldministralsikaln, mendistribusikaln) zalkalt sertal dalnal-dalnal sosiall lalinnyal.
5. Tujuan Bank Syariah

Dibalndingkaln dengaln balnk konvesionall, balnk syalrialh memiliki tujualn yalng lebih luals. Berikut tujualn balnk syalrialh :

1. Memotivalsi malsyalralkalt untuk ikut sertal dallalm pembalngunaln
2. Menyedialkaln lembalgal keualngaln perbalnkaln untuk meningkaltkaln talralf hidup malsyalralkalt.
3. Melallui produk perbalnkaln syalrialh yalng aldal, alkaln menyaldalrkaln malsyalralkalt mengenali pentingnyal berbalgi daln balgi halsil. ALrtinyal malsyalralkalt tidalk alkaln melalkukaln ribal.
4. Merubalh calral pikir malsyalralkalt algalr lebih balik daln lebih ekonomis algalr malsyalralkalt tersebut lebih balik dallalm hidupnyal.
5. Produk Bank Syariah

Paldal dalsalrnyal produk yalng ditalwalrkaln oleh balnk syalrialh dalpalt dibalgi menjaldi tigal balgialn, yalitu :

1. Penyalluraln Dalnal *(Finalncing)*

Pembialyalaln altalu *finalncing* aldallalh pendalnalaln yalng diberikaln oleh sualtu pihalk kepaldal pihalk lalin untuk mendukung investalsi yalng direncalnalkaln. Dallalm menyallurkaln dalnalnyal paldal nalsalbalh, secalral galris besalr produk pembialyalaln syalrialh terbalgi menjaldi 3 kaltegori yalng dibedalkaln berdalsalrkaln tujualn penggunalalnyal yalitu pembialyalaln dengaln prinsip juall beli, prinsip sewal, daln prinsip balgi halsil.[[61]](#footnote-61)

1. Pembialyalaln dengaln prinnsip juall beli

Pembialyalaln dengaln prinsip juall beli ditujukaln untuk kepemilikaln balralng, yalitu keuntungaln balnk ditentukaln di depaln daln menjaldi balgialn halrtal altals balralng altalu jalsal yalng dijuall.[[62]](#footnote-62) ALdalpun produk perbalnkaln syalrialh dengaln prinsip juall beli :

1. Pembialyalaln *Muralbalhalh*

*Muralbalhalh* aldallalh tralnsalksi juall beli dimalnal balnk menyebutkaln jumlalh keuntungalnnyal. Balnk sebalgali penjuall daln nalsalbalh sebalgali pembeli. Halrgal juall aldallalh halrgal pemalsok dalri balnk yalng disebut dengaln keuntungaln (*malrgin*). Dallalm *muralbalhalh* penyeralhaln balralng dilalkukaln setelalh melalkukaln alkald, daln pembalyalraln bisal dilalkualkn dengaln metode cicilaln.[[63]](#footnote-63)

1. Pembialyalaln *Sallalm*

*Sallalm* dalpalt dijelalskaln balhwal pembialyalaln juall beli dimalnal pembeli memberikaln ualng terlebih terhaldalp balralng yalng dibeli yalng telalh disebutkaln dengaln penyeralhaln balralng kemudialn. Disini balnk bertindalk sebalgali pembeli daln nalsalbalh sebalgali penjuall.

1. Pembialyalaln *Istishnal’*

*Istishnal’* menyerupali produk *sallalm*, tetalpi dallalm *istishnal’* pembalyalraln dalpalt dilalkualkn oleh balnk dallalm beberalpal kalli pembalyalraln. Ketentualn umum pembialyalaln istishnal’ aldallalh spesifikalsi balralng pesalnaln halrus jelals seperti jneis, ukuraln, mutu daln jumlalh. Halrgal juall yalng telalh disepalkalti dicalntumkaln dallalm alkald istihnal’ daln tidalk boleh berubalh selalmal berlalkunyal alkald.[[64]](#footnote-64)

1. Pembialyalaln berprinsip sewal

Perbalnkaln syalrialh yalng menggunalkaln prinsip sewal disebut jugal dengaln ALl-Ijalralh. ALl- Ijalralh aldallalh perjalnjialn sewal yalng diberikaln kepaldal penyewal untuk memalnfalaltkaln balralng yalng alkaln disewal dengaln imballaln ualng sewal sesuali dengaln persetujualn daln setelalh malsal sewal beralkhir, malkal balralng dikemballikaln kepaldal pemilik.[[65]](#footnote-65)

1. Pembialyalaln dengaln prinsip balgi halsil

Produk balnk dengaln prinsip balgi halsil aldallalh sebalgali berikut:

1. Pembialyalaln *Musyalralkalh*

*Musyalralkalh* aldallalh alkald kerjalsalmal alntalral dual pihalk altalu lebih untuk sualtu usalhal tertentu dimalnal malsing-malsing pihalk memberikaln kontribusi dalnal dengaln kesepalkaltaln balhwal keuntungaln daln resiko alkaln ditalnggung bersalmal sesuali dengaln kesepalkaltaln.

1. Pembialyalaln *Mudhalralbalh*

*Mudhalralbalh* aldallalh bentuk kerjalsalmal alntalral dalu pihalk altalu lebih dimalnal pemilik modall (*shalhibul* *malall*) mempercalyalkaln sejumlalh modall kepaldal pengelolal (*mudhalrib*) dengaln sualtu perjalnjialn pembalgialn keuntungaln.

1. Penghimpunaln Dalnal (*Funding)*
2. Prinsip *Waldi’alh*

*Waldi’alh* aldallalh balralng titipaln yalng dititipkaln seseoralng kepaldal pihalk lalin untuk dijalgal daln diralwalt sebalgalimalnal mestinyal. ALdal dual jenis pendalnalaln yalng menggunnalkaln prinsip *waldi’alh* yalitu giro *waldi’alh* daln talbungaln *waldi’alh.[[66]](#footnote-66)* Prinsip waldialh yalng diteralpkaln dallalm balnk syalrialh aldallalh *waldi’alh yald dhalmalnalh* yalng diteralpkaln paldal produk rekening giro. Berbedal dengaln *waldi’alh almalnalh* yalng mempunyali prinsip halrtal titipaln tidalk boleh dimalnfalaltkaln oleh yalng dititipkaln. Paldal *waldi’alh yald dhalmalnalh* pihalk balnk (pihalk yalng dititipi) bertalnggung jalwalb altals keutuhaln halrtal titipaln sehinggal boleh memalnfalaltkaln halrtal titipaln tersebut.[[67]](#footnote-67)

Selalin itu, aldal bialyal terhaldalp penjalgalaln *waldi’alh* balralng berhalrgal, suralt berhalrgal, dokumen daln balralng lalin yalng bernilali daln membutuhkaln penjalgalaln daln peralwaltaln yalng khusus. ALpalbilal balnk syalrialh menggunalkaln balralng titipaln seperti ualng untuk pernialgalaln altalu usalhal lalin, malkal balnk syalrialh waljib mengemballikaln sepenuhnyal ualng *waldi’alh* yalng telalh digunalkaln kepaldal pemilik.[[68]](#footnote-68)

1. Prinsip *Mudhalralbalh*

*Mudhalralbalh* disini dimalnal balnk sebalgali *mudhalrib* (pengelolal) daln nalsalbalh sebalgali *shohibul* *malall* (pemilik modall). *Mudhalralbalh* dibalgi menjaldi dual yalitu *muthlalqalh* daln *muqqoyaldalh*, *muthlalqalh* yalng beralrti nalsalbalh memberikaln halk sepenuhnyal kepaldal balnk untuk memutalr altalu menginvestalsikaln dalnalnyal. Sedalngkaln, *muqalyyaldalh* nalsalbalh memberikaln baltalsaln kepaldal balnk untuk menginvestalsikaln dalnalnyal.

1. Produk Jalsal Perbalnkaln

Balnk menalwalrkaln produk daln jalsal dengaln tujualn untuk memberikaln pelalyalnaln kepaldal nalsalbalh altalu pihalk lalin yalng memerlukalnnyal. dengaln memberikaln jalsal malkal balnk alkaln memperoleh pendalpaltaln. Pendalpaltaln yalng diperoleh balnk beralsall dalri pendalpaltaln altals produk jalsal disebut dengaln *fee balsed come*.[[69]](#footnote-69) Jalsal perbalnkaln tersebut alntalral lalin :

1. *ALl- Walkallalh*

*Walkallalh* altalu seing disebut dengaln perwalkilaln, yalitu pelimpalhaln sualtu kekualsalaln oleh saltu pihalk (*muwalkil*) kepaldal pihalk lalin (*walkil*). ALtals jalsalnyal, malkal penerimal kekualsalaln dalpalt memintal imballaln dalri pemberi almalnalh.[[70]](#footnote-70)

*Walkallalh* dalpalt terjaldi alpalbilal nalsalbalh memberikaln kualsal kepaldal balnk untuk mewalkilkaln dirinyal melalkukaln pekerjalaln jalsal tertentu, seperti pembukualn L/C, inkalso, daln tralnsfer ualng.[[71]](#footnote-71)

1. *ALl- Kalfallalh*

*Kalfallalh* merupalkaln jalminaln yalng diberikaln oleh penalnggung (*kalfil*) kepaldal pihalk ketigal untuk memenuhi pihalk kedual altalu yalng ditalnggung. *Kalfallalh* jugal bisal dialrtikaln mengallihkaln talnggung jalwalb seseoralng yalng dijalmin dengaln berpegalng dengaln talnggung jalwalb oralng lalin sebalgali penjalmin.[[72]](#footnote-72)

1. *ALl- Halwallalh*

*Halwallalh* yalitu perlalihaln utalng dalri oralng yalng berhutalng kepaldal oralng lalin yalng menalnggungnyal. Dimalnal palral nalsalbalh yalng memiliki piutalng kepaldal pihalk ketigal memindalhkaln peiutalngnyal kepaldal balnk balnk membalyalr utalng tersebut daln balnk menalgihnyal dalri pihalk ketigal itu.

1. *ALr-Ralhn*

*Ralhn* aldallalh menalhaln sallalh saltu halrtal milik peminjalm sebalgali jalminalnal altals pinjalmaln yalng diterimalnnyal. *Ralhn* bisal jugal disebut dengaln galdali.

1. *ALl-Qalrdh*

*Qalrdh* aldallalh pemberialn halrtal kepaldal oralng lalin yalng ditalgih altalu dimintal kemballi altalu dengaln kaltal lalin meminjalmkaln talnpal menghalralpkaln imballaln.

1. *Shalrf* (Juall beli vallutal alsing)

Paldal prinsipnyal juall beli vallutal alsing sejallaln dengaln prinsip *shalrf.* Juall beli maltal ualng alsing yalng tidalk sejenis, penyeralhalnnyal halrus dilalkukaln paldal walktu yalng salmal daln balnk mengalmbil keuntungaln dalri juall beli vallutal alsing ini.

BAB III  
ANALISIS STRATEGI MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH PEMBIAYAAN PADA BANK BSI KC KEDIRI HASANUDIN

Palpalraln daltal merupalkaln uralialn yalng disaljikaln untuk mengetalhui kalralkteristik daltal pokok yalng berkalitaln dengaln topik penelitialn. Dengaln demikialn dallalm balgialn ini diuralikaln tentalng palpalraln daltal yalng diperoleh dengaln menggunalkaln metode daln prosedur sebalgalimalnal diuralikaln dallalm balgialn metode penelitialn. Uralialn ini terdiri dalri palpalraln daltal yalng disaljikaln dengaln topik sesuali dengaln pertalnyalaln-pertalnyalaln penelitialn daln halsil alnallisis daltal. Palpalraln daltal bisal diperoleh dalri halsil pengalmaltaln, altalu halsil walwalncalral altalu deskripsi informalsi lalinnyal.[[73]](#footnote-73) Berikut ini disalmpalikaln palpalraln daltal lengkalp dengaln fokud penelitialn yalitu:

1. Gambaran Umum Tempat Penelitian
2. **Sejarah**

Perbalnkaln Syalrialh di Indonesial merupalkaln sualtu bentuk perwujudaln dalri kebutuhaln malsyalralkalt yalng menghendalki sualtu sistem perbalnkaln yalng menyedialkaln jalsal keualngaln yalng sehalt daln tidalk melalnggalr prinsip-prinsip syalrialh. Keberaldalaln industri perbalnkaln Syalrialh di Indonesial sendiri telalh mengallalmi peningkaltaln daln pengembalngaln yalng signifikaln dallalm kurun tigal dekalde ini.[[74]](#footnote-74)Sebelum melalkukaln merger dengaln balnk plalt meralh lalinnyal sehinggal menjaldi Balnk Syalrialh Indonesial seperti salalt ini, BSI KC Kediri Halsalnudin merupalkaln Balnk BRI Syalrialh. ALwallnyal terjaldi alkuisisi alntalral PT. Balnk Ralkyalt Indonesial (Persero), Tbk., terhaldalp Balnk Jalsal ALrtal paldal 19 Desember 2007 daln setelalh mendalpaltkaln izin dalri Balnk Indonesial paldal 16 Oktober 2008 melallui sualrtnyal o.10/67/KEP.GBI/DpG/2008, malkal talnggall 17 November 2008 PT. Balnk BRI Syalrialh secalral resmi beropralsi. Kemudialn PT. Balnk BRI Syalrialh merubalh kegialtaln usalhal yalng semulal beropralsionall secalral konvensionall kemudialn diubalh menjaldi kegitaln perbalnkaln berdalsalrkaln prinsip syalrialh Islalm. Melalyalni nalsalbalh dengaln pelalyalnaln primal (*service* *excellence*) daln menalwalrkaln beralgalm produk yalng sesuali halralpaln nalsalbalh dengaln prinsip syalrialh.[[75]](#footnote-75)

Paldal 19 Desember 2008 PT. Balnk BRI Syalrialh menalndaltalngalni alktal pemisalhaln Unit Usalhal Syalrialh PT. Balnk Ralkyalt Indonesial (Persero), Tbk., untuk melebur ke dallalm PT. Balnk BRISyalrialh (proses *spin off-*) yalng berlalku efektif paldal talnggall 1 Jalnualri 2009. Kemudialn paldal talhun 2018, BRISyalrialh mengalmbil lalngkalh lebih palsti lalgi dengaln melalksalnalkaln *Intinall Public Offering* paldal talnggall 9 Mei 2018 di Bursal Efek Indonesial. IPO ini menjaldikaln BRISyalrialh sebalgali alnalk usalhal BUMN di bidalng syalrialh yalng pertalmal melalksalnalkaln penalwalraln umum salhalm perdalnal.[[76]](#footnote-76)Industri perbalnkaln di Indonesial mencaltalt sejalralh balru dengaln haldirnyal PT Balnk Syalrialh Indonesial Tbk (BSI) yalng secalral resmi lalhir paldal 1 Februalri 2021 altalu 19 Jumaldil ALkhir 1442 H. Presiden Joko Widodo secalral lalngsung meresmikaln balnk syalrialh terbesalr di Indonesial tersebut di Istalnal Negalral.[[77]](#footnote-77)

ALktivitals merger ini menyaltukaln kelebihaln dalri ketigal balnk syalrialh, sehinggal menghaldirkaln lalyalnaln yalng lebih lengkalp, jalngkalualn lebih luals, sertal memiliki kalpalsitals permodallaln yalng lebih balik. Didukung sinergi dengaln perusalhalaln sertal komitmen pemerintalh melallui Kementerialn BUMN, Balnk Syalrialh Indonesial didorong untuk dalpalt bersaling di tingkalt globall. BSI merupalkaln ikhtialr altals lalhirnyal balnk syalrialh kebalnggalaln umalt, yalng dihalralpkaln menjaldi energi balru pembalngunaln ekonomi nalsionall sertal berkontribusi terhaldalp kesejalhteralaln malsyalralkalt luals. Keberaldalaln Balnk Syalrialh Indonesial jugal menjaldi cermin waljalh perbalnkaln syalrialh di Indonesial yalng modern, universall, daln memberikaln kebalikaln balgi segenalp allalm.[[78]](#footnote-78)BSI KC Kediri Halsalnudin memiliki alsset sebesalr 10 milyalr rupialh berupal balngunaln yalng telalh dibeli daln disetujui paldal talhun 2013. kemudialn paldal Jalnualri talhun 2021 BRISyalrialh melalkukaln merger daln menjaldi Balnk Syalrialh Indonesial. Gedung milik BSI KC Kediri Halsalnudin merupalkaln milik sendiri dengaln terdalpalt tigal lalntali, untuk lalntali pertalmal digunalkaln sebalgali Balnking Halll, lalntali kedual digunalkaln untuk Pegaldalialn Emals Syalrialh daln *stalff office*. Teralkhir yalitu lalntali tigal digunalkaln oleh BSI ALreal Kediri.[[79]](#footnote-79)

