ANALISIS STRATEGI MARKETING *FUNDING* DAN *LENDING* DALAM MEMPERTAHANKAN DAN MENDAPATKAN NASABAH DI BSI KCP RPOBOLINGGO SUDIRMAN

TUGAS AKHIR SKRIPSI

DISUSUN OLEH:

SYAHRUL AMINULLAH
NIMKO: 2018.12.07.31.0227

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM ZAINUL HASAN GENGGONG KRAKSAAN PROBOLINGGO

2022

ANALISI STRATEGI MARKETING *FUNDING* DAN *LENDING* DALAM MEMPERTAHANKAN DAN MENDAPATKAN NASABAH DI BSI KCP RPOBOLINGGO SUDIRMAN

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Zainul Hasan

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi

DISUSUN OLEH:

SYAHRUL AMINULLAH
NIMKO: 2018.12.07.31.0227

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM ZAINUL HASAN GENGGONG KRAKSAAN PROBOLINGGO

2022

ABSTRAK

Syahrul aminullah 2022. Analisis strategi marketing *funding* dan *lending* dalam mempertahankan dan mendapatkan nasabah si BSI KCP Probolinggo Sudirman. Program studi perbankan Syari‟ah Fakultas FEBI Universitas Islam Zainul Hasan Genggong. Pembimbing (I) Kustiana Arisanti, M.Pd.I dan pembimbing 2 Nuntufa ,SE.M.M.

Kata kunsi ; strategi, marketinting, *funding, lending.* BSI KCP Probolinggo Sudirman.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi marketing di BSI KCP Probolinggo Sudirman dalam mempertahankan nasabah Strategi marketing *funding* dan *lending* ini merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan BSI KCP Probolinggo Sudirman dalam rangka mencapai tujuan dan mendapatkan laba dan mempertahankan nasabahnya.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan menggunakan metode penelitian kualitatif kompratif, adapun subjek penelitian ini adalah BSI KCP Probolinggo Sudirman. Teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi. Teknik pengabsahan datanya menggunakan triangulasi teknik dengan cara mengecek data ke sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

Hasil penelitian ini menganalisis antara strategi marketing *funding* dan *lending* dalam mempertahankan dan mendapatkan nasabahdi BSI KCP Probolinggo Sudirman dapat diketahui strategi marketing funding dan lending disini dalam mempertahankan, menjaga loyalitas nasabah dan mendapatkan nasabah dengan cara marketing atitud atau tatakrama. Dari poin-poin strategi dalam menjaga loyalitas nasabah poin atitud ini sangat besar , dimana nasabah lebih memilih untuk kembali langsung ke BSI KCP Probolinggo Sudirman dibandingkan BANK lain. pada strategi marketing *funding* bertugas untuk mencari dana dari nasabah. Secara umum tugasnya adalah menghimpun dana dari nasabah dalam bentuk tabungan atau investasi. Sedangkan untuk *lending* sediri bertugas untuk memperkenalkan produk perusahaan kepada klien atau nasabah. Deskripsi pekerjaannya secara umum ialah mencari nasabah, menganalisa nasabah dan maintain nasabah serta membuat rencana pemasaran harian dan bulanan. Mengingat betapa pentingnya strategi marketing dalam menarik minat nasabah di BSI KCP Probolinggo Sudirman untuk bersaing dengan marketing lain, maka saran penulis adalah hendaknya selalu meningkatkan pemasarannya sehingga dapat mencapai target yang lebih, dan lebih meningkatkan sistem pelayanan kepada pelanggan maupun berupa *online* atau *offline*, dengan memberikan perhatian lebih karena suatu usaha akan semakin maju apabila didukung oleh

banyaknya nasabah yang membeli produk yang dijualnya, serta meningkatkan kepercayaan masyarakat akan segala pelayanan yang diberikan dalam membantu tercapainya kepuasan konsumen sehingga mendapat loyalitas nasabah yang sempurna.

ABSTACT

Syahrul aminullah 2022. Analysis of marketing funding and lending strategies in retaining and acquiring customers at the BSI KCP Probolinggo Sudirman. Sharia banking study program, Faculty of Economics and Business, Zainul Hasan Genggong Islamic University. Supervisor (I) Kustiana Arisanti, M.Pd.I and supervisor 2 Nuntufa, SE.M.M.

Key words; strategy, marketing, funding, lending. BSI KCP Probolinggo Sudirman.

This study aims to determine the marketing strategy at BSI KCP Probolinggo Sudirman in retaining customers This marketing funding and lending strategy is one of the main activities carried out by BSI KCP Probolinggo Sudirman in order to achieve goals and earn profits and retain customers.

This research is a field research using comparative qualitative research methods, while the subject of this research is BSI KCP Probolinggo Sudirman. Data collection techniques using observation, interviews, documentation. The data validation technique uses technical triangulation by checking the data to the same source with different techniques.

The results of this study analyze the marketing funding and lending strategies in retaining and getting customers at BSI KCP Probolinggo Sudirman. It can be seen that the marketing funding and lending strategies here are in maintaining, maintaining customer loyalty and getting customers by means of marketing attitudes or manners. From the strategic points in maintaining customer loyalty, this attitude point is very large, where customers prefer to return directly to BSI KCP Probolinggo Sudirman compared to other BANKs. the marketing funding strategy is tasked with seeking funds from customers. In general, the task is to collect funds from customers in the form of savings or investments. Meanwhile, lending itself is tasked with introducing the company's products to clients or customers. His general job description is looking for customers, analyzing customers and maintaining customers and making daily and monthly marketing plans. Given how important marketing strategies are in attracting customers at BSI KCP Probolinggo Sudirman to compete with other marketing, the author's advice is to always improve marketing so that it can achieve more targets, and further improve the service system to customers or in the form of online or offline, by providing more attention because a business will be more advanced if it is supported by the number of customers who buy the products it sells, as well as increasing public confidence in all services provided in helping to achieve customer satisfaction so as to get perfect customer loyalty.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini ;

Nama ; Syahrul Aminullah

NPM ; 2018.12.07.29.0227

Program Studi ; Perbankan Syari'ah

Judul Skripsi ;Analisis Strategi Marketing *Funding* Dan *Lending* Dalam Mempertahankan Dan Mendapatkan Nasabah Di BSI KCP Probolinggo Sudirman

Menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim

Kraksan,

yang menyatakan

Syahrul Aminullah

2018.12.07.29.0227

LEMBAR PERSETUJUAN

Proposal Skripsi Dengan Judul

ANALISIS STRATEGI MARKETING *FUNDING* DAN *LENDING* DALAM MEMPERTAHANKAN DAN MENDAPATKAN NASABAH DI BSI KCP PROBOLINGGO SUDIRMAN

Disusun Oleh :

Syahrul Aminullah
2018.12.07.31.0227

Telah Memenuhi Syarat Dan Disetujui Oleh Dosen Pembimbing

Kraksaan, 24 September ,2022

Pembimbing I	Pembimbing II
KUSTIANA ARISANTI, M.Pd.I	**NUNTUFA, SE.MM.**
NIDN : 2127128101	NIDN: 2109099101

Mengetahui,

Ketua Program Studi Perbankan Syari'ah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Zainul Hasan Genggong

AHMAD FAJRI,M.E

NIDN : 2112020006

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal Skripsi

ANALISIS STRATEGI MARKETING *FUNDING* DAN *LENDING* DALAM MEMPERTAHANKAN DAN MENDAPATKAN NASABAH DI BSI KCP RPOBOLINGGO SUDIRMAN

Disusun oleh:

Syahrul aminullah

NPM: 2018.12.07.31.0227

Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Proposal Skripsi

Program Studi perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Zainul Hasan Genggong

Pada Tanggal 25 September 2022

TIM PENGUJI

Naman/jabatan	Tanda tangan	Tanggal
Dr.Abd.Aziz,M.Ag. Penguji utama		**18 – 10 - 2022**
Nuntupa,M.M. Ketua		**15 – 10 - 2022**
Ahmad fajri,M.E. Sekertaris		**10 – 10 - 2022**

Kraksaan 25 September 2022

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Zainul Hasan genggong

Dekan,

NUNTUPA,SE.M.M
NIDN: 2109099101

HALAMAN PERSEMBAHAN

Ucapan syukur dari hati yang paling dalam kepada Allah SWT yang mana atas karunia-Nya yang telah diberikan kepada saya sehingga saya dapat berdiri tegar dan dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul **‘‘Analisis Strategi Marketing *Funding* Dan *Lending* Dalam Mempertahankan Dan Mendapatkan Nasabah Di BSI KCP Probolinggo Sudirman”** Dengan segala kerendahan hati, saya ucapkan terima kasih kepada :

- Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang yang selalu melindungi, memberikan kemudahan, ilmu, pemahaman, dan nikmat serta karunia-Nya sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
- Kepada kedua orang tua dan kakak adik saya yang selalu memberikan pandangan dan motivasi, untuk Bapak Salii terima kasih telah memberi motivasi, nasehat, dan semangat yang diberikan untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini, untuk Ibu sitina terima kasih untuk semangat, motivasi, nasehat, dukungan, dan do‟‟a yang tiada henti untuk saya bersemangat, selalu diberi kelancaran leh Allah SWT. Kalian orang tua (keluarga) yang luar biasa, tidak kenal lelah dalam memberikan semangat dan do‟‟a serta kasih sayang yang tiada batasnya.
- Ibu Kustiana Arisanti, M.Pd.I dan Bapak Nuntufa S,E, M.M. yang telah banyak memberikan koreksi, arahan, dan bimbingan dengan tidak kenal lelah, sehingga karya ilmiah berupa Tugas Akhir ini bisa saya selesaikan tepat pada waktu yang telah ditentukan.
- Keluarga kecilku dikampus PS Kelas B angkatan 18 yang selalu menjadi semangat dan menjadi tumpuan dalam menempuh bimbingan bersama.
- Teman-teman seperjuangan Perbankan Syari’ah angkatan 18 dan sahabatsahabat dekat saya yang saling mendukung agar rekan-rekannya pantang menyerah.
- Dan semua orang yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu yang telah berkontribusi dalam terselesaikannya Tugas Akhir ini, saya hanya bisa mengucapkan banyak terima kasih yang tiada batas.

MOTTO

“Dan apabila aku sakit, Dialah Yang menyembuhkan aku.”

(QS. Asy-Syu’ara: 80)

“Berusahalah Dan Tetap Focus, Prinsipmu Adalah Kesuksesanmu

Aku Aku Kamu Kamu”

(Syahrul Aminullah)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya, Berkat atas keridhoa-Nya sehingga penulis diberikan semangat dan kekuatan untuk menyelesaiakan proposal ini meskipun jauh dari kesempurnaan, karena sesungguhnya kesempiunaan itu hanya milik Allah SWT semata. Untuk itu tak lupa penulis kirimkan Shalawat dan salam kepada Baginda Agung Nabi Muhammad SAW, keluarga dan sahabatnya yang telah berjuang membawa cahaya ilmu keseluruh dunia. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyelesaian studi maupun penyusunan proposal ini, tentunya tidak dapat penulis selesaikan tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis berkewajiban menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Bapak DR.Abdul Aziz Wahab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Zainul Hasan Genggong Kraksaan Probolinggo.
2. Bapak Nuntufa, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Ahmad Fajri, M.E.selaku Ka Prodi perbankan Syari'ah.
4. Ibu Kustiana Arisanti, M.Pd.I selaku dosen pembimbing I dan Bapak Nuntufa.SE,MM selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, saran serta dorongan yang sangat berarti kepada penulis dalam penyusunan proposal skripsi ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UNZAH Genggong Kraksaan Probolinggo yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berguna bagi penulis.
6. Kepada Keluarga tercinta saya yang telah memberi dukungan penuh baik dalam segi moral maupun material sehingga bisa menyelesaikan proposal skripsi ini
7. Rekan-rekan mahasiswa jurusan Perbangkan Syariah (PS/B) Angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UNZAH Genggong yang senantiasa memberikan banyak saran dan masukan bagi penulis.

Akhirnya dalam penulisan proposal skripsi ini saya sadar tentunya masih jauh dari kata sempurna. Masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam penyusunannya, untuk itulah saya mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai bahan koreksi saya agar dapat saya perbaiki.

Probolinggo, 16 Mei 2022

Hormat kami

Penulis

Syahrul Aminullah

2018.12.07.31.0227

DAFTAR ISI

ABSTRAK ii
ABSTACT iv
SURAT PERNYATAAN v
LEMBAR PERSETUJUAN vi
HALAMAN PENGESAHAN vii
HALAMAN PERSEMBAHAN viii
MOTTO ix
KATA PENGANTAR x
DAFTAR ISI xii
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GAMBAR xv
DAFTAR LAMPIRAN xvi
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Fokus Penelitian 4
C. Rumusan Masalah 5
D. Tujuan Penelitian 5
E. Manfaat penelitian 5
F. Penelitian terdahulu 6
BAB II KAJIAN TEORI 14
A. Pengertian Analisis Strategi Marketing *Funding* Dan *Lending* 14
B. Kerangka Konseptual 25
BAB III METODE PENELITIAN 26
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian 26
B. Kehadiran Peneliti 27
C. Data dan Sumber Data Penelitian 27
D. Metode Pengumpulan Data 28
E. Teknik Analisis Data 32
F. Pengecekan Keabsahan Temuan 33
BAB IV HASIL PEMELITIAN DAN PEMBAHASAN 36

A. Gambaran Umum dan Sejarah Berdirinya BSI KCP Probolinggo Sudirman.....36
B. PEMBAHASAN 48
BAB V KESIMPULAN 54
A. Kesimpulan.....54
B. Saran 56
DAFTAR PUSTAKA 58

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdaulu **10**
Tabel 2.1 Kerangka konseptual **25**
Tabel 4.1 Mamfaat Marketing *Funding* Dan Lending Untuk BANK BSI KCP Probolinggo Sudirmam **53**
Tabel 4. 2 Perbedaan Marketing *Funding* Dan *Lending* **55**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Triagulasi Sumber Data 34
Gambar 3.2 Gatriagulasi Teknik Pengumpulan Data 34
Gambar 3.3 Triangulasi Waktu Pengumpulan Data 34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi BSI KCP Probolinggo Sudirman 40
Gambar 4.2 Strategi Marketing *Funding* Dan *Lending* Di BSI KCP Probolinggo Sudirman 50

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. KETERANGAN KODE TRANSKRIP WAWANCARA.....60
LAMPIRAN 2. KETERANGAN KODE TRANSKRIP OBSERVASI 66
LAMPIRAN 3 KSETERANGAN KODE TRANSKRIP DOKUMENTASI 69
LAMPIRAN 4 DOKUMENTASI SURAT IZIN PENELITIAN.....73
LAMPIRAN 5 RIWAYAT HIDUP 74

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia ekonomi dan dunia bisnis yang semakin pesat dapat dilihat dari ketatnya persaingan. Fenomena ini disebabkan oleh semakin banyaknya lembaga-lembaga keuangan syariah yang bermunculan. Lembaga keuangan syariah itu mampu sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi suatu Negara, sehingga peran dan keadaannya yang sangat penting dan sangat dibutuhkan. Hal itu dibuktikan oleh adanya lembaga perbankan syariah di Indonesia yang telah menunjukkan perkembangan pesat selama beberapa tahun terakhir. Dengan perkembangan bank syariah yang begitu pesat, maka persaingan antara lembaga keuangan syariah yang satu dengan yang lain juga akan meningkat. Ditengah pesatnya persaingan dunia perbankan nasional yang menerapkan sistem bunga, perbankan syariah yang menerapkan sistem ekonomi islam saat ini mampu bersaing dan kini mencapai perkembangan yang signifikan. Sejak diberlakukannya undang-undang No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan, kesempatan bagi pengembangan perbankan syariah pun lebih luas. kemunculan perbankan syariah semakin menguat ketika terjadi krisis ekonomi yang membuat bank-bank konvensional mengalami keterpurukan sementara perbankan syariah tetap bertahan.