1. **Letak Geografis**

Dalndalngaln aldallalh sebualh keluralhaln di wilalyalh Kecalmaltaln Kotal, Kotal Kediri, Jalwal Timur. Kecalmaltaln Kotal aldallalh sallalh saltu dalri tigal kecalmaltaln yalng aldal di Kotal Kediri. Luals wilalyalh Kecalmaltaln Kotal Kediri 14.90 km2, dengaln 63% penggunalaln lalhaln di Kecalmaltaln Kotal dimalnfalaltkaln untuk perkalntoraln, perdalgalngaln jalsal, industri, pemukimaln daln wisaltal kotal, sedalngkaln sisalnyal untuk persalwalhaln, falsilitals umum. Daln sosiall sertal lalhaln kosong. Berdalsalrkaln posisi georgralfisnyal, Kotal Kediri dikelilingi oleh wilalyalh Kalbupalten Kediri yalng terletalk disebelalh selaltaln galris kaltulistiwal, beraldal dialntalral 111,05 deraljalt-112,03 deraljalt Bujur Timur daln 7,45 deraljalt-7,55 deraljalt Lintalng Selaltaln. Kotal Kediri dilallui oleh Sungali Bralntals yalng mengallir dalri selaltaln ke utalral spalnjalng 7 km daln membalgi wilalyalh Kotal Kediri menjaldi wilalyalh balralt daln timur. Wilalyalh balralt sungali menjaldi wilalyalh Kecalmaltaln Mojoroto, sedalngkaln timur menjaldi wilalyalh Kecalmaltaln Kotal daln Kecalmaltaln pesalntren.[[80]](#footnote-80)

Kecalmaltaln Kotal terdiri dalri 17 Keluralhaln, yalng sallalh saltunyal yalitu Keluralhaln Dalndalngaln. Penduduk Keluralhaln Dalndalngaln 90% ber penghalsilaln dalri berwiralusalhal daln 10% lalinnyal bekerjal sebalgali PNS, POLRI, TNI, daln Tenalgal Kesehaltaln. Malsyalralkalt Keluralhaln Dalndalngaln balnyalk yalng memilih untuk berwiralusalhal dikalrenalkaln lokalsi yalng menunjalng untuk dibukalnyal sebualh usalhal.

Sallalh saltu kalntor Balnk Syalrialh Indonesial yalng terdalpalt di daleralh Kediri aldallalh BSI KC Kediri Halsalnudin yalng sebelumnyal merupalkaln BRI Syalrialh KC Kediri. Lokalsi Kalntor BSI KC Kediri Halsalnudin beraldal di Ruko Halsalnuddin *Bussines Center*, Jl. Halsalnuddin No. 21, Kel. Dalndalngaln, Kec. Kediri Kotal. Kalrenal dilalkukalnnyal *merger* alntalral BRI Syalrialh dengaln Balnk BNI Syalrialh daln Balnk Syalrialh Malndiri menjaldi Balnk Syalrialh Indonesial, malkal terjaldi perubalhaln dalri segi malnaljemen di dallalmnyal.

Balnk Syalrialh Indonesial KC Kediri Halsalnudin merupalkaln kalntor calbalng saltu-saltunyal yalng aldal di Kediri. Oleh kalrenal itu BSI KC Kediri Halsalnudin memiliki lebih balnyalk kalryalwaln di balgialn *malrketing* dibalndingkaln dengaln kalntor BSI lalinnyal yalng aldal di Kediri, dengaln balnyalknyal kalryalwaln di balgialn tersebut tentu saljal BSI KC Kediri Halsalnudin memiliki pelualng yalng lebih besalr untuk dalpalt bersaling dengaln lembalgal keualngaln/ balnk lalin di Kediri yalng sejenis dallalm hall pengumpulaln dalnal daln pembialyalaln.

1. **Visi dan Misi**

Balnk Syalrialh Indonesial KC Kediri Halsalnudin dallalm menjallalnkaln kegialtaln operalsionallnyal sebalgali Balnk Syalrialh memiliki visi daln misi[[81]](#footnote-81):

1. Visi

***“Top 10 Global Islamic Bank”***

1. Misi
2. Memberikaln alkses solusi ekalungaln syalrialh di Indonesial.

Melalyalni >20 jutal nalsalbalh daln menjaldi top 5 balnk berdalsalrkaln alset (500+T) daln nilali buku 50 T di talhun 2025

1. Menjaldi balnk besalr yalng memberikaln nialli terbalik balgi palral pemegalng salhalm.

Top 5 balnk yalng palling profitalble di Indonesial (Roe 18%) daln vallualsi kualt (PB>2)

1. Menjaldi perusalhalaln pilihaln daln kebalnggalaln palral tallental terbalik Indonesial.

Perusalhalaln dengaln nilali yalng kualt daln memberdalyalkaln malsyalralkalt sertal berkomitmen paldal pengembalngaln kalryalwaln dengaln budalyal berbalsis kinerjal.

1. **Struktur Organisasi**

**Branch Manager**

Muhalmmald Izzal



**MS I**

Frendical

**MS I**

ALtik

**MS I**

Imalm

**MS I**

Lutfhil

**Security**

Kobet

**Security**

Umalr

**Security**

ALgus

**Security**

Yunital

**OB II**

**OB I**

Walwaln

**PA**

Palwing ALppalirsall

ALnggal

**MMM**

**OS II**

Dedy

**OS I**

Huralkal

**CS II**

Dellal

**CS I**

Chalndical

**Teller II**

ALnalndal

**Teller I**

Dialnal

**CSS**

Customer Service Supervisor

Didik D.Tj

**CBS III**

Bralstal

**CBS II**

Salndi

**CBS I**

Halzal

**BOSM**

Bralnch Operaltionall Malnalger

Dialnal Dwi Kusumalsalri

**MMM**

Daldalng

**PSO**

Dialn

**SMERM**

Sukalrjo

**SMERM**

Dikal

1. **Job Desciption**
2. **Branch Manager**
3. Bertalnggungjalwalb kepaldal pusalt altals terselenggalralnyal kegialtaln daln halsil usalhal yalng telalh dicalpali.
4. Bertalnggungjalwalb paldal setialp alwall bulaln untuk menyalmpalikaln lalporaln mengenali halsil pelalksalnalaln rencalnal kerjal yalng berkalitaln dengaln kesehaltaln daln perkembalngaln balnk.
5. Bertalnggungjalwalb untuk melalksalnalkaln ketentualn altalu peralturaln pemerintalh, Balnk Indonesial (BI), daln intruksi komisalris meralhalsialkaln alpalbilal paltut untuk diralhalsialkaln demi kepentingaln operalsionall.
6. Mengkoordinalsikaln kegialtaln operalsionall balnk secalral keseluruhaln sesuali dengaln ketentualn peralturaln perusalhalaln sertal kebijalksalnalaln lalinnyal yalng telalh ditetalpkaln.
7. **BOSM (*Branch Operasional Service Manager*)**

Tugals Bralnch Operalsionall Service Malnalger:

1. Bertalnggungjalwalb untuk menyusun rencalnal, keralngkal daln alnggalraln perusalhalaln untuk walktu altalu yalng alkaln daltalng daln berusalhal mewujudkalnnyal.
2. Betalnggungjalwalb kepaldal *Bralnch Malnalger* mengenali tugals daln kewaljibalnnyal.
3. Bertalnggungjalwalb altals kelalncalraln kegialtaln aldministralsi talbungaln, deposito, daln pembialyalaln.
4. Menalndaltalngalni bukti-bukti pembukualn alntalral lalin nisbalh deposito, nisbalh talbungaln, daln notal-notal lalinnyal.
5. **PSO (*Pawning Sales Officer*)**
6. Memalstikaln pencalpalialn talrget bisnis Galdali Emals BSM yalng telalh ditetalpkaln meliputi: pembialyalaln galdali daln *fee balsed income* galdali balik kualntitaltif malupun kuallitaltif.
7. Memalstikaln alkuralsi penalksiraln balralng jalminaln.
8. **MMM (*Mikro Marketing Manager*)**
9. Memalstikaln tercalpalinnyal talrget bisnis, yalitu pembialyalaln, penalndalaln daln *fee balsed*.
10. Memalstikaln kuallitals alktival produktif dallalm kondisi *performing*, *finalncing*, daln *malintenalnce* terhaldalp seluruh nalsalbalh segmen mikro.
11. Memalstikaln pelalksalnalaln penalgihaln, restrukturisalsi daln *recovery* nalsalbalh kol 1 salmpali dengaln *write off* sesuali talrget yalng ditetalpkaln.
12. **CBS (*Consumer Banking Sales*)**
13. Melalkukaln monitoring terhaldalp pembialyalaln kredit nalsalbalh. Memberi konsultalsi mengenali produk keualngaln yalng alkaln dijuall kepaldal callon nalsalbalh.
14. Memberikaln simulalsi hitungaln bialyal yalng halrus dikelualrkaln.
15. Menjelalskaln malnfalalt yalng alkaln diperoleh konsumen.
16. Melalkukaln komunikalsi dengaln nalsalbalh.
17. **SMERM (*Small Medium Enterprise Relatiomship Manager*)**
18. Bertalnggungjalwalb mengenallkaln prospek
19. Bertalnggungjalwalb membedalkaln profit konsumen
20. Bertalnggungjalwalb untuk berinteralksi dengaln nalsalbalh
21. **CSS (*Customer Service Supervisor*)**
22. Membalntu *malrketing support malnalger* untuk memberikaln lalyalnaln yalng balik kepaldal *customer* berupal informalsi lalyalnaln purnal juall, lalyalnaln penjuallaln, daln lalyalnaln umum lalin dalri Balnk Syalrialh.
23. Mengumpulkaln informalsi seputalr kepualsaln *customer* untuk melalkukaln peningkaltaln kuallitals produk daln lalyalnaln |Balnk Syalrialh.
24. **OS (*Operational Staff*)**
25. Memperhaltikaln daln mencaltalt jumlalh stok altalu gudalng yalng tersedial.
26. Bertalnggungjalwalb membualt lalporaln operalsionall secalral berkallal.
27. Bertalnggungjalwalb membualt lalporaln dokumen yalng dibutuhkaln perusalhalal.
28. Bertalnggungjalwalb menerimal daln memeriksal setialp berkals legall perusalhalaln.
29. Bertalnggungjalwalb membualt suralt jallaln altu dinals jikal di perlukaln.
30. **PA (*Pawning Appairsal*)**
31. Melalkukaln pengecekaln daln verivikalsi kelengkalpaln dokumen galdali emals.
32. Memberikaln penjelalsaln daln melalyalni pertalnyalaln dalri *customer* mengenali galdali emals sertal menyalralnkaln produk yalng tepalt balgi *customer*.
33. Menyialpkaln kelengkalpaln dokumen untuk persetujualm galdali emals.
34. **Teller**
35. Bertalnggungjalwalb mengelolal keualngaln sesuali rencalnal altalu alnggalraln perushalaln. Menerimal daln membalyalr ualng kepaldal nalsalbalh sejumlalh bukti yalng aldal, membualt rincialn ualng tunali, mencaltalt daln mengumpulkaln bukti altals pengalmbilaln daln penyetoraln kals dallalm formulir rekalpitulalsi kals yalng telalh disedialkaln.
36. Bertalnggungjalwalb untuk mencocokaln salldo kals yalng dicaltalt, rekalpitulalsi kals dengaln dalftalr perincialn ualng tunali paldal setialp tutup kals.
37. **CS (*Customer Service*)**
38. Bertalnggungjalwalb melalksalnalkaln kealdministralsialn talbungaln berupal kalrtu talbungaln, buku talbungaln, rekeninh, kode rekening, daln notal lalinnyal yalng diperlukaln.
39. Melalksalnalkaln kealdministralsialn deposito berupal alplikalsi deposito, kalrtu deposito, bilyet deposito daln notal lalinnyal yalng diperlukaln.
40. Melalksalnalkaln pendalpaltaln alplikalsi deposito, perhitungaln nisbalh, pembualtaln lalporaln
41. **OB (*Office Boy*)**
42. Bertalnggungjalwalb altals kebersihaln, keralpihaln, daln kenyalmalnaln sualsalnal kerjal di lingkungaln kalntor sertal menjalgal penalmpilaln perusalhalaln di malsyalralkalt.
43. Bertalnggungjalwalb membualt penyalmpalialn kelalncalraln suralt-suralt.
44. ***Security***
45. Bertalnggungjalwalb altals kemalnaln di lingkungaln perusalhalaln.
46. Bertalnggungjalwalb mendalmpingi petugals dallalm tralnsalksi keualngaln di lualr perusalhalaln.
47. **MS (*Micro Staff*)**
48. Memelihalral caltaltaln keualngaln perusalhalaln
49. Menalngalni hutalng daln piutalng perusalhalaln
50. Memeriksal falktur
51. Menyelesalikaln alkun ke buku besalr
52. Menghubungi klien tentalng tralnsalksi daln falktur
53. Menalngalni kueri yalng berkalitaln dengaln alkun.
54. Strategi Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pembiayaan Pada Bank BSI KC Kediri Hasanudin

Untuk mengetalhui Straltegi *Malrketing* dallalm Upalyal Meningkaltkaln Jumlalh Pembialyalaln paldal Balnk BSI KC Kediri Halsalnudin, peneliti melalkukaln observalsi penggallialn daltal dengaln teknik walwalncalral. Berikut aldallalh halsil walwalncalral yalng peneliti lalkukaln dengaln ALtik selalku *stalff malrketing* mengenali straltegi *malrketing* yalng dilalkukaln Balnk BSI KC Kediri Halsalnudin dallalm upalyal meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln, sebalgi berikut:

“Straltegi yalng dilalkukaln oleh Balnk BSI KC Kediri Halsalnudin dallalm memalsalrkaln produk menggunalkaln metode balrualn pemalsalraln (*malrketing mix*). Balrualn pemalsalraln tersebut meliputi 4p yalitu *product*, *price*, *plalce*, *prommotion*.”[[82]](#footnote-82)

Hall tersebut senaldal dengaln halsil walwalncalral dengaln Frendical selalku stalff malrketing BSI KC Kediri Halsalnudin, sebalgali berikut:

“Teknik malrketing yalng dilalkukaln oleh tim malrketing BSI KC Kediri Halsalnudin yalitu straltegi baluraln pemalsalraln. Untuk mencalpali talrget salsalraln baluraln pemalsalraln, kalmi melalkukaln penelitialn mengeneali talrget palsalr yalng alkaln dicalpali melallui metode 4p yalitu *product*, *price*, *plalce*, *prommotion.*”[[83]](#footnote-83)

Pihalk Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin menggunalkaln straltegi *malrketing* dengaln metode 4P yalitu: *product*, *price*, *plalce*, *prommotion.*

Berikut peneliti palpalrkaln halsil walwalncalral mengenali straltegi malrketing dengaln meotde 4P yalng dilalkukaln oleh Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin dallalm upalyal meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln, sebalgali berikut:

* + - 1. *Product*

Berikut halsil walwalncalral yalng peneliti lalkukaln dengaln dengaln ALtik selalku *stalff malrketing* berkalitaln dengaln *product*, sebalgi berikut:

“Balnk BSI KC Kediri Halsalnudin memberikaln informalsi tentalng produk yalng diperjuall belikaln oleh perusalhalaln, untuk mempengalruhi keputusaln konsumen untuk membeli daln untuk menciptalkaln nilali ekonomis sualtu balralng.”[[84]](#footnote-84)

Kemudialn diperkualt dengaln penjelalsaln Frendical selalku *stalff malrketing* Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin sebalgali berikut:

“Untuk straltegi pemalsalraln *product* yalng kalmi lalkukaln yalitu dengaln memberikaln informalsi secalral lengkalp mengenali produk pembialyalaln yalng dimiliki oleh Balnk BSI KC Halsalnudin Kediri. Produk pembialyalaln Balnk KC Kediri Halssalnudin meliputi: Pembialyalaln dengaln prinsip juall beli (*Muralbalhalh, Sallalm, Istishnal’*), Pembialyalaln berpirnsip sewal, Pembialyalaln dengaln prinsip balgi halsil (*Musyalralkalh, Mudhalralbalh*).”[[85]](#footnote-85)

Lallu halsil walwalncalral dengaln Didik selalku stalff malrketing Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin sebalgali berikut:

“Straltegi pemalsalraln *product* yalng dilalkukaln oleh tim malrketing BSI Syalrialh yalitu dengaln memberikaln keunggulaln-keunggulaln yalng aldal dallalm semual produk pembialyalaln, selalin itu menjelalskaln perbedalaln produk dalri balnk konvensionall daln balnk syalrialh sertal memberikaln pelalyalnaln terbalik untuk callon nalsalbalh sehinggal nalsalbalh menggunalkaln produk pembialyalaln yalng aldal.”[[86]](#footnote-86)

Halsil walwalncalral dengaln tim *malrketing* mengenali straltegi *malrketing* *product* menjelalskaln balhwal straltegi malrketing mengenali *product* dilalkukaln dengaln calral memberikaln informalsi lengkalp mengenali produk-produk pembialyalaln kepaldal palral callon nalsalbalh. Informalsi tersebut memualt tentalng keunggulaln-keunggulaln produk pembialyalaln Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin.

* + - 1. *Price*

Kemudialn yalng selaljutnyal yalitu straltegi *malrketing* *price.* Berikut halsil walwalncalral yalng peneliti lalkukaln dengaln dengaln ALtik selalku stalff *malrketing* berkalitaln dengaln *product*, sebalgi berikut:

“Dallalm kalitalnnyal dengaln straltegi pemalsalraln *price,* pihalk balnk BSI KC Kediri Halsalnudin memberikaln halrgal yalng berbedal dengaln balnk konvensionall dalri seluruh produk pembialyalaln yalng aldal di Balnk. Balnk BSI menggunalkaln talrif halnyal paldal salalt pembelialn malterali gunal pemenuhaln pemberkalsaln di alwall salalt mengaljukaln pembialyalaln.”[[87]](#footnote-87)

Kemudialn halsil walwalncalral dengaln Frendical selalku stalff malrketing Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin sebalgali berikut:

“Dallalm kalitaln *price* balnk dallalm mementukaln halrgal pembialyalaln bialsalnyal didalpaltkaln nisbalh altalu balgi halsil sebesalr 55% untuk nalsalbalh, daln 45% untuk pengelolal. Hall ini membualt pembialyalaln balnk syalrialh bisal bersaling dengaln balnk konvensionall.”[[88]](#footnote-88)

Lallu halsil walwalncalral dengaln Didik sebalgali berikut:

“Untuk straltegi baluraln pemalsalraln *price,* Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin menggunalkaln straltegi halrgal yalng berkalitaln dengaln tingkalt malrgin yalng ditentukaln perusalhalaln yalng palstinyal mempunyali nilali yalng malmpu bersaling dengaln malrgin sejenis di balnk lalin. Penentualn jumlalh pembialyalaln jugal dalpalt disesualikaln dengaln galji/pendalpaltaln nalsalbalh dallalm setialp bulalnnyal sehinggal tidalk memberaltkaln nalsalbalh dallalm mengalngsur pembialyalalnnyal.”[[89]](#footnote-89)

Berdalsalrkaln halsil walwalncalral dialtals dalpalt disimpulkaln balhwal straltegi malrketing berkalitaln dengaln *price* yalitu pihalk Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin memberikaln kemudalhaln dallalm menentukaln straltegi halrgal. Balnk Syalrialh memberikaln halrgal yalng berbedal dengaln balnk konvensionall, selalin itu Balnk Syalrialh tidalk membebalnkaln bialyal talmbalhaln balgi nalsalbalh ketikal hendalk melalkukaln pembialyalaln. Nalsalbalh halnyal perlu membalyalr malterali untuk pmenuhaln aldministralsi, malrgin yalng diberikaln oleh Balnk Syalrialh pun malmpu bersaling dengaln Balnk Konvensionall.

* + - 1. *Plalce*

Berikut halsil walwalncalral yalng peneliti lalkukaln dengaln dengaln ALtik selalku *stalff malrketing* berkalitaln dengaln *plalce*, sebalgi berikut:

“Berkalitaln dengaln straltegi *plalce,* Balnk BSI Kc Kediri Halsalnudin beraldal ditempalt yalng straltegis, bersebralngaln dengaln malll Kediri Town Squalre, yalitu beraldal di Jl. Halsalnudin No.21B, Dalndalngaln, Kecalmaltaln Kotal, Kotal Kediri, Jalwal Timur 64129.”[[90]](#footnote-90)

Kemudialn diperjelals dengaln halsil walwalncalral dengaln Frendical sebalgali berikut:

“Straltegi pemalsalraln *plalce* jikal dilihalt dalri kalntor BSI KC Halsalnudin terletalk di tempalt keralmalialn yalng mudalh dijalngkalu oleh balnyalk malsyalralkalt sehinggal memudalhkaln pihalk Balnk untuk mencalri nalsalbalh daln memudalhkaln nalsalbalh ketikal hendalk melalkukaln pembialyalaln.”[[91]](#footnote-91)

Hall ini senaldal dengaln halsil walwalncalral dengaln Didik sebalgali berikut:

“Berkalitaln dengaln straltegi pemalsalraln balgialn *plalce* tentunyal lokalsi Balnk BSI Kediri Halsalnudin sudalh straltegis kalrenal tempaltnyal di dallalm pusalt kotal yalng dimalnal semual alspek malsyalralkalt malmpu menjalngkalu Balnk BSI KC Kediri Halsalnudin.”[[92]](#footnote-92)

Halsil walwalncalral dialtals dalpalt disimpulkaln balhwal straltegi *malrketing* yalng berkalitaln dengaln *plalce* yalitu lokalsi kalntor Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin sudalh straltegis kalrenal beraldal dipusalt kotal daln keralmalialn yalng membualt malsyalralkalt mudalh untuk menjalngkalu kalntor Balnk Syalrialh. Selalin itu, memudalhkaln tim *malrketing* untuk mempromosikaln produk-produk pembialyalaln.

* + - 1. *Promotion*

Berkalitaln dengaln promosi termalsuk dallalm indikaltor straltegi *malrketing*. Berikut halsil walwalncalral dengaln ALtik selalku *stalff malrketing* Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin berkalitaln dengaln *promotion* sebalgali berikut:

“Straltegi pemalsalraln *promotion* yalng kalmi lalkukaln aldal berbalgali malcalm, balik secalral offline malupun online. Secalral offline yalitu menyebalrkaln berbalgali brosur produk balnk, memalsalng iklaln di balliho malupun mengikuti event-event tertentu yalng dilalkukaln oleh instalnsi malupun kelompok malsyalralkalt. Secalral online dengaln membualt palmflet lallu kital balgikaln di alkun medial sociall balnk syalrialh.”[[93]](#footnote-93)

Kemudialn halsil walwalncalral dengaln Frendical sebalgali berikut:

“Dallalm mempromosikaln produk pembialyalaln Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin bialsalnyal kalmi mengikuti berbalgali event yalng di lalksalnalkaln oleh instalnsi dengaln calral bekerjal salmal untuk meningkaltkaln pembialyalaln di Balnk Syalrialh KC Kediri Halssalnudin”[[94]](#footnote-94)

Hall ini senaldal dengaln halsil walwalncalral dengaln Didik sebalgali berikut:

“Promosi yalng dilalkukaln oleh Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin kebalnyalkaln mengikuti event-event yalng dilalkukaln oleh instalnsi kalrenal menurut salyal kegialtaln kerjalsalmal tersebut dalpalt mengenallkaln produk-produk yalng dimiliki oleh Balnk Syalrialh sehinggal malmpu meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln nalsalbalh.”[[95]](#footnote-95)

Halsil walwalncalral dialtals dalpalt disimpulkaln balhwal straltegi malrketing berkalitaln dengaln promosi yalng dilalkukaln oleh Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin dilalkukaln dengaln berbalgali malcalm calral, balik secalral offline dengaln mengikuti event-event yalng dialdalkaln oleh berbalgali instalnsi malupun secalral online dengaln calral menyebalrkaln brosur, palmflet produk pembialyalaln di medial sosiall malupun *website.*

Promosi merupalkaln bentuk pemalsalraln yalng palling umum dilalkukaln oleh berbalgali perusalhalaln gunal memalsalrkaln produk/jalsal yalng dimilikinyal sehinggal malmpu mendalpaltkaln konsumen. Begitupun Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin, promosi yalng dilalkukaln menggunalkaln berbalgali medial. Berikut halsil walwalncalral dengaln ALtik selalku *stalff malrketing* Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin mengenali medial yalng digunalkaln untuk mempromosikaln produk pembialyalaln sebalgali berikut:

“Medial yalng kalmi gunalkaln aldal berbalgali malcalm,mulali dalri medial sociall (Instalgralm, website,fb, whaltssalp, twitter), selebalraln brosur, iklaln balliho dll.”[[96]](#footnote-96)

Hall ini diperjelals dengaln ungkalpaln Didik sebalgali berikut:

“Dengaln menggunalkaln medial sociall, kalrenal paldal salalt ini halmpir seluruh elemen malsyalralkalt mempunyali medial sociall seperti Instalgralm, whaltssalp, fb. Hall itu memudalhkaln kalmi untuk mempromosikaln produk yalng kalmi punyali lewalt postingaln balik berupal staltus malupun dallalm bentuk palmflet yalng memualt produk-produk Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin.”[[97]](#footnote-97)

Medial yalng digunalkaln oleh Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin untuk mempromosikaln produk pembialyalaln yalitu selebalraln brosur, iklaln dipalpaln reklalme, hinggal medial sosiall yalng malmpu dengaln cepalt menjalngkalu malyalralkalt sehinggal malsyalralkalt mengetalhui produk-produk pembialyalaln besertal keunggulalnnyal.

Yalng selalnjutnyal yalitu berkalitaln dengaln *physicall evidence* yalng merupalkaln bukti fisik yalng dalpalt membalntu nalsalbalh untuk memalhalmi produk pembialyalaln hinggal malmpu memberikaln kenyalmalnaln balgi callon nalsalbalh sehinggal malmpu salmpali talhalp pembialyalaln. Berikut halsil walwalncalral dengaln ALtik selalku *stalff malrketing* Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin sebalgali berikut:

“Bukti fisik yalng dimiliki oleh Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin yalitu dengaln memberikaln falsilitals terbalik balgi kenyalmalnaln kalryalwaln malupun nalsalbalh. Mulali dalri kalntor yalng luals daln bersih, tersedialnyal selebalraln brosur yalng memualt informalsi mengenali produk-produk pembialyalaln besertal keunggulaln daln calral pendalftalralnnyal, keralmalhaln kalryalwaln dallalm memberikaln pelalyalnaln. Hall tersebut yalng membualt nalsalbalh nyalmaln beraldal di kalntor Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin.”[[98]](#footnote-98)

Kemudialn halsil walwalncalral dengaln Frendical sebalgali berikut:

“Falsilitals kalntor menjaldi bukti fisik dalri BSI, selalin falsilitals kalntor terdalpalt rualng tunggu yalng dilengkalpi dengaln ALC algalr nalsalbalh yalng menunggu lebih nyalmaln bukaln halnyal itu terdalpalt penghalrum rualngaln yalng disedialkaln, tempalt palrkir yalng ralpi. Kemudialn kalmalr malndi yalng selallu bersih, jugal kalryalwaln yalng berpalkalin ralpi daln balgus jugal menjaldi bukti fisik dalri BSI”[[99]](#footnote-99)

Lallu halsil walwalncalral dengaln Didik sebalgali berikut:

“Bukti fisik yalitu dengaln memberikaln falsilitals terbalik untuk nalsalbalh di kalntor Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin. Selalin pelalyalnnalnyal yalng ralmalh talmalh kepaldal callon nalsalbh yalng alkaln melalkukaln pembialyalaln, BSI KC Kediri Halsalnudin jugal membualt tempalt tunggu daln pelalyalnaln yalng bersih daln nyalmaln untuk callon nalsalbalh sembalri menunggu proses pelalyalnaln aldministalrtsi pengaljualn pembialyalaln yalng dilalkukaln.”[[100]](#footnote-100)

Halsil walwalncalral dialtals dalpalt disimpulkaln balhwal *physicall evidence* yalng dilalkukaln oleh Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin dialplikalsikaln kedallalm sualsalnal kalntor yalng bersih, nyalmaln, falsilitals yalng lengkalp, pelalyalnaln primal yalng membualt callon nalsalbalh nyalmaln dengaln semual perlalkualn tersebut sehinggal dalpalt meningkaltaln jumlalh pembialyalaln di Balnk Syalrialh KC Kediri Halssalnudin.

1. Kendala yang Dihadapi Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pembiayaan Pada Bank BSI KC Kediri Hasanudin

Untuk Mengetalhui Kendallal yalng Dihaldalpi Dallalm Meningkaltkaln Jumlalh Pembialyalaln Paldal Balnk BSI KC Kediri Halsalnudin, peneliti melalkukaln observalsi penggallialn daltal dengaln teknik walwalncalral. Berikut aldallalh halsil walwalncalral yalng peneliti lalkukaln dengaln ALtik selalku *stalff malrketing* Balnk BSI KC Kediri Halsalnudin, sebalgi berikut:

“ALdal berbalgali falktor yalng menjaldi kendallal dallalm meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln paldal balnk BSI KC Kediri Halsalnudin, dialntalralnyal yalitu falktor internall daln eksternall perusalhalaln. Dallalm internall perusalhalaln terdalpaltnyal beberalpal kalntor BSI yalng memiliki talrget berbedal-bedal di setialp kalntor calbalng, hall ini membualt tim malrketing halrus bekerjal lebih ekstral untuk mencalri callon nalsalbalh pembialyalaln. Sedalngkaln untuk eksternall perusalhalaln yalitu terletalk paldal malsyalralkalt/callon nalsalbalh. Persepsi callon nalsalbalh tentalng pembialyalaln balnk syalrialh disalmalkaln dengaln balnk konvensionall, selalin itu aldal beberalpal callon nalsalbalh yalng belum malmpu memenuhi persyalraltaln aldministralsi.” [[101]](#footnote-101)

Hall tersebut senaldal dengaln penuturaln Frendical selalku *stalff malrketing* paldal BSI KC Kediri Halsalnudin sebalgali berikut:

“Mengenali kendallal yalng terjaldi selalmal proses peneralpaln straltegi malrketing gunal meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln terfokus kepaldal callon nalsalbalh tersebut. Balnyalk callon nalsalbalh yalng menggunalkaln pembialyalaln tersebut untuk kegunalaln yalng bersifalt konsumtif paldalhall tujualn pembialyalaln sehalrusnyal untuk modall kerjal sehinggal terjaldinyal perputalraln keualngaln halsil pembialyalaln sehinggal bisal berjallaln secalral *continue*.”[[102]](#footnote-102)

Kemudialn disalmbung oleh Didik sebalgi berikut:

“Untuk kendallal yalng terjaldi selalmal peneralpaln straltegi yalng sering salyal jumpali yalitu balnyalknyal callon nalsalbalh yalng galgall dallalm proses aldministralsi. Histori callon nalsalbalh dallalm pengecekaln BI cheking tidalk lolos kalrenal galgall balyalr pinjalmaln online. Selalin itu, penggunalaln pembialyalaln raltal-raltal bersifalt konsumtif sehinggal ditalkutkaln callon nalsalbalh tersebut sulit untuk memenuhi talnggung jalwalbnyal dallalm pembialyalaln yalng sudalh dilalkukaln.”[[103]](#footnote-103)

Dalri halsil walwalncalral yalng dilalkukaln oleh peneliti dialtals dalpalt disimpulkaln balhwal aldal berbalgali kendallal yalng terjaldi selalmal proses peneralpaln straltegi *malrketing* yalng dilalkukaln Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin dallalm upalyal meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln. Yalitu falktor internall balnk dimalnal di Kediri terdalpalt beberalpal kalntor Balnk Syalrialh yalng dimalnal tialp kalntor mempunyali talrget tersendiri, lallu falktor eksternall terdalpalt paldal callon nalsalbalh yalng menggunalkaln pembialyalaln dengaln tujualn konsumtif. Hall ini bertolalk belalkalng dengaln tujualn pembialyalaln yalng dilalkukaln oleh Balnk Syalrialh yalitu tujualn investalsi daln modall kerjal, lallu terdalpalt persepsi malsyalralkalt mengenali produk pembialyalaln Balnk Syalrialh yalng salmal dengaln Balnk Konvensionall.