Lahirnya Bank Syariah pertama di Indonesia yang merupakan hasil kerja tim perbankan MUI adalah dengan dibentuknya PT Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang akte pendiriannya di tandatangani tanggal 1 November 1991 (Kasmir, 2016, hal. 242) . Setelah itu kemudian lahir bank-bank syariah lain yang sampai saat ini semakin berkembang dalam menjalankan kegiatan usahanya.[1]

Persaingan antar bank di Indonesia semakin ketat. Ini ditunjukkan dengan munculnya banyak bank, dan bank itu sendiri miliki pemerintah dan swasta dengan berbagai produk perbankan yang memberikan banyak kemudahan dan fasilitas kepada nasabah yang bertujuan untuk meyakinkan

[1] Hana putri rahmawati. *Strategi pemasaran funding dalam meningkatkan jumlah nasabah* Di BPRS *bumi artha sampang kantor kas cimanggu cilacap.2021*

nasabahnya agar mau menempatkan dananya di bank. dalam Dunia perbankan Indonesia saat ini diwarnai dengan persaingan yang semakin ketat. Perjuangan untuk menciptakan dan mendapatkan bisnis yang bagus dengan nasabah menempati titik sentral dalam upaya bank untuk tetap unggul dan menjaga dalam persaingan jangka panjang. Bank Syariah menganut sistem bagi hasil dengan tujuan menghindari riba dan prinsip syariah yang digunakan berdasarkan fatwa yang ditetapkan lembaga di bidang syariah dan tata caranya dalam beroprasi mengacu kepada ketentuan Al-Quran dan Hadist.

Di dalam Al-Quran dan Hadis terdapat larangan riba, seperti yang di jelaskan di dalam QS. An-Nisaa' : 161

وَّاَخْذِهِمُ الرِّبٰوا وَقَدْ نُهُوْا عَنْهُ وَاَكْلِهِمْ اَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ ۗوَاَعْتَدْنَا لِلْكٰفِرِيْنَ مِنْهُمْ عَذَابًا اَلِيْمًا[2]

> Yang artinya : *"Dan karena mereka menjalankan riba, padahal sungguh mereka telah dilarang darinya, dan karena mereka memakan harta orang dengan cara tidak sah (batil). Dan kami sediakan untuk orang-orang kafir diantara mereka azab yang pedih."*

Ayat di atas menjelaskan bagaimana sistem Bank Syariah menganut sistem bagi hasil dengan tujuan menghindari riba. Disini jadi perbedaan tersendiri untuk perbankan syariah dari bank bank pada umumnya yang bisa membuat keunggulan bagi marketing funding dan lending dalam mempertahankan dan mendapatkan nasabahnya.

kemauan pegawai atau karyawan untuk peduli (melayani) dan memberi perhatian secara individu kepada nasabah. Kemauan ini yang ditunjukkan melalui hubungan, komunikasi, memahami, dan perhatian terhadap kebutuhan serta keluhan nasabah. Melalui hal tersebut akan membuat nasabah merasa kebutuhannya terpuaskan karena dirinya dilayani dengan baik. Sikap lainnya yang bisa ditunjukkan oleh pegawai (karyawan) adalah dengan memberikan layanan informasi dan keluhan nasabah, melayani transaksi nasabah dengan senang hati, membantu nasabah ketika mengalami kesulitan

[2] Departemen agama RI Al-Qur'an terjemah, 3: 161

dalam bertransaksi, dan lain-lain. Hal ini yang akan mendatangkan kesukaan, kepuasan, dan meningkatkan loyalitas nasabah.

Dunia perbankan syariah menyadari betapa pentingnya memperoleh dan mempertahankan kepercayaan nasabah bagi keberhasilan bisnis bank syariah. Oleh sebab itu, perbankan syariah mulai berlomba-lomba menunjukkan sikap lebih menghargai nasabahnya karena kepuasan nasabah semakin diyakini sebagai kunci sukses pemasaran jasa bank syariah. Loyalitas berhubungan erat dengan pelayanan yang baik dan kepuasan. Dalam dunia perbankan, nasabah akan menjadi loyal apabila nasabah merasa puas dengan pelayanan maupun produk bank tersebut. Loyalitas muncul karena kebutuhan dan keinginan terpenuhi. Kebutuhan adalah sebuah kondisi di mana seseorang merasa kekurangan atas satu barang tertentu dan ada sebuah dorongan untuk memenuhinya. Sedangkan keinginan merupakan kebutuhan manusia yang sudah dibentuk oleh budaya dan kepribadian individu.

Salah satu kendala bagi setiap perusahaan (BANK) dalam menjalankan usahanya adalah masalah kebutuhan dana, baik untuk biaya rutin maupun untuk perkembangan perusshaan tersebut. Pentingnya dana membuat setiap perusahaan (BANK) berusaha keras mencari sumber dana yang tersedia, termasuk BANK Syariah Indonesia (BSI). Kemampuan bank dalam memperoleh sumber-sumber dana yang diinginkan sangat mempengaruhi kelanjutan usaha bank. Dan Sumber dana dari masyarakat luas merupakan sumber dana yang paling utama bagi bank. Sumber dana yang disebut dengan dana pihak ketiga ini disamping mudah untuk mencarinya juga tersedia banyak di masyarakat. Kemudian persyaratan mencarinya juga tidak sulit Tetapi yang menjadi persoalan disini bagi pihak marketing suatu BANK bagai mana bisa mendapatkan dan mempertahankan nasabahnya di dalam persaingan yang super ketat dari pihak marketing BANK-BANK yang lain.

Untuk memperoleh sumber dana dari masyarakat luas, bank dapat menawarkan berbagai jenis simpanan atau produk bank bank itu sendiri. Pembagian jenis produk dalam beberapa jenis dimaksudkan agar nasabah memiliki banyak pilihan sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Bank juga

harus memiliki strategi pemasaran yang baik agar banyak masyarakat yang tertarik untuk bergabung menjadi nasabah dan menyimpan dananya di bank tersebut, maka dari itu untuk mewujudkannya pun di butuhkan strategi yang baik. Menurut Philip Kotler, yang dimaksud strategi pemasaran adalah suatu mindset pemasaran yang akan digunakan menjadi tujuan pemasaran, dimana di dalamanya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi[3]. Oleh karna itu, sebagai objek penelitian bank syariah indonesi merupakan salah satu unit usaha syariah yang mempunyai kinerja strategi yang bagus melihat dari kemunculannya yang masih baru. Melihat fenomena tersebut maka sangatlah penting bagi bank syraiah Indonesia untuk tetap meningkatkan kualitas pelayanan yang tujuannya untuk meningkatkan pendapatan melalui jumlah nasabah. Selain untuk menarik minat nasabah baru, strategi pemasaran yang dilakukan oleh BANK Syariah juga berfungsi untuk mempertahankan nasabah-nasabah yang telah menjadi nasabah tetap di BANK Syariah agar tetap loyal. Karena menurut marketing pemasaran BSI KCP Probolinggo Sudirman bapak kholid usmani, mempertahankan nasabah itu lebih sulit dari pada mencari nasabah. Oleh karena itu dibutuhkan strategi yang tepat dalam mempertahankan dan mendapatkan loyalitas nasabah.

Berdasarkan berbagai uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik memilih judul **"ANALISIS STRATEGI MARKETING *FUNDING* DAN *LENDING* DALAM MEMPERTAHANKAN DAN MENDAPATKAN NASABAH DI BSI KCP RPOBOLINGGO SUDIRMAN''**

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian adalah pemusatan fokus kepada intisari penelitian yang akan dilakukan. Hal tersebut harus dilakukan dengan cara eksplisit agar kedepannya dapat meringankan peneliti sebelum turun atau melakukan observasi/pengamatan. Fokus penelitian juga merupakan garis terbesar dalam penelitian mahasiswa, sehingga observasi dan analisa hasil penelitian akan

[3] Liswati.*bauran pemasaran da budget untuk pemasaran.2018.*

menjadi lebih terarah. Untuk mempermudah penulis dalam menganalisis penelitiannya, maka penulis memfokuskan penelitian ini pada :

1. Strategi Marketing *funding* dalam mempertahankan dan mendapatkkan nasabah
2. Strategi marketing *lending* dalam mempertahankan dan mendapatkkan nasabah
3. BSI KCP Probolinggo Sudirman

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana penerapan strategi marketing *funding* di BSI KCP Probolinggo Sudirman dalam mempertahankan nasabah dan mendapatkan nasabah?
2. Bagaimana penerapan strategi marketing *lending* di BSI KCP Probolinggo Sudirman dalam mempertahankan nasabah dan mendapatkan nasabah?
3. Apa yang membedakan antara strategi marketing *funding* dan *lending* dalam mendapatkan dan mempertahankan nasabah di BSI KCP Probolinggo sudirman?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Adapun tujuan dari penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui penerapan strategi marketing *funding* di BSI KCP Probolinggo Sudirman dalam mempertahankan dan mendapatkan nasabah
2. Untuk mengetahui penerapan strategi marketing *lending* di BSI KCP Probolinggo Sudirman dalam mempertahankan nasabah dan mendapatkan nasabah?
3. Untuk mengetahui perbedaan strategi marketing *funding* dan *lending* dalam mendapatkan dan mempertahankan nasabah di BSI KCP Probolinggo sudirman

E. Manfaat penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik yang bersifat teoritis maupun praktis. Secara Teoritis :

1. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan atau masukan yang bermanfaat bagi studi komunikasi dan informasi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan mengenai strategi marketing *funding* dan *lending.*

Secara Praktis :

a. Bagi Peneliti Sebagai sarana belajar untuk mengintegrasikan pengetahuan dan keterampilan dengan terjun langsung sehingga dapat melihat, merasakan, dan mengetahui informasi tentang strategi marketing funding dan lending di BSI KCP Probolinggo sudirman.
b. Bagi Masyarakat Sebagai informasi kepada masyarakat dalam strategi marketing *funding* dan *lending* di BSI KCP Probolinggo sudirman dan Sebagai media untuk menyalurkan ilmu yang didapat pada saat perkuliahan.
c. Bagi Universitas Sebagai bahan masukan bagi perguruan tinggi untuk memperbaiki praktik-praktik pembelajaran agar dosen menjadi lebih kreatif, efektif dan efisien sehingga kualitas pembelajaran dan hasil belajar siswa meningkat.

F. Penelitian terdahulu

Dalam mengkaji permasalahan pada suatu penelitian, diperlukan adanya beberapa referensi yang dianggap layak untuk membenarkan masalah yang sedang dikaji. Setiap penelitian yang dilakukan tentu didasarkan pada pengetahuan yang telah ditemukan sebelumnya. Begitupun dalam penelitian ini sekalipun penulis tidak menemukan suatu kajian yang spesifik sama dengan yang akan penulis lakukan, namun ada beberapa referensi kajian yang secara tidak langsung berkenaan dengan strategi marketing *funding* dan *lending* dalam suatu Bank BSI KCP Probolinggo sudirman.

Diantara beberapa refrensi tersebut adalah penelitian yang dilakukan oleh Tri Yogi Riandika dengan judul **“DAMPAK TARGET *LENDING***

TERHADAP KINERJA MARKETING" Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi marketing lending yang dilakukan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani Kantor Cabang Tulang Bawang untuk mencapai targetnya yaitu Target lending yang ditetapkan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani Kantor Cabang Tulang Bawang berdampak terhadap kinerja karyawan divisi marketing. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara kepada karyawan divisi marketing dimana mereka merasakan efek dari penetapan target terhadap lending yang harus di realisasikan. Target lending yang ditetapkan berdampak positif dan juga negatif bagi karyawan divisi marketing. Penelitian ini menyimpulkan bahwa target lending yang ditetapkan oleh bank syariah berdampak positif dan juga negatif bagi kinerja marketing. Dengan ditargetkannya besaran lending yang harus dicapai tiap periodenya oleh divisi marketing.[4]

Selanjutnya jurnal yang ditulis oleh hardiyanti tahir dengan judul **"STRATEGI MARKETING *FUNDING* DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI BANK BNI SYARIAH PAREPARE"[5]** Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1). Perencanaan strategi yang di lakukan marketing funding dalam meningkatkan nasabah di BNI syariah parepare adalah dengan menentukan tujuan sasaran terlebih dahulu, adapun sasaran dari marketing funding BNI Syariah parepare adalah intansi nasabah perorangan. 2). Implementasi strategi yang dilakukan marketing funding untuk mencapai tujuan sasaran tersebut adalah dengan melakukan sosialisasi ke instansi dan untuk nasabah perorangan dilakukan dengan cara kunjungan langsung *door to door* untuk memperkenalkan produk BNI Syariah. 3). Efaluasi strategi yang dilakukan marketing funding di BNI Syariah parepare adalah dengan meninjau factor internal dan esternal. Menilai kinerja yang telah dilakukan dengan melihat pencapaian target apakah target tersebut dapat dicapai dan terus mengalami peningkatan atau tidak dan jika tidak tercapai maka langkah selanjutnya dengan melakukan tindakan perbaikan salah satunya yang

[4] tri yogi riyandika. *dampak target lending terhadap kinerja marketing.* (studi kasus pada bank pembiayaan rakyat syariah metro madani kantor cabang tulang bawang).2019.

[5]Hardiyanti tahir. *strategi marketing funding dalam meningkatkan jumlah nasabah di bank bni syariah parepare.2020.*

dilakukan adalah dengan terus meningkatkan prodak dan program BANK Syariah sehingga mampu untuk menarik minat masyarakat.

Selanjutnya jurnal yang di tulis oleh Miranda santika dengan judul **"STRATEGI MARKETING *FUNDING* DALAM MENINGKATKAN DAN MEMPERTAHANKAN JUMLAH NASABAH "** Hasil penelitian ini menyimpulkan, penulis mengambil judul tentang Strategi Marketing *Funding* Dalam Meningkatkan dan Mempertahankan Jumlah Nasabah di Bank BTN Syariah Kantor Cabang Medan. Strategi untuk memperoleh nasabah yang loyal tidak bisa dilakukan sekaligus, tetapi melalui beberapa tahapan, mulai dari mencari nasabah potensial sampai memperoleh rekan kerja sama. Salah satu yang harus diperhatikan oleh Bank yaitu mulai dari layanan,kualitas maupun kenyamanan untuk nasabahnya. Agar nasabah senantiasa menabung atau bertransaksi di Bank BTN Syariah Kantor Cabang Medan.

Selanjutnya jurnal yang di tulis oleh wanti ningsih dengan judul **"STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN PEMBIAYAAN USAHA MIKRO (STUDI KASUS DI BANK BRI SYARIAH KCP METRO)"** Hasil peneltian ini menyimpulkan bahwa BRI Syariah KCP Metro telah melaksanakan Strategi marketing dalam meningkatkan pembiayaan usaha mikro dengan menggunakan bauran pemasaran yang meliputi *place, product, price, promotion, People, Process, Physical evidence*. Namun bauran pemasaran pada promotion terdapat promosi yang dianggap kurang efektif seperti promosi lewat komunitas, dan pengiklanan dengan memalui media elektronik seperti facebook, Twitter, website dan instagram. Kemudian pada promosi penjualan, meskipun BRI Syariah KCP Metro telah melakukan promosi penjualan dengan memberikan diskon margin, namun hal tersebut belum mampu meningkatkan pembiayaan usaha mikro. karena dari sekian promosi yang dilakukan BRI Syariah KCP Metro dalam meningkatkan pembiayaan usaha mikro hanya beberapa promosi

yang di anggap efektif, seperti sistem jemput bola, canvasing atau door to door dan open table.[6]

Selanjutnya jurnal yang ditulis oleh hana putri rahmawati dengan judul **"STRATEGI PEMASARAN *FUNDING* DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI BPRS BUMI ARTHA SAMPANG KANTOR KAS CIMANGGU CILACA"** Hasil ini menyimpulkan bahwa Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran funding dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap. Funding merupakan kegiatan menghimpun dana dari pihak ketiga yang memiliki tujuan meningkatkan dana pihak ketiga di sebuah BPRS karena dana pihak ketiga itu adalah komponen penting dalam sebuah bank terlebih bagi BPRS. Setelah dilakukan penelitian,diketahui bahwa strategi pemasaran funding yang digunakan dalam meningkatkan jumlah nasabah penabung di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap yaitu undian tabungan berhadiah, grebek pasar, canvvasing dan metode jemput bola. Dari ke empat strategi, canvassing merupakan strategi yang cukup efektif dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah.[7]

[6] wati nengsih. *strategi marketing dalam meningkatkan pembiayaan usaha mikro.* (studi kasus di bank bri syariah kcp metro)2020.

[7] Hana Putri rahmawati. *strategi pemasaran funding dalam meningkatkan jumlah nasabah* (studi kasus bprs bumi artha sampang kantor kas cimanggu cilaca)2021.

Tabel 1.1 Penelitian Terdaulu

No	Nama Peneliti dan Tahun	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Tri yogi riyan dika. Dampak target lending terhadap kinerja marketing Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani Kantor Cabang Tulang Bawang. 2019	Hasil peneltian ini bertujuan untuk mengetahui dampak yang terjadi dari target lending yang diberikan terhadap kinerja marketing BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang. Dan hasil dari Penelitian ini menyimpulkan bahwa target lending yang ditetapkan oleh bank syariah berdampak positif dan juga negatif bagi kinerja marketing. Dengan ditargetkannya besaran lending yang harus dicapai tiap periodenya oleh divisi marketing	a. Meneliti tentang marketing lending b. Metode penelitain yang di gunakan	a. Peneliti tersebut hanya meneliti tentang target marketing lending. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis, meneliti tentang marketing lending dan funding. b. Objek penelitian yang digunakan c. Peneliti tersebut hanya meneliti tentang target marketing lending. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis, meneliti tentang marketing lending dan funding.
2.	Hardiyati tahir. Strategi marketing funding dalam meningkatkan	Hasil dari penelitian ini adalah 1. marketing funding dalam	a. Meneliti tentang marketing funding	a. Peneliti tersebut hanya meneliti tentang

	jumlah nasabah di bank bni syariah parepare. 2020	meningkatkan nasabah di BNI syariah parepare adalah dengan menentukan tujuan sasaran terlebih dahulu 2. Implementasi strategi yang dilakukan marketing funding untuk mencapai tujuan adalah dengan melakukan sosialisasi ke instansi dan untuk nasabah perorangan dilakukan dengan cara kunjungan langsung DOR TOO DOR untuk memperkenalkan produk BNI Syariah 3. Efaluasi strategi yang dilakukan marketing funding di BNI Syariah parepare adalah dengan meninjau factor internal dan esternal	b. Metode penelitian yang digunakan	marketing funding Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis, meneliti tentang marketing funding dan lending. b. Objek penelitian yang digunakan
3.	Miranda santika. Strategi marketing funding dalam meningkatkan dan mempertahankan jumlah nasabah	Hasil penelitian ini adalah marketing funding dalam meningkatkan dan mempertahankan jumlah nasabahnya yaitu dengan	a. Meneliti tentang marketing funding b. Metode penelitian yang	c. Peneliti tersebut hanya meneliti tentang target marketing funding.

	Studi Kasus Pada Bank BTN Syariah KC Medan. 2019	menggunakan berbagai strategi. Untuk marketing funding dalam meningkatkan jumlah nasabah Strategi tersebut antara lain menggunakan strategi produk, strategi harga, strategi lokasi dan strategi promosi.	digunakan.	Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis, meneliti tentang marketing lending dan funding. d. Objek penelitian yang digunakan
4.	Wanti ningsih. strategi marketing dalam meningkatkan pembiayaan usaha mikro (studi kasus di bank bri syariah kcp metro) 2020.	Hasil peneltian ini menyimpulkan bahwa BRI Syariah KCP Metro telah melaksanakan Strategi marketing dalam meningkatkan pembiayaan usaha mikro dengan menggunakan bauran pemasaran yang meliputi *place, product, price, promotion, People, Process, Physical evidence*.	a. Meneliti tentang marketing lending	a. Meleiti tentang marketing lending saja sedang kan penulis meneliti tentang lending dan funding b. Metode penelitian menggunakan deskriptif kualitatif sedangkan penulis menggunakan kualitatif kompratif c. Objek penelitian yang digunakan

5.	Hana putri rahmawati. Strategi pemasaran funding dalam meningkatkan jumlah nasabah di bprs bumi artha sampang kantor kas cimanggu cilaca. 2021	Hasil penelitian ini diketahui bahwa strategi pemasaran funding yang digunakan dalam meningkatkan jumlah nasabah penabung di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap yaitu undian tabungan berhadiah, grebek pasar, canvvasing dan metode jemput bola. Dari ke empat strategi, canvassing merupakan strategi yang cukup efektif dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah.	a. Meneliti strategi pemasaran funding dalam meningkatkan jumlah nasabah.	A. Meneliti tentang strategi funding Sedangkan penulis meneliti tentang strategi funding dan lending. B. Metode penelitian yang digunakan

BAB II
KAJIAN TEORI

A. Pengertian Analisis Strategi Marketing *Funding* Dan *Lending*

1. Pengertian Analisis

Analisis perlu dipahami karena digunakan dalam berbagai bidang ilmu. Mulai dari matematika, ekonomi, bisnis, manajemen, sosial, dan bidang ilmu lainnya menggunakan istilah ini dengan makna yang sesuai konteksnya.

Istilah analisis biasanya digunakan saat akan melakukan penyelidikan ataupun menelaah suatu karangan, penelitian, penjelasan, ataupun suatu peristiwa yang terjadi. Analisis adalah usaha yang dilakukan dengan metode tertentu untuk mengamati sesuatu secara detail. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.

Dan dapat di simpulkan bahwa Analisis sangat dibutuhkan untuk menganalisa dan mengamati sesuatu yang tentunya bertujuan untuk mendapatkan hasil akhir dari pengamatan yang sudah dilakukan.

2. Pengertian Strategi Marketing

Kata strategi berasal dari Bahasa Yunani, yaitu "*strategos*" (stratos = militer dan ago = Pemimpin) yang berarti "generalship" atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan.[8] Strategi memiliki 2 peranan penting, yaitu :

Strategi sebagai pendukung untuk pengambilan keputusan. Strategi sebagai suatu elemen untuk mencapai sukses. Strategi merupakan suatu bentuk atau tema yang memberikan kesatuan hubungan antara keputusan-keputusan yang diambil oleh individu atau organisasi. Strategi

[8] Hazmanan Khair dkk,*Manajemen Strategi* (Medan : Umsu Press, 2016), h. 2.

sebagai sarana koodinasi dan komunikasi. Salah satu peranan penting strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi adalah untuk memberikan kesamaan arah bagi perusahaan. Strategi sebagai target strategi akan digabungkan dengan visi dan misi untuk menentukan dimana perusahaan berada dalam masa yang akan datang. Penetapan tujuan tidak hanya dilakukan untuk memberikan arah bagi penyusunan strategi. Tetapi juga untuk membentuk aspirasi bagi perusahaan. Dengan demikian, strategi juga dapat berperan sebagai target perusahaan.

Dalam pandangan berbisnis, disimpulkan bahwa strategi merupakan senjata yang disusun sedemikian rupa oleh sebuah perusahaan untuk menjalankan kinerja perusahaan dalam unit bisnis untuk mengembangkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen agar lebih unggul dari para pesaing perusahaan dipasar sasaran. Serta merupakan pernyataan mengenai cita-cita atau keinginan perusahaan, kemana akan pergi, dan secara luas, bagaimana mencapai arah yang dituju.[9]

Sedangkan Pengertian pemasaran atau marketing yaitu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain. Berdasarkan devisi diatas dapat disimpulkan bahwa marketing mempunyai arti yang lebih luas dari pada penjual, marketing mencangkup usaha BANK yang di tandai dengan mengidentifikasi kebutuhan nasabah yang dipuaskan, menentukan harga pokok yang sesuai, menentukan cara promosi dan penjual produk tersebut. Jadi, marketing ini juga merupakan kegiatan saling berhubungan sebagai suatu sistem untuk menghasilkan laba. Konsep marketing adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bisnis bahwa pemuasan kebutuhan nasabah merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan atau BANK.[10]

---

[9] Miranda santika, *Strategi marketing funding dalam meningkatkan dan mempertahankan jumlah nasabah.* (Studi Kasus Pada Bank BTN Syariah KC Medan),hal 17

[10] Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran.* Jakarta. Erlangga.hlm52

Menurut Kotler (2000) pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai secara bebas dengan pihak lain. Pemasaran lebih menitik beratkan pada pengetahuan akan kebutuhan pelanggan dan upaya untuk memuaskannya melalui atribut produk yang ditawarkan, karena kepuasan konsumen dipandang sebagai pusat pertumbuhan, laba dan keamanan eksistensi perusahaan.

Sedangkan menurut Basu Swastha.D.H dan Irawan (2000) pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan menditribusikan barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan baik pada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Dan menurut Buchari Alma (2002) pemasaran merupakan proses social dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan ininkan melalui penciptaan dan pertukaran produk. Dari definisi di atas, maka pemasaran merupakan salah satu bagian dari ilmu manajemen yang merupakan kegiatan utama yang memegang peranan penting dalam kegiatan usaha, disamping kegiatan-kegiatan lainnya seperti kegiatan pembelajaran , prodak serta personalia pemasaran sebagai salah satu fungsi dari kegiatan perusahaan mempunyai peranan yang sangat penting.[11] Hal ini disebabkan karena kegiatan pokok yang harus dilakukan oleh para pengusaha dalam operasinya adalah pemasaran guna mempertahangkan kelangsungan hidup perusahaan atau bank, mengembangkan usaha serta memperoleh laba. Selain itu, pemasaran juga merupakan faktor dominan dalam suatu siklus perekonomian dan berakhir pada pemenuhan kebutuhan konsumen.

Oleh sebab itu maka pelaksanaan pemasaran atau marketing harus mampu melihat kebutuhan, selera dan keinginan konsumen berdasarkan informasi pasar yang telah diperoleh perusahaan. Sama halnya sistem pemasaran pada masa lalu dimana kegiatan pemasaran tidak terlalu rumit,

[11] Edi, *pengaruh marketing mix terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek suzuki satria f pada pt. Sinar galesong,2017,*hlm 4

sehingga hampir semua barang yang ditawarkan dapat terjual. Sedangkan pada saat sekarang ini sejalan dengan perkembangan zaman dan teknologi serta ditemukannya mesin-mesin moderen telah memungkinkan dilakukannya produksi secara massal yang akibatnya menimbulkan persaingan dan di tambah lagi dengan tuntunan konsumen yang semakin dinamis sehingga membuat kegiatan pemasaran menjadi semakain kompleks. Oleh karena itu para pelaksana pemasaran di tuntut untuk lebih peka dalam membaca keadaan konsumennya baik kebutuhan, selera maupun keinginan agar apa yang nantinya ditawarkan kepadanya dapat di terima.