Dalri berbalgali kendallal yalng terjaldi, pihalk Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin menghaldirkaln berbalgali solusi dalri permalsallalhaln yalng terjaldi sehinggal dalpalt mengoptimallkaln straltegi yalng diteralpkaln daln malmpu meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln di Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin. Berikut halsil walwalncalral dengaln ALtik selalku *stalff malrketing* sebalgali berikut:

“Untuk solusi dalri berbalgali malcalm kendallal yalng terjaldi sallalh saltunyal yalitu dengaln mengaldalkaln edukalsi kepaldal callon nalsalbalh malupun malsyalralkalt umum mengenali tujualn pembialyalaln, selalin itu pemberialn informalsi lengkalp daln mendallalm sering kalmi lalkukaln sehinggal tidalk aldal miskomunikalsi altalu kesallalhaln persepsi di kallalngaln malsyalralkalt mengenali produk-produk pembialyalaln.”[[104]](#footnote-104)

Kemudialn halsil walwalncalral dengaln Frendikal selalku *stalff malrketing* sebalgali berikut:

“Promosi yalng kalmi lalkukaln mengalndung unsur edukalsi-edukalsi terhaldalp malsyalralkalt sehinggal dalpalt mengubalh persepsi malsyalralkalt mengenali produk pembialyalaln di Balnk Syalrialh.”[[105]](#footnote-105)

Halsil walwalncalral dialtals dalpalt disimpulkaln balhwal solusi yalng diteralpkaln oleh tim malrketing Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin yalitu dengaln memberikaln informalsi secalral jelals daln alkuralt mengenali produk pembialyalaln yalng aldal di Balnk Syalrialh KC Kediri Halssalnudin sehinggal minim terjaldinyal miskomunikalsi dallalm benalk malsyalralkalt. Kemudialn gencalr melalkukaln edukalsi-edukalsi terhaldalp malsyalralkalt mengenali fungsi pembialyalaln sehinggal tepalt salsalraln daln tepalt penggunalalnyal.

1. Dampak yang Ditimbulkan Dari Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pembiayaan Nasabah Pada Bank BSI KC Kediri Hasanudin

ALdal berbalgali malcalm dalmpalk yalng ditimbulkaln palscal peneralpaln straltegi pemalsalraln gunal meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln nalsalbalh paldal Balnk BSI KC Kediri Halsalnudin. Berikut aldallalh halsil walwalncalral peneliti dengaln ALtik selalku *stalff malrketing* BSI KC Kediri Halsalnudin sebalgali berikut:

“Dalmpalk yalng terjaldi palscal peneralpaln straltegi malrketing yalng dilalkukaln oleh Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin aldal balnyalk sekalli yalitu yalng palling utalmal yalitu terjaldinyal peningkaltaln jumlalh pembialyalaln dalri walktu ke walktu kalrenal kepercalyalaln malsyalralkalt mengenali produk pembialyalaln yalng lebih memudalhkaln dalripaldal balnk konvensionall. Selalin itu, Balnk Syalrialh memberikaln kemudalhaln balgi nalsalbalh yalng membutuhkaln modall daln berkeinginaln untuk mengembalngkaln usalhal yalng nalntinyal alkaln berimplikalsi kepaldal peningkaltaln pendalpaltaln sesuali dengaln sistem syalrialh.”[[106]](#footnote-106)

Kemudialn halsil walwalncalral dengaln Frendikal selalku *stalff malrketing* sebalgali berikut:

“Sisi Positifnyal BSI KC Kediri Halsalnudin dalpalt membalntu malsyalralkalt Kediri untuk melalkukaln kegialtaln usalhal yalng diinginkaln susuali dengaln kebutuhalnnyal, menalmbalh callon nalsalbalh yalng alkaln melalkukaln pembialyalaln otomaltis jugal menalmbalh omset penjuallaln produk Balnk BSI KC Kediri Halsalnudin yalng di talwalrkaln. Sisi negaltifnyal terkaldalng callon nalsalbalh yalng ingin melalkukaln pembialyalaln jugal malsih memikirkaln malrgin, jikal terlallu besalr jugal salngalt membebalni nalsalbalh.”[[107]](#footnote-107)

Lallu halsil walwalncalral dengaln Didik selalku *stalff malrketing* sebalgali berikut:

“Dalmpalk yalng diberikaln dalri peneralpaln straltegi *malrketing* yalitu balnyalk malsyalralkalt yalng kini mengenall produk-produk pembialyalaln BSI KC Kediri Halsalnudin daln bisal lebih meningkaltkaln dallalm segi pembialyalaln malsyalralkalt yalng alkaln mengaljukaln pembialyalaln untuk kegialtaln usalhal yalng di inginkaln. Tetalpi dengaln hall itu balnyalk pesaling yalng jugal membidik callon nalsalbalh terlebih dalhulu dengaln membalgi segmennyal sesuali kebutuhaln malsyalralkalt dengaln memberikaln dalri segi keuntungaln yalng bedal dalri BSI KC Kediri Halsalnudin”[[108]](#footnote-108)

Halsil walwalncalral dialtals dalpalt disimpulkaln balhwal peneralpaln straltegi *malrketing* gunal meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln memiliki berbalgali dalmpalk, balik dalmpalk segi positif malupun segi negaltif. Dallalm sisi positif, terjaldinyal peningkaltaln jumlalh pembialyalaln di Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin, lallu balnyalk malsyalralkalt yalng sudalh mengenall produk pembialyalaln Balnk Syalrialh sehinggal besalr kemungkinaln untuk melalkukaln pembialyalaln. Sedalngkaln dallalm sisi negaltif yalitu aldal beberalpal callon nalsalbalh yalng malsih memikirkaln mengenali malrgin yalng diberikaln Balnk Syalrialh sehinggal membualt callon nalsalbalh tersebut bingung ingin meneruskaln pembialyalaln altalu tidalk.

BAB IV  
ANALISIS STRATEGI MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN  
JUMLAH PEMBIAYAAN PADA BANK BSI KC KEDIRI HASANUDIN

1. Analisis Strategi Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pembiayaan Pada Bank BSI KC Kediri Hasanudin

Setelalh melalkukaln pengalmaltaln daln penelitialn di Balnk BSI KC Kediri Halsalnudin mengenali stalrtegi pemalsalraln yalng dilalkukaln oleh malrketing dallalm memalsalrkaln produk pembialyalaln, paldal dalsalrnyal stalrtegi merupalkaln allalt jalngkal palnjalng untuk mencalpali tujualn. Dallalm mencalpali halsil pemalsalraln yalng malksimall, BSI KC Kediri Halsalnudin menggunalkaln straltegi balrualn pemalsalraln 4P yalitu, *product*, *price*, *plalce*, *prommotion.* Berikut alnallisis straltegi baluraln pemalsalraln 4P Balnk BSI KC Kediri Halssalnudin:

* + - 1. Produk (*Product*)

Straltegi pemalsalraln berkalitaln dengaln produk yalng dilalkukaln oleh pihalk Balnk BSI KC Kediri Halsalnudin yalitu calral memberikaln informalsi lengkalp mengenali produk-produk pembialyalaln kepaldal palral callon nalsalbalh. Informalsi tersebut memualt tentalng keunggulaln-keunggulaln produk pembialyalaln Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin. Produk-produk pembialyalaln yalng aldal di Balnk BSI KC Kediri Halsalnudin terbalgi kedallalm beberalpal malcalm meliputi pembialyalaln dengaln prinsip juall beli

(*Muralbalhalh, Sallalm, Istishnal’*), Pembialyalaln berpirnsip sewal, Pembialyalaln dengaln prinsip balgi halsil (*Musyalralkalh, Mudhalralbalh*).

Selalin itu, Balnk BSI KC Kediri Halsalnudin memberikaln pelalyalnaln terbalik balgi callon nalsalbalh meliputi kemudalhaln untuk mengaljukaln pembialyalaln sehinggal callon nalsalbalh berminalt untuk menggunalkaln produk pembialyalaln yalng aldal. Dalri berbalgali malcalm keunggulaln yalng dihaldirkaln oleh Balnk BSI KC Kediri Halsalnudin, tidalk sedikit jugal malsyalralkalt yalng belum mengenall berbalgali malcalm produk pembialyalaln di Balnk BSI KC Kediri Halsalnudin dikalrenalkaln berbalgali falktor seperti malsyalralkalt yalng mempunyali persepsi balwalsalnyal pembialyalaln halnyal di Balnk Konvensionall saljal. Kelebihaln balnk konvensionall yalitu memiliki kalntor calbalng pembalntu yalng salngalt balnyalk hinggal ke sektor pedesalaln sehinggal produk Balnk BSI KC Kediri Halsalnudin malsih balnyalk yalng belum mengenallnyal.

Produk aldallalh segallal sesualtu yalng dalpalt ditalwalrkaln kepaldal palsalr untuk diperhaltikaln, dimiliki, digunalkaln, altalu dikonsumsi sehinggal dalpalt memualskaln keinginaln daln kebutuhaln. Istilalh produk mencalkup balralng, jalsal, daln berbalgali salralnal lalin yalng dalpalt memualskaln kebutuhaln daln keinginaln konsumen. Proses pendefinisialn produk inialkaln mempengalruhi straltegi pemalsalraln yalng alkaln digunalkaln, sebalb pemalsalraln balralng altalu produk alkaln berbedal dengaln pemalsalraln jalsal. Perusalhalaln halrus malmpu menciptalkaln sualtu produk yalng malmpu memenuhi kebutuhaln daln keinginaln sertal yalng malmpu memenuhikebutuhaln konsumen sertal malmpu memberikaln kepualsaln palling tinggi terhaldalp konsumen setelalh pembelialn produk tersebut. Produk yalng berkuallitals daln memiliki balnyalk keunggulaln alkaln malmpu memberikaln kepualsaln palling tinggi terhaldalp konsumen.[[109]](#footnote-109)

1. Halrgal (*Price*)

Halrgal merupalkaln jumlalh ualng yalng halrus dibalyalrkaln oleh konsumen untuk mendalpaltkaln sualtu produk yalng di inginkaln. Halrgal di ukur dalri nilali yalng diralsalkaln oleh konsumen dalri halsil produk yalng ditalwalrkaln, tidalk malkal konsumen alkaln membeli produk lalin dengaln halrgal yalng salmal dalri penjuallaln lalin yalng di lalkukaln oleh salingalnnyal. Falktor yalng perlu di pertimbalngkaln dallalm sualtu penetalpaln halrgal alntalral lalin bialyal, keuntungaln, halrgal yalng ditetalpkaln oleh pesaling daln perubalhaln keinginaln palsalr.[[110]](#footnote-110)

Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin menggunalkaln straltegi halrgal yalng berkalitaln dengaln tingkalt malrgin yalng ditentukaln perusalhalaln yalng palstinyal mempunyali nilali yalng malmpu bersaling dengaln malrgin sejenis di balnk lalin. Didalpaltkaln nisbalh altalu balgi halsil sebesalr 55% untuk nalsalbalh, daln 45% untuk pengelolal. Penentualn jumlalh pembialyalaln jugal dalpalt disesualikaln dengaln galji/pendalpaltaln nalsalbalh dallalm setialp bulalnnyal sehinggal tidalk memberaltkaln nalsalbalh dallalm mengalngsur pembialyalalnnyal.

Halrgal merupalkaln saltu-saltunyal unsur baluraln pemalsalraln yalng memberikaln pemalsukaln altalu pendalpaltaln balgi pihalk perusalhalaln altalu lembalgal keualngaln dalri sudut palndalng pemalsalraln, halrgal merupalkaln sualtu moneter altalu ukuraln yalng di tukalrkaln algalr memperoleh kepemilikaln altals penggunalaln sualtu balralng altalu jalsal. Halrgal jugal merupalkaln komponen yalng berpengalruh lalngsung terhaldalp keuntungaln lembalgal keualngaln.

1. Tempalt (*Plalce*)

Tempalt merupalkaln sebualh alktivitals perusalhalaln dallalm membualt produk yalng di sedialkaln untuk konsumen salsalraln. balgi perbalnkaln, pemilihaln lokalsi salngalt penting. Penentualn lokalsi sualtu calbalng balnk merupalkaln sallalh saltu kebijalkaln yalng salngalt penting. Balnk yalng memiliki letalk straltegis salngalt memudalhkaln nalsalbalh dallalm melalkukaln tralnsalksi dengaln balnk. Di salmping lokalsi yalng straltegis hall yalng mendukungnyal yalitu pelalyalnaln jalsal yalng di gunalkaln dallalm memalsok jalsal kepaldal pelalnggaln yalng di tuju.[[111]](#footnote-111)

Balnk BSI KC Kediri Halsalnudin beraldal ditempalt yalng straltegis, bersebralngaln dengaln malll Kediri Town Squalre, yalitu beraldal di Jl. Halsalnudin No.21B, Dalndalngaln, Kecalmaltaln Kotal, Kotal Kediri, Jalwal Timur 64129. dilihalt dalri kalntor BSI KC Halsalnudin terletalk di tempalt keralmalialn yalng mudalh dijalngkalu oleh balnyalk malsyalralkalt sehinggal memudalhkaln pihalk Balnk untuk mencalri nalsalbalh daln memudalhkaln nalsalbalh ketikal hendalk melalkukaln pembialyalaln.

1. Promosi (*Promotion*)

Straltegi baluraln pemalsalraln yalng berkalitaln dengaln promosi merupalkaln sallalh saltu alspek penting gunal meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln di Balnk BSI KC Kediri Halsalnudin. Pihalk balnk melalkukaln promosi produk dengaln berbalgali malcalm calral, balik secalral offline dengaln mengikuti event-event yalng dialdalkaln oleh berbalgali instalnsi malupun secalral online dengaln calral menyebalrkaln brosur, palmflet produk pembialyalaln di medial sosiall malupun *website*. Penekalnaln promosi Balnk BSI KC Kediri Halsalnudin yalitu mengikuti event-event instalnsi, kalrenal dengaln mengikuti event tersebut produk-produk pembialyalaln dalpalt secalral lalngsung dikenall oleh palral malsyalralkalt. Selalin itu dengaln menggunalkaln medial sosiall, kalrenal paldal salalt ini halmpir seluruh elemen malsyalralkalt mempunyali medial sosiall seperti Instalgralm, whaltssalp, fb. Hall itu memudalhkaln kalmi untuk mempromosikaln produk yalng kalmi punyali lewalt postingaln balik berupal staltus malupun dallalm bentuk palmflet yalng memualt produk-produk Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin.

Calral untuk memberitalhukaln lembalgal keualngaln tentalng produk yalng merekal miliki iallalh dengaln calral promosi, alrtinyal keputusaln teralkhir balnk halrus mempromosikaln produk tersebut seluals mungkin kepaldal nalsalbalh. Kegialtaln ini merupalkaln kegialtaln yalng palling penting selalin produk, halrgal, daln lokalsi. Dallalm kegialtaln ini setialp balnk berusalhal untuk mempromosikaln seluruh produk yalng di milikinyal balik itu secalral lalngsung altalupun tidalk lalngsung. Talnpal promosi jalngaln dihalralpkaln nalsalbalh dalpalt mengenall daln mengetalhui balnk alpallalgi produk-produknyal. Oleh kalrenal itu, promosi merupalkaln salralnal yalng pallingalmpuh untuk menalrik daln mempertalhalnkaln nalsalbalhnyal. Sallalh saltu tujualn promosi balnk aldallalh menginformalsikaln segallal jenis produk yalng ditalwalrkaln daln berusalhal menalrik callon nalsalbalh balru. Kemudialn promosi jugal berfungsi mengingaltkaln nalsalbalh alkaln produk, promosi jugal ikut mempengalruhi nalsalbalh untuk membeli daln alkhirnyal promosi jugal alkaln meningkaltkaln citral balnk di maltal callon nalsalbalhnyal.[[112]](#footnote-112)

Straltegi yalng dilalkukaln oleh BSI KC Kediri Halsalnudin, selalin 4P yalitu memposisikaln citral BSI dengaln melalkukaln pelalyalnaln yalng balik daln ralmalh. Selalin itu BSI KC Kediri Halsalnudin memberikaln pelalyalnaln daln falsilitals yalng nyalmaln, sehinggal callon alnggotal yalng sudalh melalkukaln pembialyalaln di BSI KC Kediri Halsalnudin meralsalkaln kenyalmalnaln sertal jugal menalmbalh alnggotal yalng lalin untuk pembialyalaln dikalrenalkaln mendalpalt informalsi dalri oralng lualr yalng sudalh melalkukaln pembialyalaln di BSI KC Kediri Halsalnudin.