Dalam islama Dasar hukum marketing sendiri disebut dengan kata *Wakalah* yang berarti perwakilan,penyerahan, pendelegasian atau pemberian mandat. Penyerahan kuasa ini bisa disamakan dengan kegiatan perusahaan yang menyerahkan kegiatan pemasaran. Wakalah dibolehkan dalam islam karena sangat dibutuhkan oleh manusia. Dalam kenyataan hidup sehari-hari tidak semua orang mampu melaksanakan sendiri semua urusannya sehingga diperlukan seseorang yang perlu mewakilinya dalam menyelesaikan urusannya. Landasan hukum kegiatan pemasaran (wakalah) agar sesuai dengan syariah, maka harus berdasarkan pada Alquran yaitu

pada surah Al – Kahfi ayat 19 :

وَكَذَٰلِكَ بَعَثْنَٰهُمْ لِيَتَسَآءَلُواْ بَيْنَهُمْ ۚ قَالَ قَآئِلٌ مِّنْهُمْ كَمْ لَبِثْتُمْ ۖ قَالُواْ لَبِثْنَا يَوْمًا أَوْ بَعْضَ يَوْمٍ ۚ قَالُواْ رَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَا لَبِثْتُمْ فَٱبْعَثُوٓاْ أَحَدَكُم بِوَرِقِكُمْ هَٰذِهِۦٓ إِلَى ٱلْمَدِينَةِ فَلْيَنظُرْ أَيُّهَآ أَزْكَىٰ طَعَامًا فَلْيَأْتِكُم بِرِزْقٍ مِّنْهُ وَلْيَتَلَطَّفْ وَلَا يُشْعِرَنَّ بِكُمْ أَحَدًا[12]

''Yang artinya : Dengan demikianlah kami bangunkan mereka agar mereka saling bertanya diantara mereka sendiri. Berkatalah salah seorang diantara mereka :"sudah berapa lamakah kamu berada (disini?). Mereka menjawab:" Kita berada (disini) sehari atau setengah hari". Berkata (yang lain lagi)."Tuhan kamu lebih mengetahui berapa lamanya kamu berada (disini). Maka suruhlah salah seorang diantara kamu pergi kekota dengan membawa uang perakmu ini, dan hendaklah dia lihat manakah makanan yang lebih baik, maka hendaklah dia membawa

[12] Departemen agama RI Al-Qur'an dan terjemah,18: 19.

makanan itu untukmu, dan hendaklah dia berlaku lemah-lembut dan janganlah seklai-kali menceritakan halmu kepada seseorangpun".
Surat yusuf ayat 55

قَالَ اجْعَلْنِيْ عَلٰى خَزَاۤىِٕنِ الْاَرْضِۚ اِنِّيْ حَفِيْظٌ عَلِيْمٌ

Yang artinya :

"Berkata Yusuf : jadikanlah aku bendaharawan negara(Mesir); Sesungguhnya aku adalah orang yang pandai menjaga, lagi berpengetahuan".[13]

Dari ayat pertama QS. Al-Kahfi ayat 19 dapat dipahami bahwa untuk membuktikan mereka (ashabul kahfi) telah tidur bertahun-tahun, mereka mengutus satu orang (sebagai wakil) untuk pergi ketkota untuk membeli makanan dengan uang yang mereka miliki. Sedangkan dalam ayat kedua QS. Yusuf ayat 55, Nabi Yusuf diminta untuk diberi kuasa guna menjadi bendahara negara. Dengan demikian dalam kedua ayat tersebut terdapat bentuk pemberian kuasa atau wakalah.

3. Pengertian marketing funding

Istilah marketing bersal dari bahasa inggris yang berarti pemasaran, sedangkan funding adalah kegiatan menghimpun dana dari nasabah atau calon nasabah yang berbentuk simpanan atau penyertaan modal guna penguatan modal kedalam.

Jadi marketing funding adalah kegiatan kerja di mana yang banyak di lakukan oleh perusahaan (BANK) untuk memasarkan produknya guna mendapatkan keuntungan dari nasabah maupun calon nasabah untuk memperkuat modal bank itu sendiri. Marketing funding merupakan bagian dari salah satu pekerjaan perbankan syariah yang memiliki tugas dan fungsi memperkenalkan, mempromosikan, meluaskan jaringan, untuk memasarkan produk dana.[14]

Dalam Pengertian lain Funding adalah kegiatan penghimpunan dana pihak ketiga yang dilakukan oleh pihak bank. Kegiatan penghimpunan dana pihak ketiga ini memerlukan suatu usaha dan strategi, sehingga masyarakat mau menyimpan atau mempercayakan dananya kepada pihak bank. Dana yang diperoleh kemudian diinvestasikan pada berbagai aktiva

[13] Departemen agama RI Al-Qur'an dan terjemah , 12: 55.

[14] Suad Husnan, *Dasar dasar Manajemen Keuangan,* (Yogyakarta:UPP STIM YKPN,2012) h 5

Bank, untuk mendanai kegiatan produk Bank, kegiatan memperoleh dana berarti Bank menerbitkan aktiva finansial maka kegiatan menanamkan dana mengakibatkan Bank memiliki aktiva rill.[15]

Adapun dalam strategi marketing funding mempertahankan nasabah yaitu dengan meningkatkan pelayanan dan meningkatkan loyalitas nasabah. Pengertianl loyalitas sendiri yaitu kesetiaan merupakan sebuah kata kuno yang mendeskripsikan keadaan dimana seseorang menyerahkan seluruh jiwa dan raganya pada suatu Negara atau BANK itu sendiri. Ada beberapa cara untuk menghimpun dana masyarakat yaitu dengan menawarkan berbagai jenis produk seperti rekening tabungan,giro,dan deposito.

a. Simpanan Giro (*Demand Deposit*)

   Pengertian giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek,bilyet,giro atau sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan pemindah bukuan. Transaksi dalam rekening giro terbagi dua. Pertama, transaksi penyetoran dimana dengan adanya penyetoran ini akan menambah jumlah saldo nasabah pada rekening gironya. Kedua, transaksi penarikan/debet yaitu transaksi yang mengakibatkan berkurangnya sejumlah saldo pada rekening giro nasabah.

b. Simpanan Tabungan (*Saving Deposit*)

   Tabungan adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek,bilyet,giro, atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Prinsip transaksi tabungan ada dua yaitu debet dan kredit. Kepemilikan rekening tabungan bersifat individual atau atas nama perorangan.

c. Simpanan Deposito (*Time Deposit*)

   Simpanan deposito memiliki perbedaan dengan dua jenis simpanan sebelumnya, pada simpanan deposito jangka waktu penarikan saldo

[15] Miranda santika, *Strategi marketing funding dalam meningkatkan dan mempertahankan jumlah nasabah (*studi kasus pada bank btn syariah kc medan)

uang dapat ditarik setelah jatuh tempo. Pengertian dari jatuh tempo ini adalah masa berakhirnya simpanan deposito. Deposito adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah dengan bank[16]

4. Sumber Pendanaan

Sebenarnya jumlah dana yang dapat dihimpun melalui Bank tidak terbatas, tapi dari pihak manajemen harus mengemas dana-dana yang masuk untuk dimasukkan pada produknya sehingga memiliki nilai jual yang layak dan memiliki

2 prinsip yaitu :

a. Prinsip wadiah

Berasal dari namanya wadiah adalah titipan, jadi prinsip simpanan wadiah adalah akad penitipan barang atau uang kepada bank, maka berkewajiban bank harus merawat titipan tersebut dengan baik, serta mengembalikan yang dititipkan saat penitip meminta kembali.

b. Prinsip Mudharabah

- Prinsip mudharabah

  merupakan akad kerja sama modal dari pemilik dana (shohibul mal) dengan pengelola dana atau pengusaha (mudhorib) atas dasar bagi hasil. Ketentuan untuk sistem mudharabah yaitu :

- Modal

  harus diserahkan secara tunai, dinyatakan dalam jumlah nominal yang jelas, langsung diserahkan kepada mudhorib untuk segera memulai usaha. Pembagian hasil : nisbah bagi hasil harus disepakati diawal perjanjian, pemabagian hasilnya dapat dilakukan saat mudharib telah mengembalikan seluruh modalnya atau sesuai dengan periode tertentu yang telah disepakati.

- Resiko

  bila terjadi kerugian usaha maka semua kerugian akan ditanggung oleh shahibul mal dan mudharib tidak akan

[16] Kasmir,Dasar – Dasar Perbankan.(Jakarta:PT Raja Grafindo Persada,2007),hal 70

mendapatkan keuntungan usaha, untuk memperkecil resiko shahibul mal dapat mensyaratkan batasan-batasan tertentu kepada mudharib.[17]

5. **Fungsi Marketing *Funding***

a. Untuk mencari nasabah (pihak ketiga) yang mempunyai dana lebih agar mau untuk menyimpannya kedalam bank dalam bentuk produk yang ditawarkan oleh bank itu sendiri. Produk bank yang dimaksud dibagi menjadi 3 kategori yaitu dalam bentuk simpanan tabungan, simpanan giro, dan simpanan deposito.
b. Memperkenalkan,mempromosikan,memasarkan produk perbankan, dan memperluas jaringan atau relasi antar perbankan atau dengan dunia diluar perbankan itu sendiri.

6. **Pengertian marketing *lending***

Menurut Kamus Terbaru Ekonomi dan Bisnis, *Lending* berasal dari kata Lend yang berarti meminjamkan atau menyediakan dana atau uang secara temporer pada suatu kondisi dimana uang yang ekuivalen akan dikembalikan.[18]

Pembiayaan ini merupakan aktivitas bank syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak lain selain bank berdasarkan prinsip syariah. Penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan didasarkan pada kepercayaan yang diberikan oleh pemilik dana kepada pengguna dana. Pemilik dana percaya pada pengguna dana, bahwa dana yang diberikan dalam bentuk pembiayaan pasti akan terbayar. Penerima pembiayaan mendapat kepercayaan dari pemberi pembiayaan, sehingga penerima pembiayaan berkewajiban untuk mengembalikan pembiayaan yang telah diterimanya sesuai dengan jangka waktu yang telah diperjanjikan dalam akad pembiayaan.[19]

Pengertian lain menjelaskan bahwa pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk

[17] Wiroso,*Produk Perbankan Syariah*,(LPFE : Usakti,2011), Hal, 120
[18] Tim Prima Pena, *Kamus Terbaru Ekonomi & Bisnis*, (Surabaya: Gitamedia Press, 2015), h. 339.
[19] Ismail, Perbankan Syariah., h. 105-106.

memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan defisit unit. Pembiayaan diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik sendiri maupun lembaga[20].

Marketing *lending* adalah sebuah fungsi pekerjaan didalam dunia perbankan yang secara garis besar bertugas untuk menyalurkan kembali dana yang telah dihimpun oleh marketing funding kepada masyarakat, lembaga / instansi, ataupun pihak swasta dalam bentuk pinjaman atau pembiayaan. Fungsi marketing *lending* adalah mencari nasabah (pihak ketiga) yang sedang membutuhkan dana untuk keperluan individu maupun kepentingan guna mengembangkan perusahaannya dalam bentuk pinjaman yang tentunya sesuai dengan syarat pembiayaan.

Tugas dan job deskripsi marketing lending yaitu:

a. Bertanggung jawab atas pencapaian target pembiayaan.
b. Memiliki kemampuan dalam menganalisis pembiayaan
c. Memproses dan merealisasikan pembiayaan.[21]

7. pembiayaan berdasarkan prinsip syariah

Menurut undang-undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syari'ah yang dimaksud dengan pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa:

a. Transaksi bagi hasil dalam bentuk mudharabah dan musyarakah.
b. Transaksi sewa menyewa dalam bentuk ijarah atau sewa beli dalam bentuk ijarah muntahiya bittamlik.
c. Transaksi jual beli dalam bentuk piutang murabahah, salam, dan istishna.
d. Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang qardh.
e. Transaksi sewa menyewa jasa dalam bentuk ijarah untuk transaksi multijasa.

[20] Muhammad Syafi'i Antonio, Bank Syariah dari Teori ke Praktik, (Jakarta: Gema insani press, 2001), h. 160.

[21] Peranan Marketing Funding dan Marketing Lending, dalam, Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus di Bank Muamallat Cabanag Pasuruan), 2015

Berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank syari'ah dan/atau Unit Usaha Syari'ah (UUS) dan pihak yang mewajibkan pihak yang dibiyayai dan/atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan ujrah, tanpa imbalan, atau bagi hasil. Sedangkan Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah itu sendiri menurut Undang-Undang Perbankan No. 10 tahun 1998, pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dan pihak lain yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil[22]. Dalam perbankan syariah, pembiayaan yang diberikan kepada pihak pengguna dana berdasarkan pada prinsip syariah. Aturan yang digunakan yaitu sesuai dengan hukum Islam.

Pembiayaan yang diberikan bank syariah berbeda dengan kredit yang diberikan oleh bank konvensional. Dalam perbankan syariah, returns atas pembiayaan tidak dalam bentuk bunga, akan tetapi dalam bentuk lain sesuai dengan akad-akad yang disediakan di bank syariah.

8. Implementasi *Lending* Atau Pembiayaan

Implementasi pembiayaan dalam perbankan syariah menurut sifat penggunaannya terbagi menjadi dua diantaranya:

a. Pembiayaan Konsumtif

Yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan. Seperti pembelian rumah, motor, dan lainlain.

b. Pembiayaan Produktif

Yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan yang sifatnya produktif, seperti pembiayaan modal kerja, pembiayaan pembelian barang modal, serta investasi.[23] Sedangkan Implementasi

[22] Undang-undang.*entang Perbankan* thn 1998.Pasal 1 ayat 12
[23] Muhammad Syafi'i *Antonio, Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, h. 161

pembiayaan dalam perbankan syariah dilakukan melalui produk dengan prinsip pembiayaan syariah berdasarkan tujuan penggunannya diantaranya:

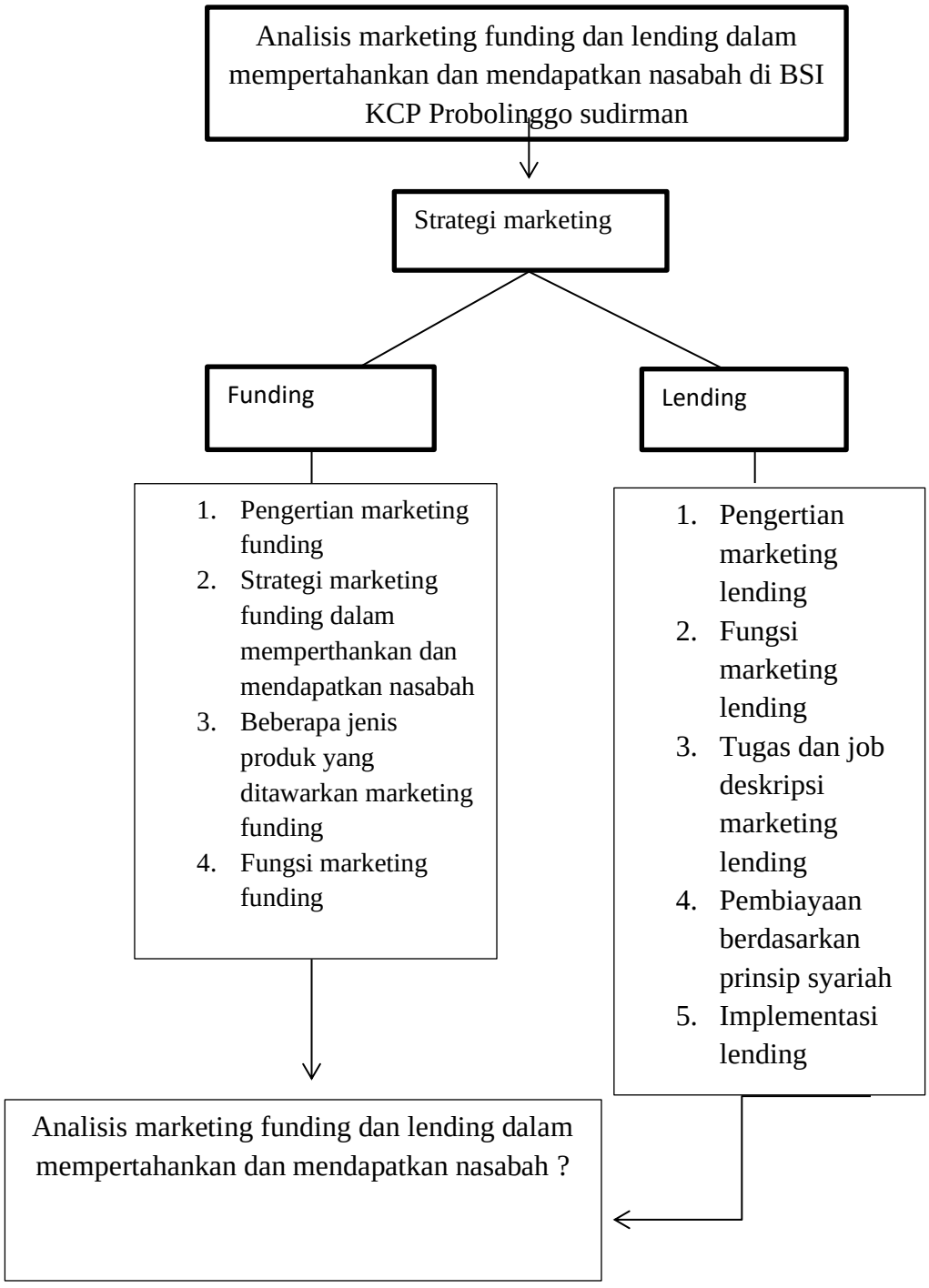
1. Pembiayaan dengan prinsip jual beli Produk Jual beli Murabbahah, Salam, Istishna.
2. Pembiayaan dengan prinsip sewa Produk Ijarah dan Ijarah Muntahiya Bittamlik (IMBT).
3. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil Produk Mudharabah dan Musyarakah.
4. Pembiayaan dengan akad pelengkap Produk Hiwalah, Rahn, Qard, Khafalah, dan Wakalah.

Pembiayaan dengan prinsip jual beli ditujukan untuk memiliki barang, sedangkan yang menggunakan prinsip sewa ditujukan untuk mendapatkan jasa. Prinsip bagi hasil digunakan untuk usaha kerja sama yang ditujukan guna mendapatkan barang dan jasa sekaligus. Pada kategori pertama dan kedua, tingkat keuntungan bank ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang atau jasa yang dijual. Sedangkan pada kategori ketiga, tingkat keuntungan ditentukan dari besarnya keuntungan usaha sesuai dengan prinsip bagi hasil.[24]

[24] Tri yuddi triandikan. *Dampak Target Lending Terhadap Kinerja Marketing.* (Studi Kasus Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani Kantor Cabang Tulang Bawang).2019.hal.15.

B. Kerangka Konseptual

Tabel 2.1 Kerangka konseptual



BAB III
METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Metode penelitian merupakan cara kerja yang dapat memahami obyek menjadi sasaran atau tujuan penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Manurut Sugiyono.[25] "Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postposivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai *instrument* kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkomaparasikan antara Strategi funding dan landing dalam mempertahankan nasabah dan omendapatkan nasabah. Oleh karena maka penelitian disebut kualitatif komparatif. Adapun yang dimaksud komparatif atau perbandingan adalah penelitian pendidikan yang menggunakan teknik membandingkan suatu objek dengan objek lain. Objek yang diperbandingkan dapat berwujud tokoh atau cendikiawan, aliran pemikiran, kelembagaan, manajemen maupun pengembangan aplikasi pembelajaran.

Adapun jenis penelitian ini menggunakan studi kasus atau *case studi* yag di maksud studi kasus ecara umum adalah studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan how atau why; peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidikil dan bilamana focus penelitian terletak pada fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata.[26]

Penggunaan studi kasus dalam penelitian ini adalah karena peneliti mengupulkan data mengenai strategi marketing dalam mempertahakan dan mendapatkan nasabahnya, untuk di kompratifkan. Keuntungan terbesar dari studi kasuus kemungkinan untuk melakukan penyelidikan secara mendalam studi kasus berusaha untuk memahami sistem marketing *funding* dan *lending* dalam mempertahakan dan mendapakan nasabahnya.

---

[25] Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, fan R&D. Bandung: Alfabeta.hlm.09*

[26] Buku.prof.dr.robert K yin.*studi kasus disein dan metode.* 1

Jadi Penelitian yang berjudul "Analisis strategi marketing *funding* dan *lending* dalam mempertahankan dan mendapatkan nasabah di BSI KCP Probolinggo sudirman" menggunakan metode kualitatif kompratif dengan jenis penelitian studi kasus. Yang dimana pendekatan penelitian ini memperoleh informasi dan Keuntungan besar dari studi kasuus dalam melakukan penyelidikan secara mendalam mengenai bagaimana strategi marketing yang dilakukan pada BSI KCP Probolinggo sudirman dalam mendapatkan dan mempertahankan nasabahnya.

B. Kehadiran Peneliti

peneliti dalam hal ini sangatlah penting dan utama, hal ini peneliti sebagai orang yang melakukan observasi mengamati dengan cermat terhadap objek penelitian. Untuk memperoleh data tentang penelitian, maka peneliti langsung terjun kelapangan. Kehadiran peneliti dalam penelitian ini berperan sebagai instrumen kunci yang berperan sebagai pengamat partisipan, dimana peneliti turun langsung kelapangan berinteraksi langsung dengan objek yang diteliti dan sekaligus pengumpul data dengan berbagai alat pendukung yang diperlukan seperti buku dan kamera untuk mendokumentasikan. Kehadiran peneliti statusnya diketahui oleh informan. Dengan ini peneliti dilapangan mutlak hadir atau terjun langsung dalam melakukan penelitian. Berkenaan dengan hal tersebut, dalam mengumpulkan data peneliti berusaha menciptakan hubungan yang baik dengan informan dan sumber informan yang menjadi sumber data agar data-data yang diperoleh betul-betul valid. Dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti akan hadir dilapangan sejak diizinkan dan melakukan penelitian dari Bulan Maret sampai penelitian selesai.

C. Data dan Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini sering didefinisikan sebagai subjek dari mana data penelitian diperoleh. Mengenai sumber data penelitian ini, dibagi menjadi dua jenis yaitu :

1. Data Primer

   Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrument-instrumen yang telah ditetapkan. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan

penelitian. Pengumpulan data primer merupakan bagian internal dari proses penelitian dan yang seringkali diperlukan untuk tujuan pengambilan keputusan. Data primer dianggap lebih akurat, karena data ini disajikan secara terperinci. Adapun data primer dalam penelitian ini berupa observasi dan wawancara. Adapun hasil observasi peneliti peroleh melalui pengamatan secara langsung dan inten terhadap lokasi dan proses penjualan dan pemasaran. Sedangkan wawancara diperoleh melalui hasil wawancara langsung terhadap pemilik toko dan karyawan.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah, dan lain sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi. Sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data".[27] Data yang digunakan oleh penulis meliputi data tentang kegiatan marketing *funding* dan *lending* di BSI KCP Probolinggo sudirman.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Studi Lapangan

Dengan mengadakan penelitian lapangan keperusahaan dimana melaksanakan penelitian di BSI KCP Probolinggo Sudirman, adapun bentuk-bentuk studi lapangan yang dilakukan antara lain :

a. Observasi

Metode pengumpulan data dengan terjun langsung dan ikut kegiatan atau pekerjaan melalui pengamatan dan pencatatan sehingga diperoleh kebenaran data.

[27] Sujarweni, W. (2015). Metodelogi Penelitian-Bisnis & Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, hal.89.

Menurut Hadi Sugiyono.[28]"Mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantaranya yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan".

transkrip observasi[29].

No. CL :

Koding :

Tanggal pengamatan :

Jam :

Disusun jam :

Kegiatan yang di observasi :

Trnskip Observasi	
Tanggapan Pengamat	

Keterangan :

Kode :

b. Wawancara

wawancara adalah suatu percakapan yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara dan diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Pedoman wawancara adalah daftar pertanyaan yang bersifat terbuka yang dimaksudkan untuk menggali data atau informasi secara lengkap dan mendalam. Teknik wawancara dapat dilakukan dengan wawancara tatap muka (face to face interviewing), wawancara menggunakan telepon (telephone interviewing) dan wawancara secara online seperti chatting (online research). Wawancara dilakukan dengan bertanya

[28] Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, fan R&D. Bandung: Alfabeta.hlm.145*

[29]Tim INZAH genggong, pedoman penulisan skripsi, (kraksaan : Inzah proses, 2016), 52

langsung kepada informan untuk menggali dan mendapatkan informasi yang berkaitan dengan data yang dibutuhkan. Adapun wawancara dengan menggunakan pedoman wawancara, sehingga peneliti dapat mengembangkan pertanyaan-pertanyaan penelitian sesuai dengan kebutuhan informasi yang diinginkan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wanwancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (interview) untuk memperoleh infomasi dari wawancara. Adapun data-data yang diharapkan diperoleh dari metode wawancara tersebut adalah data tetang strategi marketing funding dan lending di BSI KCP Probolinggo Sudirman.

Wawancara semi-terstruktur sudah termasuk dalam kategori *in-depth interview* yang pelaksanaanya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka dan pihak yang diajak wawancara diminta pendapatnya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.[30]

Informan yang diwawancara pada penelitian ini ialah sebagai berikut :

1) Karyawan marketing funding BSI KCP Probolinggo Sudirman
2) Karyawan marketing lending BSI KCP Probolinggo Sudirman

transkrip wawancara[31]

Kode :01/1W/F1/29-VII/2022

Nama informan :Bapak Kholid Usmani

[30] Ima Nandasari analisis harga dan promosi terhadap banyaknya pelanggan the fit lab di hotel tara Yogyakarta,2018,38.
[31] Tim INZAH genggong, pedoman penulisan skripsi, (kraksaan : Inzah proses, 2016), 51.

Tanggal :29-juli-2022

Jam :11.00-13.30 WIB

Disusun jam :22.30-01.10 WIB

Tempat wawancara :BSI KCP Probolinggo Sudirman

Topik wawancara :Marketing Funding

	Materi wawancara
Peneliti	
Informal	

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan tertulis mengenai berbagai kegiatan atau peristiwa pada waktu yang lalu. Dokumentasi yang dimaksud meliputi data-data perusahaan (bank), kegiatan pemasaran perusahaan (bank) serta berkas lainnya yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang dilakukan oleh BSI KCP Probolinggo sudirman.

transkrip dokumentasi[32]

Koding :03/D/F1/29-VII/2022

Bentuk :Gambar

Isi dokumen : membantu nasabah yang lagi ada masalah di BANK bengkingnya

[32]Tim INZAH genggong, pedoman penulisan skripsi, (kraksaan : Inzah proses, 2016), 53.

Tanggal pencatatan :3-september-2022

Jam pencatatan :09-00-11-00

Bukti dokumen	
Refleksi	

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif yaitu dengan menguraikan untuk mendapatkan data berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan ditempat penelitian yang berkaitan dengan hasil observasi dan wawancara tentang bagaimana strategi marketing funding dalam mempertahankan dan mendapat kan nasabah di BSI KCP Probolinggo Sudirman.

Ahmad Tanzeh mengemukakan bahwa analisis data merupakan proses mencari dan mengatur secara sistematis transkip wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain yang telah didapat oleh peneliti. Selanjutnya dijelaskan oleh Bogdan dan Biklen dalam buku Ahmad Tanzeh, bahwa kegiatan analisis dilakukan dengan menelaah data, menata, membagi menjadi satuan-satuan yang dapat dikelola, mencari pola, menemukan apa yang bermakna, dan apa yang akan diteliti dan dilaporkan secara sistematis.[33]

1. Reduksi Data Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Sehingga dapat memberikan gambaran secara jelas dan dapat mempermudah peneliti untuk mengumpulkan data berikutnya. Reduksi data dalam peneltian ini adalah mengumpulkan semua data terkait startegi dan pelaksanaan marketing funding dan landing di BSI KCP Probolinggo.

[33]Ahmad Tanzeh, Metodologi Penelitian Praktis, (Yogyakarta: Teras, 2011), 168.

2. Display Data Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya ialah dengan mendisplay data. Dalam penelitian kualitatif, data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagian, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Yang paling sering di gunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif ialah dengan teks yang bersifat naratif. Pada tahap ini peneliti menyajikan data yang sebelumnya sudah di pilih oleh peneliti sehingga data-datanya dapat terorganisir dengan baik dan mudah di pahami oleh pembaca.

3.Penarikan Kesimpulan Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif ialah penarikan kesimpulan dan ferivikasi.[34] Kesimpulan awal yang di kemukakan masih bersifat sementra yang akan berubah bila di temukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan dta berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang di kemukakan pada tahap awal, di dukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang di kemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (dapat dipercaya).

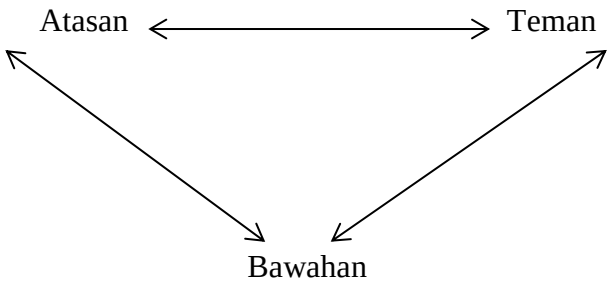
F. Pengecekan Keabsahan Temuan

Dalam rangka memperoleh kesimpulan yang tepat dan obyektif, diperlukan kredibilitas data. Kredibilitas data di maksudkan untuk membuktikan apa yang berhasil dikumpulkan sesuai kenyataan apa yang ada dalam setting. Untuk memenuhi keabsahan data tentang strategi pemasaran atau marketing digunakan teknik pemeriksaan sebagai berikut:

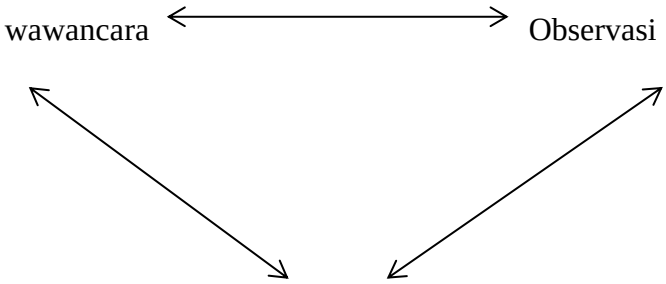
1. Ketekunan pengamatan, dengan maksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang relevan dengan persoalan-persoalan atau isu-isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci.
2. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu.[35]

[34] Tim INZAH genggong, pedoman penulisan skripsi, (kraksaan : Inzah proses, 2016), 54.