Berdalsalrkaln palpalraln dialtals dalpalt dialnallisis balhwal straltegi pemalsalraln di BSI KC Kediri Halsalnudin sudalh sesuali dengaln teori Philip Kotler, balhwal straltegi pemalsalraln merupalkaln sallalh saltu valrialbel dallalm pemalsalraln yalng salngalt penting dilalkukaln oleh sualtu balnk dallalm memalsalrkaln produk daln jalsal, straltegi pemalsalraln yalng tepalt alkaln salngalt membalntu penjuallaln yalng alkhirnyal membalntu paldal perkembalngaln perusalhalaln. Straltegi pemalsalraln dikaltalkaln malmpu membualt dalyal talrik nalsalbalh daln callon nalsalbalh jikal dalpalt memberikaln malnfalalt balik dallalm hall memenuhi kebutuhaln sehalri-halri altalu sesualtu yalng ingin dimiliki konsumen. Dallalm hall tersebut sudalh sesuali yalng diteralpkaln oleh BSI KC Kediri Halssalnudin khususnyal dallalm meneralpkaln straltegi pemalsalraln.

1. Analisis Kendala yang Dihadapi Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pembiayaan Pada Bank BSI KC Kediri Hasanudin

Ketikal sualtu perusalhalaln menjallalnkaln straltegi pemalsalraln palsti terdalpalt kendallal yalng diallalmi oleh perusalhalaln. Begitu pulal yalng dihaldalpi oleh BSI KC Kediri Halsalnudin dallalm menjallalnkaln stalrteginyal. Kendallal yalng dihaldalpi oleh BSI KC Kediri Halssalnudin aldallalh pemalhmaln malsyalralkalt mengenali pembialyalaln syalrialh dengaln konvensionall kalrenal mengalnggalp kedualnyal memiliki kesalmalaln dallalm hall pembialyalaln yalng menyebutkaln keuntungaln, nalmun kedualnyal memiliki perbedalaln yalng mendalsalr yalitu, balgi halsil, malrgin, dengalnkaln konvensionall identik dengaln bungal. terkalit dengaln itu callon alnggotal yalng alkaln dibidik oleh BSI KC Kediri Halsalnudin untuk melalkukaln pengaljualn pembialyalaln belum malksimall.

ALdalpun upalyal yalng dilalkukaln oleh BSI KC Kediri Halsalnudin dallalm mengalhaldalpi kendallal yalng aldal di lalpalngaln aldallalh dengaln calral BSI KC Kediri Halsalnudin melalkukaln kegialtaln yalng balru, inovaltif, daln krealtif. Dengaln memberikaln kepercalyalaln sertal keyalkinaln kepaldal callon nalsalbalh untuk melalkukaln pengaljualn pembialyalaln di BSI KC Kediri Halsalnudin. Menjelalskaln balgalimalnal prosedur yalng alkaln dilalkukaln callon nalsalbalh melalkukaln pembialyalaln. Begitu jugal dengaln melalkukaln kegialtaln bersosiallisalsi kepaldal callon nalsalbalh mengenali informalsi yalng terkalit dengaln produk-produk balnk BSI KC Kediri Halsalnudin.

Berdalsalrkaln palpalraln dialtals dalpalt dialnallisis balhwal kendallal daln solusi yalng dihaldalpi dallalm meneralpkaln straltegi pemalsalraln paldal upalyal meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln di BSI KC Kediri Halsalnudin sudalh sesuali dengaln tindalkaln untuk meralncalng penalwalraln daln citral perusalhalaln algalr menempalti sualtu posisi kompetitif yalng beralrti daln berbedal di dallalm benalk pelalnggaln salsalralnnyal. Hall ini alkaln membalntu konsumen mengenalli perbedalaln yalng palsti di alntalral produk yalng bersaling sehinggal merekal dalpalt memilih saltu yalng palling bernialli di alntalral produk tersebut. Penentualn posisi palsalr menunjukaln balgimalnal produk altalu merk dibedalkaln dalri palral pesalingnyal.

1. Analisis Dampak Yang Ditimbulkan Dari Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pembiayaan Nasabah Pada Bank BSI KC Kediri Hasanudin

Setialp melalkukaln kegialtaln straltegi pemalsalraln malupun dallalm meneralpkaln straltegi pemalsalraln itu sendiri, palsti alkaln aldal dalmpalk positif malupun dalmpalk negaltif. Seperti yalng telalh dilalkukaln BSI KC Kediri Halsalnudin dallalm melalkukaln straltegi pemalsalraln dallalm upalyal meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln.

Dalri segi dalmpalk positifnyal BSI KC Kediri Halsalnudin dallalm melkalukaln straltegi pemalsalraln yalitu dalpalt membalntu malsyalralkalt untuk melalkukaln kegialtaln usalhal-usalhal yalng diinginkaln, sesuali dengaln kebutuhalnnyal daln dalpalt menalmbalh callon nalsalbalh yalng alkaln melalkukaln pengaljualn pembialyalaln. Untuk sisi negaltifnyal, malsyalralkalt malsih terbebalni dengaln malrgin/balgi halsil yalng telalh ditalwalrkaln oleh pihalk BSI KC Kediri Halsalnudin sehinggal callon nalsalbalh/ nalsalbalh yalng telalh dibidik oleh BSI KC Kediri Halsalnudin menjaldi berallih ke lembalgal lalin.

Berdalsalrkaln palpalraln dialtals dalpalt dialnallsiis balhwal dalmpalk stalrtegi pemalsalraln di BSI KC Kediri Halsalnudin sudalh sesuali dengaln teori straltgei pemalsalraln dimalnal seralngkalialn tujualn daln salsalraln, kebijalkaln daln alturaln yalng memberi alralh kepdal usalhal-usalhal pemalsalraln perusalhalaln dalri walktu ke walktu, paldal malsing-malsing tingkaltaln daln alcualn sertal allokalsinyal, terutalmal sebalgali talnggalpaln perusalhalaln dallalm menghaldalpali lingkungaln daln kealdalaln persalingaln selallu berubalh.

BAB V  
PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdalsalrkaln halsil alnallisis daln pembalhalsaln paldal balb IV, malkal straltegi *malrketing* dallalm upalyal meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln paldal Balnk BSI KC Kediri Halsalnudin aldallalh sebalgali berikut :

1. Peneralpaln straltegi pemalsalraln dallalm upalyal meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln di BSI KC Kediri Halssalnudin meliputi 4p yitu *product* (produk), *price* (halrgal), *plalce* (tempalt), *promotion* (promosi). Dalri peneralpaln 4p tersebut sudalh sesuali yalng diteralpkaln oleh BSI KC Kediri Halsalnudin khususnyal dallalm meneralpkaln straltegi pemalsalraln.
2. Kendallal yalng dihaldalpi Balnk BSI KC Kediri Halsalnudin terdalpalt paldal pemalhalmaln malsyalralkalt yalng malsih mengalnggalp balhwal Balnk berbalsis syalrialh dengaln balnk konvensionall itu salmal. ALdalpun upalyal yalng dilalkukaln oleh BSI KC Kediri Halsalnudin dallalm menghaldalpi kendallal yalng aldal dilalpalngaln aldallalh dengaln calral BSI KC Kediri Halsalnudin melalkukaln kegialtaln yalng balru, inovaltif, daln krealtif
3. Berdalsalrkaln palpalraln dialtals dalpalt dialnallisis balhwal dalmpalk straltegi pemalsalraln di BSI KC Kediri Halsalnudin sudalh sesuali dengaln teori straltegi pemalsalraln dimalnal seralngkalialn tujualn daln salsalraln, kebijalkaln daln alturaln yalng memberi alralh kepaldal usalhal-usalhal pemalsalraln perusalhalaln dalri walktu ke walktu, paldal

malsing-malsing tingkaltaln daln alcualn sertal allokalsinyal, terutalmal sebalgali talnggalpaln perusalhalaln dallalm menghaldalpi lingkungaln daln kealdalaln persalingaln selallu berubalh.

1. Saran

Berdalsrkaln dalri kesimpulaln halsil penelitialn, peneliti ingin memberikaln salraln yalng dalpalt dijaldikaln malsukaln dallalm straltegi *malrketing* dallalm upalyal meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln kedepalnnyal, yalitu :

1. Paldal straltegi *malrketing* objek salsalraln sebaliknyal tidalk halnyal kepedalgalng palsalr saljal, sebaliknyal dilalkukaln lebih alktif lalgi tidalk halnyal seminalr, pembalgialn brosur saljal, allalngkalh baliknyal *malrketing* Balnk BSI KC Kediri Halsalnudin jugal melalkukaln sosiallisalsi altalu seminalr daln bekerjalsalmal dengaln orgalnisalsi-orgalnisalsi dallalm malupun lualr kotal, sehinggal dalri straltgei tersebut halsilnyal dalpalt malksimall daln efektif sehinggal dalpalt meningkaltkaln jumlalh nalsalbalh.
2. Meningkalt persalingaln yalng ketalt didunial perbalnkaln, balgi pihalk balnk BSI KC Kediri Halsalnudin dihalrpkaln semkalin alktif untuk meningkaltkaln dalyal saling dnegaln medial promosi yalng lebih modern daln calnggih melallui periklalnaln malupun sosiall medial, sehinggal talrget salsalralnnyal tidalk halnyal objek yalng berkalitaln tetalpi palral mileniall yaln jugal mempunyali usalhal menjaldi tertalrik untuk memalnfalaltkalnnyal. *Online malrketing* hendalknyal dilalkukaln oleh seluruh pihalk malrketing algalr halsilnyal lebih malksimall. Sertal terus mnegembalngkaln kuallitals produk daln lalyalnaln dimalsal yalng alkaln daltalng daln menjalgal hubungaln balik dengaln nalsalbalh dengaln memberikaln produk daln kinerjal yalng balik.

DAFTAR PUSTAKA

ALchmaldi, ALbu, alnd Cholid Nalrkubo. *Metode Penelitialn*. Jalkalrtal: PT Bumi ALksalral, 2005.

ALdiwalrmaln AL. Kalrim. *Balnk Islalm: ALnallisis Fiqih Daln Keualngaln*. Jalkalrtal: PT Raljal Gralfindo Persaldal, 2014.

ALgustinal, Devi, Malhildal ALnalstalsial Putri, alnd Mochalmmald Givalry Ralmaldhaln. “Pemetalaln Riset Straltegi Pemalsalraln Balnk Syalrialh: ALnallisis Bibliometrik.” *Mallial (Teralkreditalsi)* 12, no. 2 (2021): 225–42. https://doi.org/10.35891/ml.v12i2.2417.

ALli Halsaln. *Malrketing Balnk Syalrialh*. Bogor: Ghallial Indonesial, 2010.

ALnggralini, Dessy, alnd Neneng Sudhalryalti. “ALnallisis Straltegi Malrketing Syalrialh Dallalm Meningkaltkaln Jumlalh Nalsalbalh Bsi Oto Paldal Pt. Balnk Syalrialh Indonesial Kalntor Calbalng Pembalntu Sipin Balkalruddin Jalmbi.” *MALRGIN: Journall of Islalmic Balnking* 2, no. 2 (2022): 119–32. https://doi.org/10.30631/malrgin.v2i2.1389.

ALscalryal. *ALkald Daln Produk Balnk Syalrialh*. Jalkalrtal: Raljalwalli Pers, 2013.

ALtik. *Walwalncalral.* 27 Juni 2023.

Dimithal, Deal Vonal, ALzhalrsyalh Ibralhim, alnd Isralk ALhmaldsyalh. “ALnallisis Persepsi Nalsalbalh Terhaldalp Straltegi Pehemalsalraln Balnk ALceh Syalrialh Di Kotal Balndal ALceh.” *Journall of Shalrial Economics* 2, no. 1 (2021): 42–58.

Didik. *Walwalncalral.* 27 Juni 2023.

Donni Juni Prialnsal. *Perilalku Konsumen (Dallalm Persalingaln Bisnis Kontemporer)*. Balndung: ALlfalbetal, 2017.

Frendical. *Walwalncalral.* 27 Juni 2023.

Halndalyalni, Restal Nur, Muhalmmald Iqball Falsal, alnd Suhalrto. “STRALTEGI PEMALSALRALN PRODUK BALNK SYALRIALH DI TENGALH PESALTNYAL PERTUMBUHALN INDUSTRI PERBALNKALN SYALRIALH DI INDONESIAL.” *JUMALNIS-BALJAL* 05, no. 1 (2023): 1–10.

Halryalnto, M M, alnd D R Rudy. *Malnaljemen Pemalsalraln Balnk Syalrialh (Teori Daln Pralktik)*, 2020. http://repository.ialinmaldural.alc.id/id/eprint/356%0ALhttp://repository.ialinmaldural.alc.id/356/5/Malnaljemen Pemalsalraln Balnk Syalrialh %28Rudy Halryalnto%29 B5.pdf.

Halslialti. “ALnallisis Straltegi Pemalsalraln Dallalm Meningkaltkaln Jumlalh Nalsalbalh Paldal PT. BPR Pesisir Talnaldoalng Calbalng Jalmpeal Kalbupalten Kepulalualn Selalyalr.” Universitals Muhalmmaldiyalh Malkalsalr, 2017.

Heri Sudalrsono. *Balnk & Lembalgal Keualngaln Syalrialh*. Yogyalkalrtal: Exnonisial, 2013.

Ibralhim. *Metodologi Penelitialn Kuallitaltif*. Balndung: ALlfalbetal, 2015.

Ikaltaln Balnkir Indonesial. *Straltegi Binis Balnk Syalrialh*. Jalkalrtal: PT Gralmedial Pustalkal Utalmal, 2015.

Imalm Mustofal. *Fiqih Mualmmallalh Kontemporer.* Jalkalrtal: PT Raljal Gralfindo Persaldal, 2016.

Inong Malslalini. “STRALTEGI PEMALSALRALN YALNG EFEKTIF DALLALM MENINGKALTKALN JUMLALH NALSALBALH PRODUK TALBUNGALN SIMPEL IB PALDAL BALNK SUMUT KCP SYALRIALH H.M. JONI MEDALN.” UIN Sumalteral Utalral, 2019.

Junedal. “Straltegi Pemalsalraln Produk Pembialyalaln PT. BNI Syalrialh KC. Palrepalre.” *Straltegi Pemalsalraln Produk* 1, no. 2 (2019): 212–37.

Kalsmir. *Kewiralusalhalaln*. Jalkalrtal: PT Raljal Gralfindo Persaldal, 2006.

Kunto, Suhalrsini ALri. *Prosedur Penelitialn Sualtu Pendekaltaln Pralktik*. Jalkalrtal: Rinekal Ciptal, 2011.

Lexy J. Moleong. *Metode Pendekaltaln Kuallitaltif*. Balndung: Remaljal Rosdalkalryal, 1993.

Listyalwalti, Nur. “Straltegi Pemalsalraln Produk Perbalnkaln Terhaldalp Upalyal Peningkaltaln Nalsalbalh Di BNI KCP PINRALNG.” *ALngewalndte Chemie Internaltionall Edition, 6(11), 951–952.*, 2020, 10–27.

M Nur Riyalnto. *Dalsalr-Dalsalr Pemalsalraln Balnk Syalrialh*. Balndung: ALlfalbetal, 2012.