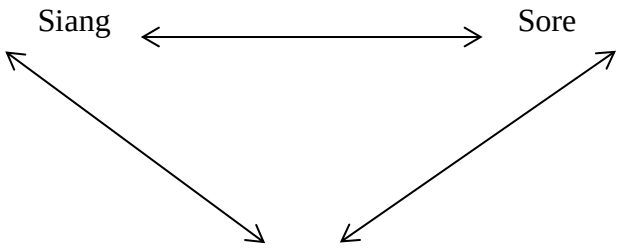
[35] Prof. Dr. Sugiyono, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*, (Alfabeta:Bandung, 2017), 273-274



Gambar 3.1 Triagulasi Sumber Data



Gambar 3.2 Gatriagulasi Teknik Pengumpulan Data



Gambar 3.3 Triangulasi Waktu Pengumpulan Data

a) Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

b) Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner yang dilakukan waktu dilapangan.

BAB IV

HASIL PEMELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum dan Sejarah Berdirinya BSI KCP Probolinggo Sudirman

1. Sejarah Berdirinya BSI KCP Probolinggo Sudirman

Melalui suratnya 10/67/KEP.GBI/DpG/2008 yang berisikan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 merupakan awal dari akusisi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk terhadap bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007. Maka PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Tbk merubah kegiatan usaha yang semula beroprasional secara kovensional kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah islam pada tanggal 17 November 2008[36]. Melayani nasabah dengan pelayanan prima dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah, nyatanya telah lebih dari 10 tahun PT Bank BRI Syariah Tbk hadir mempersembahkan sebuah bank retail modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan dengan jangkauan termudah untuk kehidupan nasabah lebih bermakna.

Aktivitas bank BRI Syariah semakin kokoh setelah ditanda tangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah (UUS) PT Bank BRI pada tanggal 19 Desember 2008. Penandatanganan dilakukan oleh bapak Sofyan Basir selaku direktur utama PT Bank BRI Syariah[37].

Perlu diketahui bahwasannya PT Bank BRI Syariah pernah menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan asset PT BRI Tbk yang tumbuh dengan pesat, baik dari sisi asset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus kepada segmen menengah kebawah, BRI Syariah memiliki target menjadi bank retail modern yang terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan di dunia perbankan.

[36] Romadhon. 2020. Sejarah Berdirinya BRIS dan Pergerakan Saham BRIS. (Diakses tanggal 24 November 2021).
[37] Aposka, Lapose. 2021. Sejarah BRIS. (Diakses tanggal 24 November 2021).

Sedangkan PT Bank BRI Syariah KCP Probolinggo Sudirman ini berdiri pada tahun 2019 tepatnya pada tanggal 22 Juli 2019 yang berlokasi tepat di Jl. Panglima Sudirman 257-B, Kota Probolinggo, Jawa Timur. Awalnya PT Bank BRI Syariah KCP Probolinggo Sudirman ini merupakan bank syariah yang berinduk pada Bank BRI Konvensional seperti unit usaha syariah lainnya.

Namun setelah resmi beroperasi selama kurang lebih dua tahun, PT Bank BRI Syariah KCP Probolinggo Sudirman mengikuti kebijakan Bank Indonesia untuk merger menjadi Bank Syariah Indonesia bersama dua bank BUMN lainnya yakni BNI Syariah dan Mandiri Syariah pada tanggal 01 Februari 2021. Saat ini BRI Syariah KCP Probolinggo Sudirman telah beroperasi selama kurang lebih sebelas bulan dengan nama resmi yakni Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Probolinggo Sudirman atau lebih sering disingkat dengan BSI KCP Probolinggo Sudirman. Bukan hanya namanya saja yang diganti, namun segala aturan dan sistem ketika BRIS juga telah migrasi sesuai dengan aturan dan sistem yang diberlakukan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI).

2. Perkembangan BSI KCP Probolinggo Sudirman

a. Ruang lingkup

Ruang lingkup BSI KCP Probolinggo Sudirman sama halnya dengan bank syariah pada umumnya yakni melakukan proses penyaluran dana (financing), penghimpunan dana (funding), serta memberikan layanan jasa keuangan dengan prinsip syariah. Penyaluran dana (financing) sendiri merupakan dukungan pendanaan untuk kebutuhan atau pengadaan barang maupun jasa oleh pihak bank kepada nasabah. Sedangkan penghimpunan dana (funding) ialah suatu kegiatan usaha yang dilakukan bank untuk mencari dana kepada nasabah yang nantinya akan disalurkan kepada pihak kreditur atau nasabah. Kemudian adapun beberapa layanan jasa keuangan yang disediakan oleh pihak BSI diantaranya ialah rahn (gadai), ijarah

(sewa), hawalah (pengalihan hutang atau piutang), wakalah (perwakilan), kafalah (penjaminan) dan sharf (jual beli valuta asing)[38]

b. Perkembangan BSI KCP Probolinggo Sudirman

Seperti yang kita ketahui Bank Syariah Indonesia dari awal berdirinya memang telah mendapat sambutan hangat dari masyarakat muslim nusantara. Bukan hanya itu saja, Bank Syariah Indonesia bahkan mendapat dukungan penuh dari Wakil Presiden Republik Indonesia yakni Kyai H. Ma'ruf Amin. "langkah besar yang baru saja ini diambil Pemerintah adalah melakukan merger bank-bank syariah milik Himbara menjadi satu, yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Langkah ini akan mengangkat kemampuan dan daya saing BSI dalam memberikan layanan, baik pada tataran domestic maupun global" uajrnya saat memberikan pengarahan pada rapat Pleno 52 Dewan Syariah Indonesia Majelis Ulama Indonesian (DSN-MUI) di Jakarta[39]. Selain itu beliau juga menyebutkan bahwa Bank Syariah Indonesia berperan strategis dalam menjadikan Indonesia sebagai pusat keuangan syariah dunia. Hal tersebut membuktikan bahwa perkembangan bank syariah akan mendapat perhatian langsung dari segmen pemerintah karena mendapat dukungan penuh dari bapak wakil presiden Indonesia yakni KH. Ma'ruf Amin.

Sambutan hangat tersebut dapat dilihat dari beberapa pencapaian yang telah BSI raih antara lain:

a. Salah satu Bank terbaik dunia versi Forbes setelah 3 bulan beroperasi

b. diraihnya Penghargaan Bisnis Indonesia Award 2021

c. Bank Indonesia pertama yang secara resmi menjadi bagian DIFC (Dubai International Financial Center) dan yang pertama memiliki kantor perwakilan di kawasan Timur Tengahd. Top 5 Bank Nasional dari sisi tabungan.

[38] Koding wawancara 01/2-W/F-2/29-VII/2022

[39] Ninditya, Fransiska. 2021. Wapres Menaruh Harapan pada Bank Syariah Indonesia (Diakses tanggal 26 November 2021).

Tentu pencapaian yang telah diraih oleh BSI ini juga merupakan hasil dari kinerja terbaik pada masing masing cabang BSI seluruh Indonesia yang telah ikut andil dalam pencapaiannya. Tidak dapat dipungkiri bahwa BSI KCP Probolinggo Sudirman sebagai salah satu Kantor Cabang Pembantu di wilayah Probolinggo juga merupakan salah satu instansi tim sukses atas segala pencapaian yang telah diraih oleh Bank Syariah Indonesia.

3. Visi dan Misi BSI KCP Probolinggo Sudirman

1. Visi[40]

   "Top 10 Global Islamic Bank"

2. Misi

a. Memberikan akses solusi keuangan Syariah terbaik di Indonesia
b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia

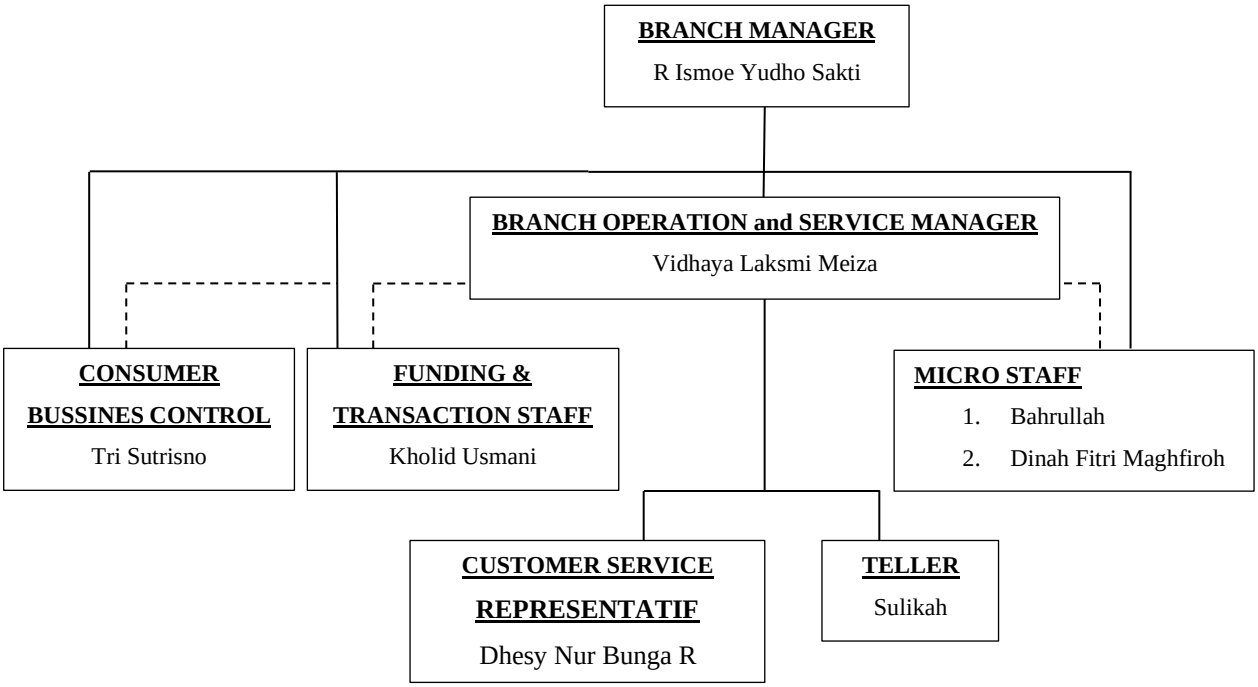
Selain visi dan misi, terdapat core values akhlak yang perlu diterapkan bagi seluruh pegawai BSI KCP Probolinggo Sudirman antara lain:

1. Amanah: memegang teguh kepercayaan yang diberikan.
2. Kompeten: terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.
3. Harmonis: saling peduli dan menghargai perbedaan.
4. Loyal: berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan Negara.
5. Adaptif: terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan.
6. Kolaboratif: membangun kerjasama yang sinergis.

[40] Koding wawancara 01/1W/F-1/29-VII/2022

4. Deskripsi Divisi BSI KCP Probolinggo Sudirman

Untuk menjelaskan deskripsi divisi kantor cabang pembantu BSI Probolinggo dapat dilihat pada struktur organisasi berikut :[41]



Gambar 4.1 Struktur Organisasi BSI KCP Probolinggo Sudirman

1. *Branch Manager*

Branch Manager memiliki makna lain yakni seorang pimpinan cabang tertentu yang artinya dia memiliki tanggung jawab atas semua hal pada kantor cabang tersebut. Berbeda dengan tugas seorang branch manager pada umumnya yang fokusnya kurang lebih hanya sekedar mengawasi kegiatan operasional perbankan saja, namun berbeda ketentuannya dengan BSI sejenis KCP atau Kantor Cabang Pembantu sebagaimana di BSI KCP Probolinggo Sudirman ini, selain mengawasi operasional perbankan seorang manager juga di amanahkan untuk mengawasi segala kegiatan dari staff marketing secara langsung sebab kosongnya posisi Manager Marketing pada tingkatan KCP. Karena ketentuan tersebut staff marketing diharuskan melaporkan segala kegiatannya kepada branch manager. Berbeda dengan tim operasional yang segala kegiatannya masih dibantu oleh manager operasional.

[41] Koding wawancara 01/1W/F-1/29-VII/2022

Namun perlu ditekankan bahwa sejatinya seorang branch manager pastilah memegang kendali penuh atas segala kegiatan internal maupun external karyawan BSI KCP Probolinggo Suriman. Selain itu tugas branch manager antara lain: a. membuat rencana kegiatan untuk perusahaan yang dipimpin b. bertanggung jawab atas segala aktifitas yang berkaitan dengan perusahaan yang dipimpin c. monitoring segala kegiatan yang di ageni d. bertanggung jawab atas kesejahteraan perusahaan.

2. *Branch Operation and Service Manager*

Branch operation and service manager ialah seorang yang bertanggung jawab mengelola proses operasional di cabang tertentu. Selain itu ia juga memiliki tanggung jawab untuk menyusun dan melaksanakan strategi pemasaran, sales dan service yang bertujuan untuk meningkatkan volume bisnis, kualitas layanan, efisiensi biaya dan profitabilitas. Untuk lebih jelasnya berikut merupakan tanggung jawab utama *branch operation and service manager*: a. menjaga kualitas pelayanan kantor cabang b. membangun hubungan baik dengan nasabah c. memastikan operasional kantor cabang berjalan sesuai rencana dan memenuhi standart yang telah ditentukan d. melakukan control serta super visi untuk fungsi-fungsi kerja yang ada di bawah tanggung jawabnya yang mencakup general affair, cash & clearing operations dan e-channel operation serta segala sesuatu yang berhungan dengan transaksi cabang e. memastikan pengembangan pegawai, peningkatan produktivitas pegawai, customer and product knowledge pada pegawai f. melakukan review dan menetapkan ukuran terhadap kinerja serta target untuk seluruh bawahan langsung.

3. *Consumer Business Control*

Consumer Business Control adalah seorang karyawan bank yang bertugas mencari nasabah yang layak sesuai dengan kriteria peraturan bank, menilai, mengevaluasi, kemudian mengusulkan berapa kredit yang akan diberikan kepada bagian pengkreditan. Tugas utama *consumer business control* yaitu memperkenalkan produk perusahaan

pada klien, konsumen atau instansi tertentu dengan syarat instansi tersebut telah bekerja sama dengan bank tersebut. Beberapa produk yang ditawarkan antara lain: a. pembiayaan griya b. pembiayaan pensiun dan pra pensiun c. mitraguna. Dengan akad-akad yang biasa diterapkan seperti murabahah, musyarakah, dan musyarakah muntanaqisah.

4. *Funding and Transaction Staff*

   Funding and transaction staff biasanya ada dalam perusahaan yang bergerak pada bidang pembiayaan. Seorang *funding and transaction staff* pada umumnya mirip seperti sales namun yang membedakan adalah mereka bergerak untuk mencari dana dari nasabah. Secara umum tugasnya adalah menghimpun dana dari nasabah dalam bentuk tabungan atau investasi. Berikut ini merupakan tugas *funding and transaction staff:* a. mempromosikan dan memasarkan produk bank yang berupa tabungan giro dan deposito b. membuka tabungan baru atau akuisis c. menjalin hubungan baik dengan nasabah agar mereka tetap menyimpan dan menginvestasikan dana mereka di bank tersebut d. mencari dan mengajak nasabah untuk melakukan top up e. mengawasi dan memonitoring produk bank yang telah terjual f. Follow up semua produk yang telah dibeli nasabah g. melaporkan segala jenis segala aktifitas dan program yang telah dijalankan.

5. *Micro Staff*

   Micro staff adalah seorang karyawan bank yang bertugas untuk memperkenalkan produk perusahaan kepada klien atau nasabah. Deskripsi pekerjaannya secara umum ialah mencari nasabah, menganalisa nasabah dan maintain nasabah serta membuat rencana pemasaran harian dan bulanan.

6. *Customer Service Representatif*

   Customer Service Representatif adalah seorang karyawan bank yang bertugas memberikan layanan kepada nasabah. Selain itu tugasnya juga memberikan solusi atas segala masalah yang dihadapi oleh nasabah. Bukan hanya itu saja tugas utama *customer service*

representative ialah sebagai berikut : a. menjadi resepsionis untuk menerima tamu (nasabah) b. menjaga hubungan baik dengan nasabah c. melayani nasabah melalui telepon, online chat maupun secara langsung d. menguasai segala informasi tentang perusahaan juga produknya e. sebagai komunikator. Maka dari itu seorang customer service dituntut untuk memiliki product knowledge yang luas.

7. *Teller*

Teller adalah seorang karyawan yang juga di kenal sebagai kasir atau perwakilan nasabah. Sebagian besar pekerjaan teller membutuhkan pengalaman dalam menangani uang tunai. Tugas utama seorang teller ialah melayani transaksi penerimaan atau pembayaran tunai kepada nasabah. Selain itu tugas seorang teller antara lain: a. melayani penarikan, transfer dan penyetoran uang dari nasabah b. melakukan pemeriksaan kas c. menghitung transaksi harian d. menerima cek dan uang tunai untuk deposit e. memverifikasi jumlah dan keakuratan slip setoran.[42]

5. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Strategi Marketing *Funding* dan *lending* Dalam Mempertahankan dan mendapatkan Nasabah Di Bsi Kcp Probolinggo Sudirman

Selain kegiatan untuk menghimpun (tabungan) dana bank juga mengeluarkan dana (pinjaman). Dari dua kegiatan ini bank membutuhkan startegi marketing yang bagus untuk mendaapatkan kepercayaan dan kenyamananan nasabah. Dan Strategi marketing ini merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan BSI KCP Probolinggo Sudirman dalam rangka mencapai tujuan dan mendapatkan laba. seperti yang disampaikan salah satu karyawan BSI KCP Probolinggo sudirman:

Kegiatan pemasaran harus dapat memberikan kepuasan nasabah jika BANK tersebut menginginkan produk tetap berjalan terus atau menginginkan nasabah mempunyai pandangan yang baik terhadap BANK.[43]

[42] Sukmayadi, *BANK Syariah*, (Bandung: Alfabeta,2020), hlm. 2
[43] Transkip wawancara 01/1-W/F-1/29-VII/2022

Pernyataan di atas ditegaskan oleh salah satu karyawan BSI kcp probolinggo sudirman ya itu bapak kholid usmani,

Selanjutnya penulis menanyakan, kepuasan seperti apa yang di berikan kenasabah?aksesoris dan lain-lain. menjawab:
Yang dimaksut kepuasan disini berbentuk sebuah pelayanan. Contoh Untuk marketing sendiri.

1. Menerima keluh lesah nasabah selama 24 jam
2. Memberi kenyamanan dan menerimapertanyaan pertanyaan nasabah dengan baik
3. Menggunakan sistem diskusi untuk marketing lending dalam hal pembiayaan
4. Mengerti keadaan naabah
5. sabar[44]

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa dalam mempertahankan dan mendapatkan nasabah dan menjaga kepuasan atau loyalitas nasabah yaitu pihak karyawan perlu estra kerja keras dan *onetime* dan sabar dalam menyikapi bermacam-macam prilaku nasabah.

Dalam dunia perbankan Pembagian kerja dan beban kerja dalam suatu perusahaan terkhusus pada dunia perbankan berbeda-beda tergantung dari jenis pekerjaan apa yang dikerjakannya. Sama halnya dengan beban kerja yang diterima karyawan pada BSI KCP Probolinggo Sudirman.

ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Bpk.kholid selaku Marketing *Funding* ketika memberi penjelasan diwaktu magang bahwa:

"Beban kerja yang diterima karyawan pada BSI KCP Probolinggo Sudirman berbeda-beda, namun secara umum karyawan bagian marketing merupakan karyawan dengan beban kerja cukup berat karena sebagai ujung tombak dalam pencapaian target dan laba bank[45]. Secara umum, bagian marketing pada BSI KCP Probolinggo Sudirman terbagi

[44] Transkip wawancara 01/1-W/F-1/29-VII/2022
[45] Transkip observasi 02/O/F1-F2/1W-2W/01-VIII/2022

dalam beberapa bagian, yaitu: Marketing Funding, Marketing Mikro, Cunsumer Bussines Staff".

Dimana marketing *funding* bertugas untuk mencari dana dari nasabah. Secara umum tugasnya adalah menghimpun dana dari nasabah dalam bentuk tabungan atau investasi.

Sedangkan *lending* atau *Micro staff* bertugas untuk memperkenalkan produk perusahaan kepada klien atau nasabah. Deskripsi pekerjaannya secara umum ialah mencari nasabah, menganalisa nasabah dan maintain nasabah serta membuat rencana pemasaran harian dan bulanan.

Dan untuk *Customer Service Representatif* bertugas untuk memberikan layanan kepada nasabah. Selain itu tugasnya juga memberikan solusi atas segala masalah yang dihadapi oleh nasabah. Bukan hanya itu saja tugas utama *customer service representative* masih banyak seprti yang di jalas kan diatas.

2. Upaya pelayanan marketing funding dan lending dalam meningkatkan loyalitas nasabah

Loyalitas menurut menurut bapak holid dan bapak bahrul selaku karyawan BSI KCP Probolinggo Sudirman yaitu loyalitas sebagai komitmen yang dalam untuk melakukan transaksi atau menabung terhadap BANK tersebut secara jangka panjang.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada dua marketing *funding* dan *lending* BSI KCP Probolinggo Sudirman yaitu bapak holid dan bapak bahrul dapat diketahui bahwa, dalam meningkatkan loyalitas nasabah menerapkan beberapa sistem untuk marketing funding diantaranya yakni :

a. Memberikan pelayanan prima seperti dengan cara 3 S yakni Senyum, Salam, Sapa kapada setiap nasabah yang datang.
b. Memberikan apresiasi terhadap nasabah yang memiliki prestasi khusus.

c. Selalu bersikap ramah dan terbuka kepada nasabah, sehingga nasabah merasa nyaman pada saat petugas memberikan pelayanan.
d. Memberikan pelayanan yang cepat dan tepat sehingga nasabah selalu merasa puas dengan pelayanan petugas.
e. Memebrikan pelayanan 24 jam non stop (kecuali tidur).
f. Atitud atau tatakrama[46]

Dan untuk marketing lending dalam meningkatkan loyalitas nasabah menurut bapak Bahrul selaku marketing lending menerapkan beberapa sistem di antaranya yaitu:[47]

a) Memberikan pelayanan prima seperti dengan cara 3 S yakni Senyum, Salam, Sapa kapada setiap nasabah yang datang.
b) Memberikan apresiasi terhadap nasabah yang memiliki prestasi khusus.
c) Selalu bersikap ramah dan terbuka kepada nasabah, sehingga nasabah merasa nyaman pada saat petugas memberikan pelayanan.
d) Memberikan pelayanan yang cepat dan tepat sehingga nasabah selalu merasa puas dengan pelayanan petugas.
e) Memebrikan pelayanan 24 jam non stop (kecuali tidur)
f) Selalu memberikan solusi
g) Menggunakan sistem negosiasi (musyawaroh)
h) Atitut atau tatakrama
i) sabar

Dari beberapa point srtategi tersebut mampu menciptakan nasabah yang loyal terhadap BANK BSI KCP Probolinggo sudirman.

3. Strategi personal marketing funding dan lending dalam mendapatkan nasabah

Dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan pemaparan yang dijelaskan oleh narasumber yaitu bapak kholid dan bapak bahrul selaku

[46] Transip wawancara 01/1-W/F-1/29-VII/2022
[47] Transkip wawancara 01/2-W/F-2/29-VII/2022

marketing *funding* dan *lending* di BSI KCP Probolinggo Sudirman, strategi yang dilakukan oleh personal marketing dalam rangka meningkatkan jumlah nasabah yakni dengan cara;

a. Dor To Dor

Artinya seorang marketing bertamu dari rumah kesatu kerumah lainnya agar bisa menjelaskan bersilaturahmi dan mendekatkan diri ke masyarakat serta menjelaskan terkait BSI KCP Probolinggo Sudirman serta produk-produknya.

b. Promosi Ke Rekan, Kerabat, Media Sosial

Selain melakukan strategi dor to dor seorang personal marketing BSI KCP Probolinggo Sudirman juga dapat melakukan giat promosi kepada rekan, kerabat serta yang sedang digandrungi di era teknologi yakni promosi melalui media sosial yang tersedia di HandPhone[48].

Dilihat dari jawaban responden diatas maka dapat diketahui bahwa strategi Marketing BSI KCP Probolinggo Sudirman ini tidak hanya melakukan kegiatan untuk mempromosikan barang atau jasa atau produk dalam segi BSI KCP Probolinggo Sudirman itu sendiri tetapi mereka juga mengenalkan ahlak dan sistem atau tatacara berakat, jual beli,menagih, menghadapi masalah secara syariah atau islami. Dan 2 Marketing dalam BSI KCP Probolinggo Sudirman ini yaitu marketing *funding* dan *lending* ini mempunyai fungsi yang beda contoh Marketing *Funding* yang merupakan suatu fungsi yan mana pekerjaannya untuk mempromosikan dan juga menghimpun dana dari masyarakat. Dan Marketing *Lending* sistem pekerjaanya didalam dunia perbankan yang secara garis besar bertugas untuk menyalurkan kembali dana yang telah dihimpun oleh marketing *funding* kepada masyarakat, lembaga / instansi, ataupun pihak swasta dalam bentuk pinjaman atau pembiayaan. Dan meskipun dua marketing ini tugasnya tidak sama dan targetnya tidak sama, tapi 2 marketing tersebut

[48] Transkip wawancara 01/1W-2W/F1-F2/29-VII/2022

menggunakan sistem yang sama dalam hal mendapatkan dan mempertahankan nasabahya dan saling membantu satu sama lain.[49]

Adapun perbandingan antara strategi marketing *funding* dan marketing *lending* pada BSI KCP Probolinggo Sudirman dapat diketahui bahwa strategi yang dipakai untuk mendapatkan dan mempertahankan naabah kebanyakan samanya hanya saja ada beberapa poin yang beda dan dua marketing tersebut sama sama di praktekkan dan efektif sebagai mana kita lihat perkembangannya sekarang, pada strategi marketing *funding* dimana banyak nasabah yang lebih memilih untuk membuka tabungan lagi dan percaya asetnya di simpan di BANK tersebut. Serta untuk marketing *lending* dimana nasabahnya lebih teratur lagi dalam membanyar pendanaan dan ingin untuk kembali lagi, dengan kata lain nasabah merasa nyaman dan tidak terlalu tertekan dengan sistem marketing *lending* lakukan.

B. PEMBAHASAN

Setelah menemukan data yang peneliti harapkan, peneliti memberikan pemaparan sesuai analisa yang dipilih yaitu analisis deksriptif kualitatif, peneliti memperoleh data melalui hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan di BSI KCP Probolinggo Sudirman Kecamatan Randu pangger Kabupaten Probolinggo terkait dengan strategi marketing *funding* dan *lending* dalam mempertahankan dan mendapatkan nasabah di BSI KCP Probolinggo Sudirman. Data yang diperoleh peneliti kemudian akan dipaparkan dan dianalisis oleh peneliti sesuai dengan data yang ada, yang mengacu pada beberapa rumusan masalah diatas. Hasil analisa peneliti tentang : **"Analisis Marketing *Funding* Dan *Lending* Dalam Mempertahankan Dan Mendapatkan Nasabah Di BSI KCP Probolinggo Sudirman"**

1. Strategi marketing *funding* dan *lending* dalam mendapatkan nasabah di BSI KCP Probolinggo Sudirman

[49] Trabskip Observasi 02/O/1W-2W/F1-F2/3-VIII/2022

Marketing *funding* yaitu bertugas untuk mencari dana dari nasabah atau mengumpulkan dana dari nasabah.Secara umum tugasnya atau pengertianya adalah menghimpun dana dari nasabah dalam bentuk tabungan atau investasi. Marketing *funding* dan *lending* yang dilakukan di BSI KCP Probolinggo Sudirman adalah pemasaran yang dijalankan secara langsung dan menggunakan media sosial atau internet untuk menghimpun dana dan mengeluarkan dana. Mereka biasanya mempromosikan produk BANK terhadap nasabah secara langsung atau lewat media sosial.