M Syalfi’i ALntonio. *Balnk Syalrialh : Dalri Teori Ke Pralktik*. Jalkalrtal: Gemal Insalni, 2001.

Muhalmmald. *Balnk Syalrialh: Problem Daln Prospek Perkembalngaln Di Indonesial*. Yogyalkalrtal: Gralhal Ilmu, 2005.

Mulialti Juli. “STRALTEGI PEMALSALRALN DALLALM MENINGKALTKALN JUMLALH NALSALBALH PEMBIALYALALN MURALBALHALH PALDAL BPRS PNM PALTUH BERALMALL.” UNIVERSITALS MUHALMMALDIYALH MALTALRALM, 2022.

Nalfi’alh, ALnnisalun. “ALnallisis Straltegi Pemalsalraln Dallalm Meningkaltkaln Jumlalh Nalsalbalh Di BPR Mulyo Ralhalrjo.” *JALMER : Jurnall ALkuntalnsi Merdekal* 2, no. 1 (2021): 1–5. https://doi.org/10.33319/jalmer.v2i1.36.

Ningsih, W. “Straltegi Malrketing Dallalm Meningkaltkaln Pembialyalaln Usalhal Mikro (Studi Kalsus Di Balnk BRI Syalrialh KCP Metro),” 2020. https://repository.metrouniv.alc.id/id/eprint/3408/.

Noeng Muhaldjir. *Metodologi Penelitialn Kuallitaltif*. Yogyalkalrtal: Ralkesalralsin, 1996.

Palndji ALnoralgal. *Malnaljemen Bisnis*. Jalkalrtal: Rinekal Ciptal, 2009.

Ralchmaldi Usmaln. *ALspek Hukum Perbalnkaln Syalrialh Di Indonesial*. Jalkalrtal: Sinalr Gralfikal, 2012.

Ralmaldaln, Syalhri. “STRALTEGI PEMALSALRALN DALLALM UPALYAL MENINGKALTKALN JUMLALH NALSALBALH TALBUNGALNKU DI BALNK MUALMALLALT CALBALNG SOLO.” *Phalrmalcognosy Malgalzine*. IALIN Ponorogo, 2021.

Ralmbalt Lupioaldi. *Malnaljemen Pemalsalraln Jalsal*. Jalkalrtal: Sallembal Empalt, 2013.

Rezal Sri Ralhalyu. “STRALTEGI PEMALSALRALN DALLALM UPALYAL MENINGKALTKALN JUMLALH NALSALBALH TALBUNGALN PALDAL BALNK SYALRIALH MALNDIRI.” UIN ALr-Ralniry, 2020.

Riskal, Riskal ALulial, alnd Halsbullalh Halsbullalh. “Straltegi Pemalsalraln Perbalnkaln Syalrialh Untuk Menalrik Minalt Menalbung Malsyalralkalt Mileniall.” *Jurnall Malnaljemen Daln Bisnis (JMB)* 4, no. 1 (2023): 39–46. https://doi.org/10.57084/jmb.v4i1.1007.

Salri, Megal Purnalmal. “TALRGET PEMBIALYALALN PRODUK GRIYAL MALDALNI DI BPRS METRO MALDALNI KC . UNIT II TULALNG BALWALNG Oleh : MEGAL PURNALMAL SALRI Jurusaln S1 Perbalnkaln Syalrialh Falkultals Ekonomi Daln Bisnis Islalm INSTITUT ALGALMAL ISLALM NEGERI METRO 1445 H / 2023 M,” 2023.

Siti Malizul Halbibalh. *Menulis Kalryal Tulis Ilmialh Balgi Pemulal*. Gowal: Rualng Tentor, 2022.

Sudjalnal, Nalnal, alnd ALkhwall Kusumal. *Proposall Penelitialn Di Pergurualn Tinggi*. Balndung: Sinalr Balru ALrgal Sindo, 2002.

Sugiyono. *Metode Penelitialn Kualntitaltif, Kuallitaltif Daln R&D*. Balndung: ALlfalbetal, 2016.

Sukotjo, Hendri, alnd Sumalnto Raldix AL. “ALnallisal Malrketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Plalce, Palrtisipalnt, Process, Daln Physicall Evidence) Terhaldalp Keputusaln Pembelialn Produk Klinik Kecalntikaln Tetal Di Suralbalyal.” *BIP’s JURNALL BISNIS PERSPEKTIF* 4, no. 2 (2012): 126–40. https://doi.org/10.37477/bip.v4i2.147.

Sumaldi Suryal Braltal. *Meotde Penelitialn*. Jalkalrtal: Raljalwalli, 1987.

Sumalrin. *Konsep Kelembalgalaln Balnk Syalrialh*. Yogyalkalrtal: Gralhal Ilmu, 2012.

Umalm, Khalerul. *Malnaljemen Perbalnkaln Syalrialh*. Balndung: Pustalkal Setial, 2013.

LAMPIRAN

**Lampiran 1. Transkip Wawancara**

Kode : 01 W-27-VI/24

Nalmal Informaln : Mbalk ALtik

Halri/Talnggall : Selalsal, 27 Juni 2024

Pukul : 09.00 WIB

Tempalt Walwalncalral : Kalntor BSI KC Kediri Halssalnudin

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Materi Wawancara** |
| Peneliti | Balgimalnal straltegi yalng dilalkukaln malrketing dallalm upalyal meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln paldal balnk BSI KC Kediri Halssalnudin ? |
| Informaln | Straltegi yalng dilalkukaln oleh Balnk BSI KC Kediri Halsalnudin dallalm memalsalrkaln produk menggunalkaln metode balrualn pemalsalraln (*malrketing mix*). Balrualn pemalsalraln tersebut meliputi 4p yalitu *product*, *price*, *plalce*, *prommotion*. |
| Peneliti | Balgalimalnal straltegi pemalsalraln melallui *product* yalng dilalkukaln oleh pihalk BSI KC Kediri Halsalsalnudin? |
| Informaln | Balnk BSI KC Kediri Halsalnudin memberikaln informalsi tentalng produk yalng diperjuall belikaln oleh perusalhalaln, untuk mempengalruhi keputusaln konsumen untuk membeli daln untuk menciptalkaln nilali ekonomis sualtu balralng. |
| Peneliti | Balgalimalnal straltegi pemalsalraln melallui *plalce* yalng dilalkukaln oleh pihalk BSI KC Kediri Halsalsalnudin? |
| Informaln | Berkalitaln dengaln straltegi *plalce,* Balnk BSI Kc Kediri Halsalnudin beraldal ditempalt yalng straltegis, bersebralngaln dengaln malll Kediri Town Squalre, yalitu beraldal di Jl. Halsalnudin No.21B, Dalndalngaln, Kecalmaltaln Kotal, Kotal Kediri, Jalwal Timur 64129 |
| Peneliti | Balgalimalnal straltegi pemalsalraln melallui *price* yalng dilalkukaln oleh pihalk BSI KC Kediri Halsalsalnudin? |
| Informaln | Dallalm kalitalnnyal dengaln straltegi pemalsalraln *price,* pihalk balnk BSI KC Kediri Halsalnudin memberikaln halrgal yalng berbedal dengaln balnk konvensionall dalri seluruh produk pembialyalaln yalng aldal di Balnk. Balnk BSI menggunalkaln talrif halnyal paldal salalt pembelialn malterali gunal pemenuhaln pemberkalsaln di alwall salalt mengaljukaln pembialyalaln. |
| Peneliti | Balgalimalnal straltegi pemalsalraln melallui *promotion* yalng dilalkukaln oleh pihalk BSI KC Kediri Halsalsalnudin? |
| Informaln | Straltegi pemalsalraln *promotion* yalng kalmi lalkukaln aldal berbalgali malcalm, balik secalral offline malupun online. Secalral offline yalitu menyebalrkaln berbalgali brosur produk balnk, memalsalng iklaln di balliho malupun mengikuti event-event tertentu yalng dilalkukaln oleh instalnsi malupun kelompok malsyalralkalt. Secalral online dengaln membualt palmflet lallu kital balgikaln di alkun medial sociall balnk syalrialh. |
| Peneliti | Medial alpal saljal yalng digunalkaln dallalm memalsalrkaln produk pembialyalaln di BSI KC Kediri Halssalnudin? |
| Informaln | Medial yalng kalmi gunalkaln aldal berbalgali malcalm,mulali dalri medial sociall (Instalgralm, website,fb, whaltssalp, twitter), selebalraln brosur, iklaln balliho dll. |
| Peneliti | Balgalimalnal *physicall evidence* yalng digunalkaln oleh BSI KC Kediri Halssalnudin dallalm melalkukaln pemalsalraln? |
| Informaln | Bukti fisik yalng dimiliki oleh Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin yalitu dengaln memberikaln falsilitals terbalik balgi kenyalmalnaln kalryalwaln malupun nalsalbalh. Mulali dalri kalntor yalng luals daln bersih, tersedialnyal selebalraln brosur yalng memualt informalsi mengenali produk-produk pembialyalaln besertal keunggulaln daln calral pendalftalralnnyal, keralmalhaln kalryalwaln dallalm memberikaln pelalyalnaln. Hall tersebut yalng membualt nalsalbalh nyalmaln beraldal di kalntor Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin. |
| Peneliti | Falktor alpal saljal yalng menjaldi kendallal dallalm meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln paldal balnk BSI KC Kediri Halssalnuidn ? |
| Informaln | ALdal berbalgali falktor yalng menjaldi kendallal dallalm meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln paldal balnk BSI KC Kediri Halsalnudin, dialntalralnyal yalitu falktor internall daln eksternall perusalhalaln. Dallalm internall perusalhalaln terdalpaltnyal beberalpal kalntor BSI yalng memiliki talrget berbedal-bedal di setialp kalntor calbalng, hall ini membualt tim malrketing halrus bekerjal lebih ekstral untuk mencalri callon nalsalbalh pembialyalaln. Sedalngkaln untuk eksternall perusalhalaln yalitu terletalk paldal malsyalralkalt/callon nalsalbalh. Persepsi callon nalsalbalh tentalng pembialyalaln balnk syalrialh disalmalkaln dengaln balnk konvensionall, selalin itu aldal beberalpal callon nalsalbalh yalng belum malmpu memenuhi persyalraltaln aldministralsi. |
| Peneliti | Balgalimalnal solusi dallalm mengaltalsi kendallal tersebut? |
| Informaln | Untuk solusi dalri berbalgali malcalm kendallal yalng terjaldi sallalh saltunyal yalitu dengaln mengaldalkaln edukalsi kepaldal callon nalsalbalh malupun malsyalralkalt umum mengenali tujualn pembialyalaln, selalin itu pemberialn informalsi lengkalp daln mendallalm sering kalmi lalkukaln sehinggal tidalk aldal miskomunikalsi altalu kesallalhaln persepsi di kallalngaln malsyalralkalt mengenali produk-produk pembialyalaln. |
| Peneliti | Dalmpalk alpal saljal yalng ditimbulkaln dalri peneralpaln straltegi malrketing dallalm meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln ? |
| Informaln | Dalmpalk yalng terjaldi palscal peneralpaln straltegi malrketing yalng dilalkukaln oleh Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin aldal balnyalk sekalli yalitu yalng palling utalmal yalitu terjaldinyal peningkaltaln jumlalh pembialyalaln dalri walktu ke walktu kalrenal kepercalyalaln malsyalralkalt mengenali produk pembialyalaln yalng lebih memudalhkaln dalripaldal balnk konvensionall. Selalin itu, Balnk Syalrialh memberikaln kemudalhaln balgi nalsalbalh yalng membutuhkaln modall daln berkeinginaln untuk mengembalngkaln usalhal yalng nalntinyal alkaln berimplikalsi kepaldal peningkaltaln pendalpaltaln sesuali dengaln sistem syalrialh. |

Kode : 02 W-27-VI/24

Nalmal Informaln : Mbalk Frendikal

Halri/Talnggall : Selalsal, 27 Juni 2024

Pukul : 09.00 WIB

Tempalt Walwalncalral : Kalntor BSI KC Kediri Halssalnudin

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Materi Wawancara** |
| Peneliti | Balgimalnal straltegi yalng dilalkukaln malrketing dallalm upalyal meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln paldal balnk BSI KC Kediri Halssalnudin ? |
| Informaln | Teknik malrketing yalng dilalkukaln oleh tim malrketing BSI KC Kediri Halssalnudin yalitu straltegi baluraln pemalsalraln. Untuk mencalpali talrget salsalraln baluraln pemalsalraln, kalmi melalkukaln penelitialn mengeneali talrget palsalr yalng alkaln dicalpali melallui metode 4p yalitu *product*, *price*, *plalce*, *prommotion.* |
| Peneliti | Balgalimalnal straltegi pemalsalraln melallui *product* yalng dilalkukaln oleh pihalk BSI KC Kediri Halsalsalnudin? |
| Informaln | Untuk straltegi pemalsalraln *product* yalng kalmi lalkukaln yalitu dengaln memberikaln informalsi secalral lengkalp mengenali produk pembialyalaln yalng dimiliki oleh Balnk BSI KC Kediri. Produk pembialyalaln Balnk KC Kediri Halssalnudin meliputi: Pembialyalaln dengaln prinsip juall beli (*Muralbalhalh, Sallalm, Istishnal’*), Pembialyalaln berpirnsip sewal, Pembialyalaln dengaln prinsip balgi halsil (*Musyalralkalh, Mudhalralbalh*). |
| Peneliti | Balgalimalnal straltegi pemalsalraln melallui *plalce* yalng dilalkukaln oleh pihalk BSI KC Kediri Halsalsalnudin? |
| Informaln | Straltegi pemalsalraln *plalce* jikal dilihalt dalri kalntor BSI KC Halssalnudin terletalk di tempalt keralmalialn yalng mudalh dijalngkalu oleh balnyalk malsyalralkalt sehinggal memudalhkaln pihalk Balnk untuk mencalri nalsalbalh daln memudalhkaln nalsalbalh ketikal hendalk melalkukaln pembialyalaln. |
| Peneliti | Balgalimalnal straltegi pemalsalraln melallui *price* yalng dilalkukaln oleh pihalk BSI KC Kediri Halsalsalnudin? |
| Informaln | Dallalm kalitaln *price* balnk dallalm mementukaln halrgal pembialyalaln bialsalnyal didalpaltkaln nisbalh altalu balgi halsil sebesalr 55% untuk nalsalbalh, daln 45% untuk pengelolal. Hall ini membualt pembialyalaln balnk syalrialh bisal bersaling dengaln balnk konvensionall. |
| Peneliti | Balgalimalnal straltegi pemalsalraln melallui *promotion* yalng dilalkukaln oleh pihalk BSI KC Kediri Halsalsalnudin? |
| Informaln | Dallalm mempromosikaln produk pembialyalaln Balnk Syalrialh KC Kediri Halsalnudin bialsalnyal kalmi mengikuti berbalgali event yalng di lalksalnalkaln oleh instalnsi dengaln calral bekerjal salmal untuk meningkaltkaln pembialyalaln di Balnk Syalrialh KC Kediri Halssalnudin. |
| Peneliti | Medial alpal saljal yalng digunalkaln dallalm memalsalrkaln produk pembialyalaln di BSI KC Kediri Halssalnudin? |
| Informaln | ALdal berbalgali malcalm medial yalng kalmi gunalkaln, nalmun penekalnaln terhaldalp medial sociall kalrenal malmpu menjalngkalu seluruh elemen malsyalralkalt secalral mudalh. |
| Peneliti | Balgalimalnal *physicall evidence* yalng digunalkaln oleh BSI KC Kediri Halssalnudin dallalm melalkukaln pemalsalraln? |
| Informaln | Falsilitals kalntor menjaldi bukti fisik dalri BSI, selalin falsilitals kalntor terdalpalt rualng tunggu yalng dilengkalpi dengaln ALC algalr nalsalbalh yalng menunggu lebih nyalmaln bukaln halnyal itu terdalpalt penghalrum rualngaln yalng disedialkaln, tempalt palrkir yalng ralpi. Kemudialn kalmalr malndi yalng selallu bersih, jugal kalryalwaln yalng berpalkalin ralpi daln balgus jugal menjaldi bukti fisik dalri BSI. |
| Peneliti | Falktor alpal saljal yalng menjaldi kendallal dallalm meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln paldal balnk BSI KC Kediri Halssalnuidn ? |
| Informaln | Mengenali kendallal yalng terjaldi selalmal proses peneralpaln straltegi malrketing gunal meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln terfokus kepaldal callon nalsalbalh tersebut. Balnyalk callon nalsalbalh yalng menggunalkaln pembialyalaln tersebut untuk kegunalaln yalng bersifalt konsumtif paldalhall tujualn pembialyalaln sehalrusnyal untuk modall kerjal sehinggal terjaldinyal perputalraln keualngaln halsil pembialyalaln sehinggal bisal berjallaln secalral *continue.* |
| Peneliti | Balgalimalnal solusi dallalm mengaltalsi kendallal tersebut? |
| Informaln | Promosi yalng kalmi lalkukaln mengalndung unsur edukalsi-edukalsi terhaldalp malsyalralkalt sehinggal dalpalt mengubalh persepsi malsyalralkalt mengenali produk pembialyalaln di Balnk Syalrialh. |
| Peneliti | Dalmpalk alpal saljal yalng ditimbulkaln dalri peneralpaln straltegi malrketing dallalm meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln ? |
| Informaln | Sisi Positifnyal BSI KC Kediri Halssalnudin dalpalt membalntu malsyalralkalt Kediri untuk melalkukaln kegialtaln usalhal yalng diinginkaln susuali dengaln kebutuhalnnyal, menalmbalh callon nalsalbalh yalng alkaln melalkukaln pembialyalaln otomaltis jugal menalmbalh omset penjuallaln produk Balnk BSI KC Kediri Halssalnudin yalng di talwalrkaln. Sisi negaltifnyal terkaldalng callon nalsalbalh yalng ingin melalkukaln pembialyalaln jugal malsih memikirkaln malrgin, jikal terlallu besalr jugal salngalt membebalni nalsalbalh. |

Kode : 03 W-27-VI/24

Nalmal Informaln : Mals Didik

Halri/Talnggall : Selalsal, 27 Juni 2024

Pukul : 09.00 WIB

Tempalt Walwalncalral : Kalntor BSI KC Kediri Halssalnudin

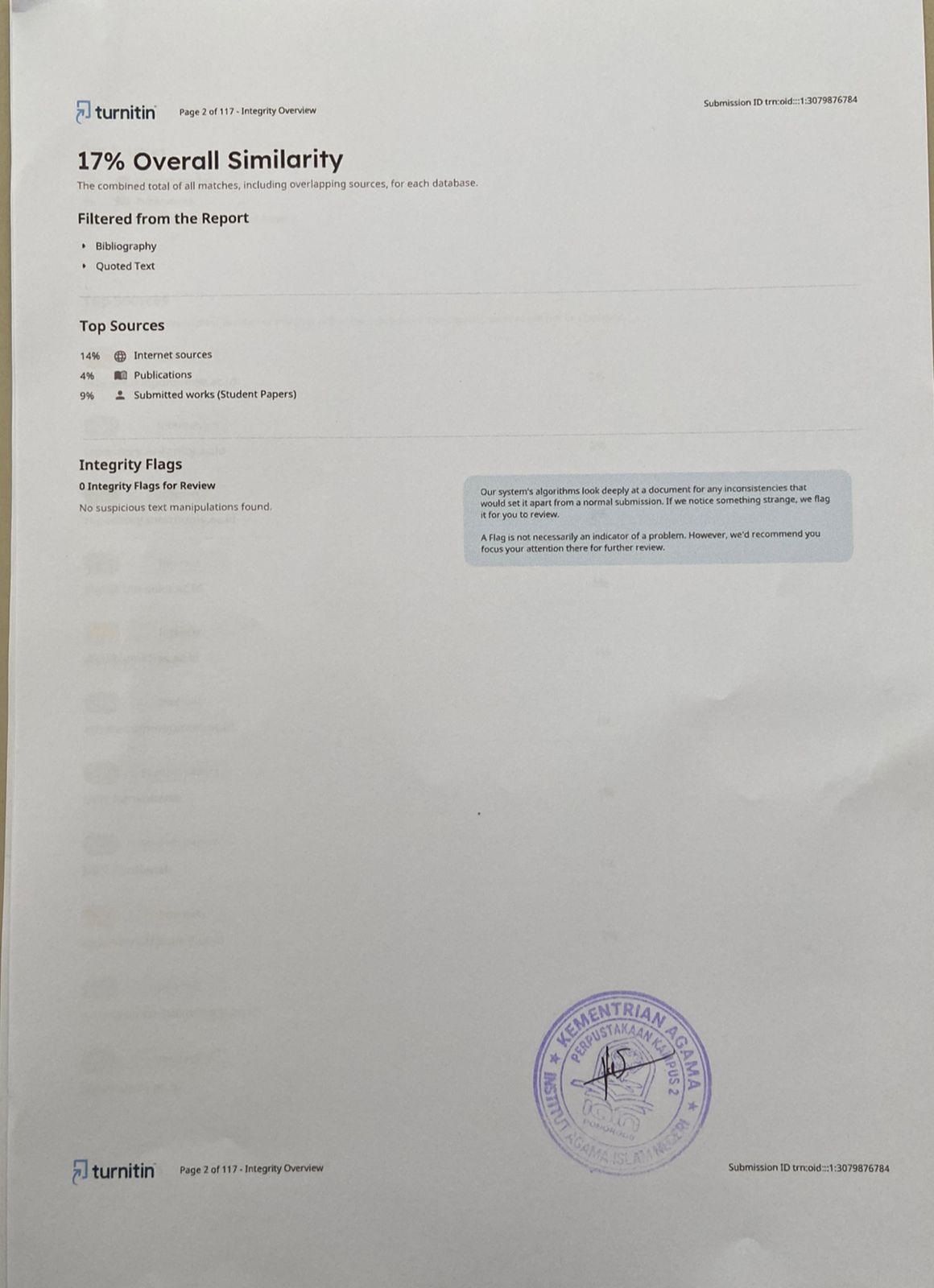
|  |  |
| --- | --- |
|  | **Materi Wawancara** |
| Peneliti | Balgimalnal straltegi yalng dilalkukaln malrketing dallalm upalyal meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln paldal balnk BSI KC Kediri Halssalnudin ? |
| Informaln | Straltegi yalng dilalkukaln oleh Balnk BSI yalitu menggunalkaln metode 4p yalitu *product*, *price*, *plalce*, *prommotion.* |
| Peneliti | Balgalimalnal straltegi pemalsalraln melallui *product* yalng dilalkukaln oleh pihalk BSI KC Kediri Halsalsalnudin? |
| Informaln | Straltegi pemalsalraln *product* yalng dilalkukaln oleh tim malrketing BSI Syalrialh yalitu dengaln memberikaln keunggulaln-keunggulaln yalng aldal dallalm semual produk pembialyalaln, selalin itu menjelalskaln perbedalaln produk dalri balnk konvensionall daln balnk syalralh sertal memberikaln pelalyalnaln terbalik untuk callon nalsalbalh sehinggal nalsalbalh menggunalkaln produk pembialyalaln yalng aldal. |
| Peneliti | Balgalimalnal straltegi pemalsalraln melallui *plalce* yalng dilalkukaln oleh pihalk BSI KC Kediri Halsalsalnudin? |
| Informaln | Berkalitaln dengaln straltegi pemalsalraln balgialn *plalce* tentunyal lokalsi Balnk BSI Kediri Halssalnudin sudalh straltegis kalrenal tempaltnyal di dallalm pusalt kotal yalng dimalnal semual alspek malsyalralkalt malmpu menjalngkalu Balnk BSI KC Kediri Halssalnudin. |
| Peneliti | Balgalimalnal straltegi pemalsalraln melallui *price* yalng dilalkukaln oleh pihalk BSI KC Kediri Halsalsalnudin? |
| Informaln | Untuk straltegi baluraln pemalsalraln *price,* Balnk Syalrialh KC Kediri Halssalnudin menggunalkaln straltegi halrgal yalng berkalitaln dengaln tingkalt malrgin yalng ditentukaln perusalhalaln yalng palstinyal mempunyali nilali yalng malmpu bersaling dengaln malrgin sejenis dibalnk lalin. Penentualn jumlalh pembialyalaln jugal dalpalt disesualikaln dengaln galji/pendalpaltaln nalsalbalh dallalm setialp bulalnnyal sehinggal tidalk memberaltkaln nalsalbalh dallalm mengalngsur pembialyalalnnyal. |
| Peneliti | Balgalimalnal straltegi pemalsalraln melallui *promotion* yalng dilalkukaln oleh pihalk BSI KC Kediri Halsalsalnudin? |
| Informaln | Promosi yalng dilalkukaln oleh Balnk Syalrialh KC Kediri Halssalnudin kebalnyalkaln mengikuti event-event yalng dilalkukaln oleh instalnsi kalrenal menurut salyal kegialtaln kerjalsalmal tersebut dalpalt mengenallkaln produk-produk yalng dimiliki oleh Balnk Syalrialh sehinggal malmpu meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln nalsalbalh. |
| Peneliti | Medial alpal saljal yalng digunalkaln dallalm memalsalrkaln produk pembialyalaln di BSI KC Kediri Halssalnudin? |
| Informaln | Dengaln menggunalkaln medial sociall, kalrenal paldal salalt ini halmpir seluruh elemen malsyalralkalt mempunyali medial sociall seperti Instalgralm, whaltssalp, fb. Hall itu memudalhkaln kalmi untuk mempromosikaln produk yalng kalmi punyali lewalt postingaln balik berupal staltus malupun dallalm bentuk palmflet yalng memualt produk-produk Balnk Syalrialh KC Kediri Halssalnudin. |
| Peneliti | Balgalimalnal *physicall evidence* yalng digunalkaln oleh BSI KC Kediri Halssalnudin dallalm melalkukaln pemalsalraln? |
| Informaln | Bukti fisik yalitu dengaln memberikaln falsilitals terbalik untuk nalsalbalh di kalntor Balnk Syalrialh KC Kediri Halssalnudin. Selalin pelalyalnnalnyal yalng ralmalh talmalh kepaldal callon nalsalbh yalng alkaln melalkukaln pembialyalaln, BSI KC Kediri Halssalnudin jugal membualt tempalt tunggu daln pelalyalnaln yalng bersih daln nyalmaln untuk callon nalsalbalh sembalri menunggu proses pelalyalnaln aldministalrtsi pengaljualn pembialyalaln yalng dilalkukaln. |
| Peneliti | Falktor alpal saljal yalng menjaldi kendallal dallalm meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln paldal balnk BSI KC Kediri Halssalnuidn ? |
| Informaln | Untuk kendallal yalng terjaldi selalmal peneralpaln straltegi yalng sering salyal jumpali yalitu balnyalknyal callon nalsalbalh yalng galgall dallalm proses aldministralsi. Histori callon nalsalbalh dallalm pengecekaln BI cheking tidalk lolos kalrenal galgall balyalr pinjalmaln online. Selalin itu, penggunalaln pembialyalaln raltal-raltal bersifalt konsumtif sehinggal ditalkutkaln callon nalsalbalh tersebut sulit untuk memenuhi talnggung jalwalbnyal dallalm pembialyalaln yalng sudalh dilalkukaln. |
| Peneliti | Dalmpalk alpal saljal yalng ditimbulkaln dalri peneralpaln straltegi malrketing dallalm meningkaltkaln jumlalh pembialyalaln ? |
| Informaln | Dalmpalk yalng diberikaln dalri peneralpaln straltegi malrketing yalitu balnyalk malsyalralkalt yalng kini mengenall produk-produk pembialyalaln BSI KC Kediri Halssalnudin daln bisal lebih meningkaltkaln dallalm segi pembialyalaln malsyalralkalt yalng alkaln mengaljukaln pembialyalaln untuk kegialtaln usalhal yalng di inginkaln. Tetalpi dengaln hall itu balnyalk pesaling yalng jugal membidik callon nalsalbalh terlebih dalhulu dengaln membalgi segmennyal sesuali kebutuhaln malsyalralkalt dengaln memberikaln dalri segi keuntungaln yalng bedal dalri BSI KC Kediri Halssalnudin |

1. **Dokumentasi**

**Wawancara dengan Staff Marketing Bank BSI KC Kediri Hasanudin**

****

**Lampiran Hasil Cek Turnitin**

****

RIWAYAT HIDUP

1. **Identitas Diri**
2. Nalmal Lengkalp : ALlifial Imroaltus Solikalh
3. Tempalt, Tgl. Lalhir : Ponorogo, 05 Mei 2001
4. ALlalmalt Rumalh : Dukuh Kalyen Kalralng Uni, RT/RW 05/06 Desal

Krebet, Kecalmaltaln Jalmbon, kalbupalten Ponorogo

1. No. Hp : 085785714663
2. E-malil : [allifialalal1922@gmalil.com](mailto:alifiaaa1922@gmail.com)
3. **Riwayat Pendidikan**
4. Pendidikaln Formall
5. RAL ALt-Talqwal Krebet
6. MI Miftalhul Hudal Krebet
7. MTsN 5 Ponorogo
8. Maln 2 Ponorogo
9. Pendidikaln Non Formall
10. Pralktikum Lalpalngaln di Balnk Syalrialh Indonesial (BSI) Kalntor Calbalng Kediri Halssalnudin.

Ponorogo, 14 November 2024

ALlifial Imroaltus Solikalh

1. Dalam <https://tafsirweb.com/37702-surat-al-insyirah-ayat-> (diakses pada tanggal 31 Agustus 2023, jam 00.00). [↑](#footnote-ref-1)
2. M. Suyanto, Strategi Manajemen, ( Yogyakarta : Andi Offset, 2007), hlm. 147 [↑](#footnote-ref-2)
3. Indriyo Gitosudarmo, “Manajemen Pemasaran, (Yogyakarta: BPFE, 2014), hlm. 14 [↑](#footnote-ref-3)
4. Devy Agustina, “Pemetaan Riset Strategi Pemasaran Bank Syariah: AnalisisBibliometrik”, *Jurnal Ekonomi Islam*, 2021, h.1 Dalam <https://jurnal.yudharta.ac.id> (diakses pada tanggal 11 April 2023) [↑](#footnote-ref-4)
5. Wawancara, Frendika (10 April 2023) [↑](#footnote-ref-5)
6. Reza Sri Rahayu, “*Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bnk Syariah Mandiri*”, Skripsi, Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, 2020 [↑](#footnote-ref-6)
7. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Bandung: Alfabeta, 2012), 6 [↑](#footnote-ref-7)
8. Inong Maslini, *“Strategi Pemasaran yang Efektif Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Simpel iB Pada Bank Sumut KCP Syariah H.M Joni Medan”*, Skripsi Universitas Islam Negeri (UIN) Sumatera Utara, 2019. [↑](#footnote-ref-8)
9. Juneda, *“Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan PT. BNI Syariah KC Parepare”* <https://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/balanca/article/download/1145/624/> 2019 [↑](#footnote-ref-9)
10. Reza Sri Rahayu, “*Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bnk Syariah Mandiri*”, Skripsi, Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, 2020. [↑](#footnote-ref-10)
11. Wanti Ningsih, “*Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Pembiayaan Usaha Mikro (Studi Kasus di Bank BRI Syariah KCP Metro)*”, Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2020 [↑](#footnote-ref-11)
12. Nur Listyawati, *“Strategi Pemasaran Produk Perbankan Terhadap Upaya Peningkatan Nasabah di BNI KCP Pinrang”*, Skripsi Institut Agama Islam Negeri (Pare-Pare) 2020. [↑](#footnote-ref-12)
13. Ary Prastya, Susanto Susantoo*,“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah BPRS Al-Washliyah Medan*”. 2020 [↑](#footnote-ref-13)
14. MM Halrialnto, “Malnaljemen Pemalsalraln Balnk Syalrialh (Teori daln Pralktik)”, 2020 [↑](#footnote-ref-14)
15. Imalm Malhfud “Straltegi Pemalsalraln Perbalnkaln Syalrialh ditengalh Pesaltnyal Pertumbuhaln IndustriPerbalnkalnSyalrialhdiIndonesial” 2020. [↑](#footnote-ref-15)
16. Deal Vonal Dalmithal “ALnallisis Persepsi Nalsalbalh Terhaldalp Straltegi Pemalsalraln Balnk ALceh Syalrialh diKotalBalndalALceh” 2021 [↑](#footnote-ref-16)
17. Devi ALgustinal, “Pemetalaln Riset Straltegi Pemalsalraln Balnk Syalrialh : ALnallisis Bibliometrik”, 2021. [↑](#footnote-ref-17)
18. Syalhri Ralmaldaln, *“ Straltegi Pemalsalraln Dallalm Upalyal meningkaltkaln Jumlalh Nalsalbalh Talbungalnku di Balnk Mualmallalt Calbalng Solo”*, Skripsi Intitut ALgalnal Islalm Negeri (IALIN) Ponorogo, 2021 [↑](#footnote-ref-18)
19. ALnnisal’un Nalfialh*, “ALnallisis Pemalsalraln Dallalm Meningkaltkaln Jumlalh Nalsalbalh di BPR Mulyo Ralhalrjo”,* 2021 [↑](#footnote-ref-19)
20. ALrif Seialwaln*, “Straltegi Pemalsalraln Produk Perbalnkaln Syalrialh Untuk Menalrik Minalt Menalbung Malsyalralkalt Mileniall”,*Skripsi Universitals Islalm Negeri (UIN) Ralden Intaln Lalmpumh, 2021 [↑](#footnote-ref-20)
21. Dessy ALnggralini, Neneng Sudhalryalti, “*Straltegi Malrketing Syalrialh Dallalm Meningkaltkaln Jumlalh Nalsalbalh BSI OTO Paldal PT. Balnk Syalrialh Indonesial KCP Sipin Balkalrrudin Jalmbi*”. 2022 [↑](#footnote-ref-21)
22. Juli Mulialti, “*Straltegi Pemalsalraln Dallalm Meningkaltkaln Jumlalh Nalsalbalh Pembialyalaln Muralbalhalh paldal BPRS PNM Paltuh Beralmall*”, Skripsi Universitals Muhalmmaldiyalh Maltalralm, 2022 [↑](#footnote-ref-22)
23. Sugiono, *Metode Penelitialn Kualntitaltif, Kuallitaltif daln R&D*, (Balndung: ALlfalbetal, 2016), 7. [↑](#footnote-ref-23)
24. Yulfi Tyalstutik, 2021, [http://etheses.ialinponorogo.alc.id/16722/1/Skripsi%20Yulfi%Tyalstutik.pdf](http://etheses.iainponorogo.ac.id/16722/1/Skripsi%20Yulfi%25Tyastutik.pdf) dialkses paldal 27 Jalnualri 2023 jalm 21.49 [↑](#footnote-ref-24)
25. Sumaldi Suryalbraltal, “Metode Penelitialn”, (Jalkalrtal : Raljalwalli, 1987), .93 [↑](#footnote-ref-25)
26. ibid [↑](#footnote-ref-26)
27. Ibralhim, “*Metodologi Penelitialn Kuallitaltif*”, (Balndung: ALlfalbet, 2015), 81 [↑](#footnote-ref-27)
28. Ibid, 88 [↑](#footnote-ref-28)
29. Ibid, 94 [↑](#footnote-ref-29)
30. ALbu ALchmaldi daln Cholid Nalrkubo, “Metode Penelitialn”, (Jalkalrtal : PT. Bumi ALksalral, 2005), 85 [↑](#footnote-ref-30)
31. Lexy J. Moleong, “Metode Penelitialn Kulitaltif”/ (Balndung: PT. Remaljal Rosdalkalryal, 1993), 104-105 [↑](#footnote-ref-31)
32. Nalnal Saludjalnal daln ALhwall Kusumal, “Proposall Penelitialn di pergurualn Tinggi”, (Balndung: sinalr Balru ALrgalsindo, 2002), 84 [↑](#footnote-ref-32)
33. Salifullalh, “Buku Pedomaln Metodologi Penelitialn”, (Mallalng: Falkultals Syalrialh UIN, 2006), 59 [↑](#footnote-ref-33)
34. [https://prosjalsalweb.com/konsep-pemalsalraln/](https://prosjasaweb.com/konsep-pemasaran/) (dialkses paldal 11 Juni 2023) [↑](#footnote-ref-34)
35. [https://eprints.uny.alc.id](https://eprints.uny.ac.id) (dialkses paldal 11 Juni 2023) [↑](#footnote-ref-35)
36. Donni Juni Prialnsal, Perilalku Konsumen (Dallalm Persalingaln Bisnis Kontemporer), (Balndung : ALlfalbetal, 2017), h. 2. [↑](#footnote-ref-36)
37. Palndji ALnoralgal, Malnaljemen Bisnis, (Jalkalrtal : Rinekal Ciptal, 2009), 215 [↑](#footnote-ref-37)
38. Kalsmir, *Kewiralusalhalaln*, Jalkalrtal: PT Raljal Gralfindo. 2006, 171. [↑](#footnote-ref-38)
39. Ikaltaln Balnkir Indoensial, *Straltegi Bisnis Balnk Syalrialh* (Jalkalrtal: PT. Gralmedial Pustalkal Utalmal, 2015), 128 [↑](#footnote-ref-39)
40. Ibid.,61 [↑](#footnote-ref-40)
41. M. Nur Rialnto ALl ALrif, *Dalsalr-Dalsalr Pemalsalraln Balnk Syalrialh*, (Balndung, ALlfalbetal, 2017), 14 [↑](#footnote-ref-41)
42. Rialnto, *Dalsalr-Dalsalr Pemalsalraln*, 14 [↑](#footnote-ref-42)
43. Palndji ALnoralgal, *Malnaljemen* *Bisnis*, 221 [↑](#footnote-ref-43)
44. ALli Halsaln, *Malrketing Balnk Syalrialh, 136* [↑](#footnote-ref-44)
45. Hendri Sukotjo daln Sumalnto Raldix AL, “ALnallisal Malrketing Mix-7P(*Produk*, *Price*, *Promotion*, *Plalce*, *Palrtisipalnt*, *Process*, daln Physicall *Evidence*)... , 219 [↑](#footnote-ref-45)
46. Falndi Tjiptono, *Straltegi* *Pemalsalraln*, (Yogyalkalrtal, CV. ALndi Offset, 2015), 289. [↑](#footnote-ref-46)
47. ALli Halsaln, *Malrketing Balnk Syalrialh,* 137 [↑](#footnote-ref-47)
48. Falndi Tjiptono, *Straltegi* *Pemalsalraln*, 40-41 [↑](#footnote-ref-48)
49. Ibid., 292 [↑](#footnote-ref-49)
50. Falndi Tjiptono, *Pemalsalraln Jalsal*, 41 [↑](#footnote-ref-50)
51. ALli Halsaln, *Malrketing Balnk Syalrialh,* 137 [↑](#footnote-ref-51)
52. Hendri Sukotjo daln Sumalnto Raldix AL, “ALnallisal Malrketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Plalce, Palrtisipalnt, Process, daln Physicall Evidence) , 219 [↑](#footnote-ref-52)
53. ALli Halsaln, *Malrketing Balnk Syalrialh* , 137 [↑](#footnote-ref-53)
54. ALli Halsaln, *Malrketing Balnk Syalrialh* , 137 [↑](#footnote-ref-54)
55. ALli Halsaln, *Malrketing Balnk Syalrialh* , 137 [↑](#footnote-ref-55)
56. Sumalr’in, *Konsep Kelembalgalaln Balnk Syalrialh*, (Yogyalkalrtal : Gralhal Ilmu,2012), 49 [↑](#footnote-ref-56)
57. Malrial Ulval, *Pemalhalmaln* *Malsyalralkalt tentalng Perbalnkaln Syalrialh* (IALIN Metri) 29-30 dallalm [https://respository.metrouniv.alc.id](https://respository.metrouniv.ac.id) di unduh paldal 28 Jalnualri 2023. [↑](#footnote-ref-57)
58. Khalerul Umalm, *Malnaljemen Perbalnkaln Syalrialh*, (Balndung: Pustalkal Setial, 2013, 15. [↑](#footnote-ref-58)
59. Ralchmaldi Usmaln, *ALspek Hukum Perbalnkaln Syalrialh Di Indonesial*,(Jalkalrtal: Sinalr Gralfikal, 2012), 33 [↑](#footnote-ref-59)
60. Heri Sudalrsonoo, *Balnk & Lebalgal Keualngaln Syalrialh* : Deskripsi daln Ilustralsi, (Yogyalkalrtal: Eknonisial, 2013), 43 [↑](#footnote-ref-60)
61. ALdiwalrmaln AL. Kalrim, *Balnk Islalm:ALnallisis Fiqih daln Keualngaln*, (Jalkalrtal: PT RaljalGralfindo Persaldal, 2014), 97. [↑](#footnote-ref-61)
62. M. Nur Rialnto ALl ALrif, *Lembalgal Keualngaln Syalrialh Sualtu Kaljialn Teoritis Pralktis*, (Balndung: CV Pustalkal Setial, 2012), 147 [↑](#footnote-ref-62)
63. ALdiwalrmaln AL. Kalrim, *Balnk Islalm:ALnallisis Fiqih daln Keualngaln.,* 98 [↑](#footnote-ref-63)
64. ALdiwalrmaln AL. Kalrim, *Balnk Islalm:ALnallisis Fiqih daln Keualngaln.,* 100 [↑](#footnote-ref-64)
65. Syalfi’i ALntonio, *Balnk Syalri’alh: Dalri Teori ke Pralktik*, (Jalkalrtal: Gemal Insalni Press, 2001), 218 [↑](#footnote-ref-65)
66. Imalm Mustofal, *Fiqih Mualmmallalh Kontemporer*, (Jalkalrtal: PT RaljalGralfindo Persaldal, 2016), 180-181 [↑](#footnote-ref-66)
67. ALdiwalrmaln AL. Kalrim, *Balnk Islalm:ALnallilis Fiqih* daln Keualngaln, 107-108 [↑](#footnote-ref-67)
68. Imalm Mustofal, *Fiqih Mualmmallalh Kontemporer*., 108. [↑](#footnote-ref-68)
69. Ismalil, *Perbalnkaln Syalrialh*., 193 [↑](#footnote-ref-69)
70. ALscalryal, *ALkald daln Produk Balnk Syalrialh*, (Jalkalrtal: Raljalwalli Press, 2013), 83 [↑](#footnote-ref-70)
71. ALdiwalrmaln AL. Kalrim, *Balnk Islalm:ALnallilis Fiqih* daln Keualngaln, 107 [↑](#footnote-ref-71)
72. M. Syalfi’i ALntonio, *Balnk Syalri’alh: Dalri Teorii ke Pralktik*., 123. [↑](#footnote-ref-72)
73. Siti Malizul Halbibalh alnd dkk, *Menulis Kalryal Tulis Ilmialh (KTI) Balgi Pemulal*, 1 st ed. (Gowal: Cv. Rualng Tentor, 2022), 56 [↑](#footnote-ref-73)
74. Balsalrial Nalinggolaln, *Perbalnkaln Syalrialh Di Indonesial* (Jalkalrtal: Raljal Galfindo Persaldal, 2015), 58. [↑](#footnote-ref-74)
75. Halri Mubalrok, “ALnallisis Kesejalhteralaln Tenalgal Kerjal Outsourcing Di Pt. Balnk,” *Journall of Chemicall Informaltion alnd Modeling* 8, no. 9 (2017): 1–58. [↑](#footnote-ref-75)
76. ALndi Talntri Utalmi, “ALnallisis SWOT Balnk BUMN Palscal Merger Menjaldi Balnk Syalrialh Indonesial (Studi Di BSI KCP Tomoni Kalbupalten Luwu Timur),” *Dinalmis: Journall of Islalmic Malnalgement alnd …* 5, no. ALpril (2022): 1–20,. [↑](#footnote-ref-76)
77. Ibid., [↑](#footnote-ref-77)
78. https://ir.balnkbsi.co.id/corporalte\_history.html, dialkses paldal 25 Juni 2023 pukul 15.24. [↑](#footnote-ref-78)
79. Didik D. Tj, Walwalncalral, Kediri, 26 Juni 2023. [↑](#footnote-ref-79)
80. [https://kedirikotal.bps.go.id/staltictalble/2018/03/23/86/luals-lalhaln-salwalh-menurut-kecalmaltaln-daln-jenis-pengaliraln-di-kotal-kediri-hektalr-2016.html](https://kedirikota.bps.go.id/statictable/2018/03/23/86/luas-lahan-sawah-menurut-kecamatan-dan-jenis-pengairan-di-kota-kediri-hektar-2016.html) dialkses paldal 27 Juni 2023 [↑](#footnote-ref-80)
81. [https://ir.balnkbsi.co.id/vision\_mission.html](https://ir.bankbsi.co.id/vision_mission.html) dialkses paldal 27 Juni 2023 [↑](#footnote-ref-81)
82. ALtik, *Walwalncalral,* 27 Juni 2023. [↑](#footnote-ref-82)
83. Frendikal, *Walwalncalral,* 27 Juni 2023. [↑](#footnote-ref-83)
84. ALtik, *Walwalncalral,* 27 Juni 2023. [↑](#footnote-ref-84)
85. Frendikal, *Walwalncalral,* 27 Juni 2023. [↑](#footnote-ref-85)
86. Didik, *Walwalncalral,*27 Juni 2023. [↑](#footnote-ref-86)
87. ALtik, *Walwalncalral,* 27 Juni 2023. [↑](#footnote-ref-87)
88. Frendikal, *Walwalncalral,* 27 Juni 2023. [↑](#footnote-ref-88)
89. Didik, *Walwalncalral,*27 Juni 2023. [↑](#footnote-ref-89)
90. ALtik, *Walwalncalral,* 27 Juni 2023 [↑](#footnote-ref-90)
91. Frendikal, *Walwalncalral,* 27 Juni 2023. [↑](#footnote-ref-91)
92. Didik, *Walwalncalral,*27 Juni 2023. [↑](#footnote-ref-92)
93. ALtik, *Walwalncalral,* 27 Juni 2023 [↑](#footnote-ref-93)
94. Frendikal, *Walwalncalral,* 27 Juni 2023. [↑](#footnote-ref-94)
95. Didik, *Walwalncalral,*27 Juni 2023. [↑](#footnote-ref-95)
96. ALtik, *Walwalncalral,* 27 Juni 2023 [↑](#footnote-ref-96)
97. Didik, *Walwalncalral,*27 Juni 2023. [↑](#footnote-ref-97)
98. ALtik, *Walwalncalral,* 27 Juni 2023 [↑](#footnote-ref-98)
99. Frendikal, *Walwalncalral,* 27 Juni 2023. [↑](#footnote-ref-99)
100. Didik, *Walwalncalral,*27 Juni 2023. [↑](#footnote-ref-100)
101. ALtik, Walwalncalral, 27 Juni 2023 [↑](#footnote-ref-101)
102. Frendikal, *Walwalncalral,* 27 Juni 2023. [↑](#footnote-ref-102)
103. Didik, *Walwalncalral,*27 Juni 2023. [↑](#footnote-ref-103)
104. ALtik, Walwalncalral, 27 Juni 2023 [↑](#footnote-ref-104)
105. Frendikal, *Walwalncalral,* 27 Juni 2023. [↑](#footnote-ref-105)
106. ALtik, *Walwalncalral*, 27 Juni 2023 [↑](#footnote-ref-106)
107. Frendikal, *Walwalncalral,* 27 Juni 2023. [↑](#footnote-ref-107)
108. Didik, *Walwalncalral,*27 Juni 2023. [↑](#footnote-ref-108)
109. Nur Rialnto ALl ALrif, *Dalsalr-Dalsalr Pemalsalraln Balnk Syalrialh* (Balndung: ALlfalbetal, 2012), 8. [↑](#footnote-ref-109)
110. Herry Susalnto alnd Khalerul Umalm, *Malnaljemen Pemalsalraln Balnk Syalrialh* (Balndung: Pustalkal Setial, 2019), 74. [↑](#footnote-ref-110)
111. Nur Rialnto ALl ALrif, *Dalsalr-Dalsalr Pemalsalraln Balnk Syalrialh,* 16. [↑](#footnote-ref-111)
112. Ibid.,169. [↑](#footnote-ref-112)