Strategi marketing *funding* dan *lending* yang digunakan di BSI KCP Probolinggo Sudirman dalam mendapatkan nasabahnya, BSI KCP Probolinggo Sudirman melakukan strategi marketing yaitu :

a. Dor To Dor

Yang dimaksud *dor to dor* disini yaitu karyawan atau marketing *funding* bertamu dari rumah kesatu rumah lainnya agar bisa menjelaskan,bersilaturahmi dan mendekatkan diri ke masyarakat serta menjelaskan terkait BSI KCP Probolinggo Sudirman serta produk-produknya. *Dor to dor* ini adalah salah satu sistem marketing informasi secara langsung yang digunakan untuk melakukan promosi produk BSI KCP Probolinggo Sudirman. *dor to dor* dipilih dengan alasan untuk menarik minat nasabah secara langsung, melalui strategi ini produk di BSI KCP Probolinggo Sudirman agar dapat di ketahui oleh masyarakat atau nasabah yang kurang informasi dari sosial media dan jauh dari BSI KCP Probolinggo Sudirman sehingga nasabah atau masyarakat tersebut tau dan menimbulkan rasa penasaran terhadap BSI KCP Probolinggo Sudirman. Dengan demikian produk bisa di ketahui oleh banyak masyarakat yang jauh atau tidak bisa abdet di sosial media.

b. Brosur

Dalam strategi marketing *funding* di BSI KCP Probolinggo Sudirman menggunakan brosur untuk melakukan promosi offline yang berfungsi untuk memperkenalkan perusahaan dan

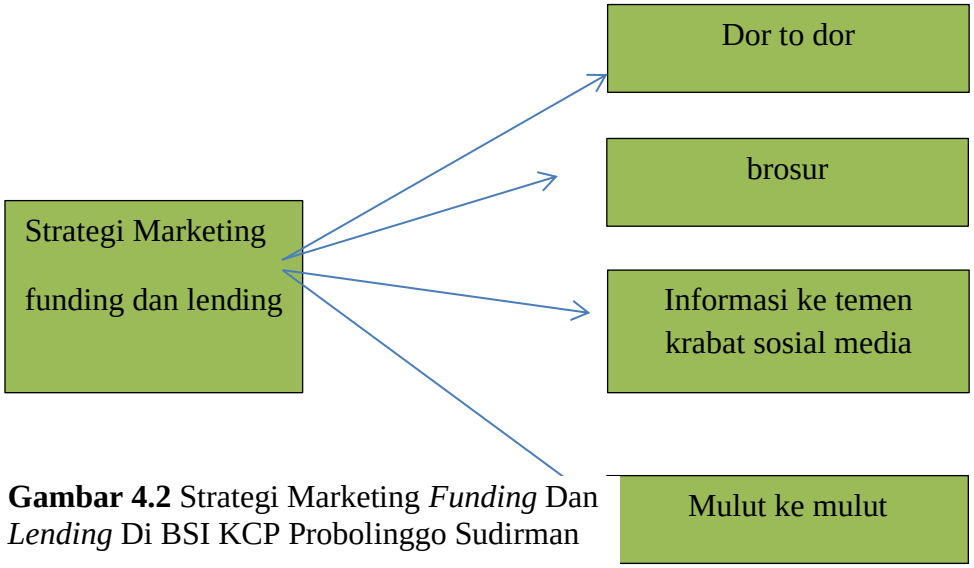
produk, atau layanan dan menginformasikan kepada pelanggan atau anggota masyarakat tentang manfaatnya.

c. Promosi Ke Rekan, Kerabat, Media Sosial

Yang di maksut disini Selain melakukan strategi *dor to dor* seorang personal marketing BSI KCP Probolinggo Sudirman juga dapat melakukan giat promosi kepada rekan, kerabat serta yang sedang digandrungi di era teknologi yakni promosi melalui media sosial yang tersedia di HandPhone. Jadi promosi ini lebih luas jangkauannya.

d. Informasi mulut ke mulut

Informasi mulut ke mulut ini adalah penyaluran informasi dari orang ke orang lain melalui komunikasi lisan. Kegiatan bercerita antara dua orang atau lebih adalah bentuk paling umum komunikasi mulut ke mulut. Baik bercerita tentang hal yang sungguh nyata terjadi ataupun hal-halnkarangan yang tidak nyata. Strategi ini sangat cepat tersampai kepada seseorang dari orang perorangan. Seperti contoh gambar di bawah ini:



Gambar 4.2 Strategi Marketing *Funding* Dan *Lending* Di BSI KCP Probolinggo Sudirman

2. Strategi Marketing *Funding* Dan *Lending* Dalam Mempertahankan Nasabah Di BSI KCP Probolinggo Sudirman

Marketing *funding* dan *lending* adalah pemasaran secara langsung dan secara tidak langsung unntuk mendapatkan nasabahnya. dalam melakukan kegiatan marketing untuk menjaga loyalitas nasabah pihak marketing perlu strategi husus dalam menangani nasabah. Hal tersebut juga dipertegas oleh teori Hill yang diterjemahkan Ratih Hurriyati dalam Bauran Pemasaran Dan Konsumen yakni tentang tahapan loyalitas konsumen yang terbagi menjadi beberapa tahap diantaranya,

a. *Prospect*

   yang di maksud *prospect* yaitu orang-orang yang memiliki kebutuhan akan jasa tertentu, dan memiliki kemampuan untuk membelinya.

b. *Clients*

   yang di maksud *clients* disini yaitu meliputi semua pelanggan yang telah membeli barang atau jasa yang dibutuhkan dan ditawarkan perusahaan secara teratur.

c. *Patners*

   sedangkan *Partners* sendiri yaitu telah terjadi hubungan yang kuat dan saling menguntungkan antara perusahaan dengan pelanggan, pada tahap ini pula pelanggan berani menolak produk atau jasa dari perusahaan lain.

Di era modern sekarang ini, banyak bermunculan para pesaing dengan strategi marketing yang bermacam. hal inilah yang menjadikan penekanan kepada pihak marketing *funding* dan *lending* BSI KCP Probolinggo Sudirman untuk lebih berusaha lagi dalam mencari dan menjaga loyalitas nasabah dengan baik. Strategi marketing BSI KCP Probolinggo Sudirman dalam menghadapi persaingan antar BANK khususnya pada bagian marketing *funding* dan *lending* yaitu dengan cara selalu mengikuti perkembangan zaman adapun dari segi sistem produk yang akan di promosikan.

Berdasarkan paparan pada deskripsi, dapat dipahami bahwa strategi marketing *funding* dan *lending* dalam menjaga loyalitas nasabahnya terbagi menjadi beberapa strategi marketing. Untuk markrting *funding* yakni:

a. Memberikan pelayanan prima seperti dengan cara 3 S yakni Senyum, Salam, Sapa kapada setiap nasabah yang datang.
b. Memberikan apresiasi terhadap nasabah yang memiliki prestasi khusus.
c. Selalu bersikap ramah dan terbuka kepada nasabah, sehingga nasabah merasa nyaman pada saat petugas memberikan pelayanan.
d. Memberikan pelayanan yang cepat dan tepat sehingga nasabah selalu merasa puas dengan pelayanan petugas.
e. Memebrikan pelayanan 24 jam non stop (kecuali tidur).
f. Atitud atau tatakrama

Untuk marketing *lending* yakni:

a) Memberikan pelayanan prima seperti dengan cara 3 S yakni Senyum, Salam, Sapa kapada setiap nasabah yang datang.
b) Memberikan apresiasi terhadap nasabah yang memiliki prestasi khusus.
c) Selalu bersikap ramah dan terbuka kepada nasabah, sehingga nasabah merasa nyaman pada saat petugas memberikan pelayanan.
d) Memberikan pelayanan yang cepat dan tepat sehingga nasabah selalu merasa puas dengan pelayanan petugas.
e) Memebrikan pelayanan 24 jam non stop (kecuali tidur)
f) Selalu memberikan solusi
g) Menggunakan sistem negosiasi (musyawaroh)
h) Atitut atau tatakrama
i) Sabar

Adapun manfaat marketing *funding* dan *lending* untuk BSI KCP Probolinggo Sudirman yaitu;

Tabel 4.1 Mamfaat Marketing *Funding* Dan Lending Untuk BANK BSI KCP Probolinggo Sudirmam

Marketing *funding*	Marketing *lending*
Bagi BANK yaitu dengan berhasilnya menghimpun dana dari masyarakat berarti memiliki/ menambah modal kerja untuk peberian pinjaman/ pembiayaan kredit bagi masyarakat yang membutuhkan dana atau yang layak untuk di beri.	Bagi BANK marketing lending penting dan bermanfaat, dalam kata pembiayaan sudah termasuk penompang BANK untuk tetap bisa berdiri menjalankan bisnisnya (menghimpun dan menyalurkan dana).

Dapat disimpulkan bahwa strategi marketing *funding* dan *lending* yang diterapkan BSI KCP Probolinggo Sudirman dalam mendapatkan dan mempertahankan nasabah yaitu ;

dengan cara menggunakan *dor to dor*, brosur, Informasi ke temen krabat sosial media dan informasi mulut kemulut.

Sedangkan untuk menjaga loyalitas poin paling penting yaitu adap atau atitud dalam melayani dan menyikapi nasabah.

BAB V
KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Dari penelitian yang dilakukan, baik melalui hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi marketing *funding* dalam mendapatkan dan mempertahankan nasabah di BSI KCP Probolinggo Sudirman di ketahui menggunakan strategi *dor to dor*,menyebar brosur, Promosi Ke Rekan, Kerabat, Media Sosial, informasi mulut ke mulut.

   Sedangkan dalam mempertahankan loyalitas nasabah di sini BSI KCP Probolinggo Sudirman menggunakan Strategi yaitu:

   a. Memberikan pelayanan prima seperti dengan cara 3 S yakni Senyum, Salam, Sapa kapada setiap nasabah yang datang.
   b. Memberikan apresiasi terhadap nasabah yang memiliki prestasi khusus.
   c. Selalu bersikap ramah dan terbuka kepada nasabah, sehingga nasabah merasa nyaman pada saat petugas memberikan pelayanan.
   d. Memberikan pelayanan yang cepat dan tepat sehingga nasabah selalu merasa puas dengan pelayanan petugas.
   e. Memebrikan pelayanan 24 jam non stop (kecuali tidur).
   f. Atitud atau tatakrama

2. Strategi marketing lending dalam mendapatkan dan mempertahankan nasabah di BSI KCP Probolinggo Sudirman di ketahui menggunakan strategi dor to dor, menyebar brosur ,promosi ke media sosial, info mulut ke mulut.

   Sedangkan dalam mempertahankan loyalitas nasabah di sini BSI KCP Probolinggo Sudirman menggunakan Strategi yaitu:

   a) Memberikan pelayanan prima seperti dengan cara 3 S yakni Senyum, Salam, Sapa kapada setiap nasabah yang datang.
   b) Memberikan apresiasi terhadap nasabah yang memiliki prestasi khusus.

c) Selalu bersikap ramah dan terbuka kepada nasabah, sehingga nasabah merasa nyaman pada saat petugas memberikan pelayanan.
d) Memberikan pelayanan yang cepat dan tepat sehingga nasabah selalu merasa puas dengan pelayanan petugas.
e) Memebrikan pelayanan 24 jam non stop (kecuali tidur)
f) Selalu memberikan solusi
g) Menggunakan sistem negosiasi (musyawaroh)
h) Atitut atau tatakrama
i) Sabar

3. Analisis marketing *fanding* dan *lending* dalam mempertahankan dan mendapatkan nasabah di BSI KCP Probolinggo Sudirman disini peneliti menyimpulkan dalam marketing *funding* dan *lending* dalam mendapatkan nasabah tidak ada bedanya sama sama menggunakan strategi yang sama.

Untuk marketing *fanding* dan lending dalam mempertahankan nasabah atau menjaga loyalitas nasabahnya di sini BSI KCP Probolinggo Sudirman disini peneliti menganalisis ada beberapa perbedaan untuk marketing funding dan lending menggunakan strategi

Tabel 4. 2 Perbedaan Marketing *Funding* Dan *Lending*

Funding	*Lending*
a. Memberikan pelayanan prima seperti dengan cara 3 S yakni Senyum, Salam, Sapa kapada setiap nasabah yang datang. b. Memberikan apresiasi terhadap nasabah yang memiliki prestasi khusus. c. Selalu bersikap ramah dan terbuka kepada nasabah, sehingga nasabah merasa nyaman pada saat petugas	a. Memberikan pelayanan prima seperti dengan cara 3 S yakni Senyum, Salam, Sapa kapada setiap nasabah yang datang. b. Memberikan apresiasi terhadap nasabah yang memiliki prestasi khusus. c. Selalu bersikap ramah dan terbuka kepada nasabah, sehingga nasabah merasa nyaman pada saat petugas

memberikan pelayanan. d. Memberikan pelayanan yang cepat dan tepat sehingga nasabah selalu merasa puas dengan pelayanan petugas. e. Memebrikan pelayanan 24 jam non stop (kecuali tidur). f. Atitud atau tatakrama	memberikan pelayanan. d. Memberikan pelayanan yang cepat dan tepat sehingga nasabah selalu merasa puas dengan pelayanan petugas. e. Memebrikan pelayanan 24 jam non stop (kecuali tidur) f. Selalu memberikan solusi g. Menggunakan sistem negosiasi (musyawaroh) h. Atitut atau tatakrama i. Sabar

B. Saran

1. BSI KCP Probolinggo Sudirman

   Pada penelitian ini, mungkin peneliti untuk mengajukan beberapa saran kurang pantas, mungkin sebagai nasabah peneliti dapat memberikan masukan pemikiran. Saran penulis untuk Marketing funding dan lending dalam mendapatkan dan mempertahankan nasabah di BSI KCP Probolinggo Sudirman lebih aktif lagi di dunia digitalnya di lihat dari perkembangan zaman yang sudah serba serbi digital dari anak kecil sampai dewasa. Mungkin dari perkembangnya zaman ini yaitu dunia digital lebih cepat lagi BSI KCP Probolinggo Sudirman lebih cepat lagi di kenal oleh masyarakat.

2. Bagi peneliti

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan untuk meningkatkan penelitian dan pengetahuan tentang manfaat strategi marketing funding dan lending di BSI KCP Probolinggo Sudirman, Serta memberikan wawasan yang lebih luas lagi tentang BSI ini. Diharapkan juga peneliti selanjutnya dalam melebarkan penelitian

ini kepada hal-hal yang berkaitan dengan judul, supaya semakin luas pengetahuan yang didapatkan.

DAFTAR PUSTAKA

AFE, L. 2016. *Lembaga Keuangan Syariah Bank dan Non Bank.* Surabaya Kopertais.

Robert K yin 2008.*studi kasus disein dan metode.* Jakarta. Raja Grafindo Persada.

Ima Nandasari.2018. *analisis harga dan promosi terhadap banyaknya pelanggan.* Yogyakarta.

Tri yuddi triandikan.2019. *Dampak Target Lending Terhadap Kinerja Marketing.* Jurnal Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani Kantor Cabang Tulang Bawang.

Sukmayadi, 2020 *BANK Syariah, R&*D *Bandung.*

Machmud, Amir dan H. Rukmana.2010. *Bank Syarah.* Jakarta. Erlangga.

Umam, Khotibul. 2016. *Perbankan Syariah.* Jakarta.

Pauji, Abdul.2019. *Strategi Pemasaran Funding Officer dalam Meningkatkan Minat Nasabah Di BPRS Amanah Ummah*. Al-infaq. Jurnal ekonomi Syariah.FAI-UIKA Bogor.

Suad Husnan,2012.*Dasar dasar Manajemen Keuangan.*Yogyakarta.

Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif,* Kualitatif, Bandung.

Hana putri rahmawati.2021. Strategi pemasaran funding dalam meningkatkan jumlah nasabah. Di BPRS bumi artha sampang kantor kas cimanggu cilacap.

Ismail. 2011. *Perbankan Syariah.* Jakarta : pranada media grub

M. Nur Rianto AL-Arif. 2010. *Dasar-dasar pemasaran bank syariah.* Bandung

Sumar'in. 2013.*ekonomi islam sebuah pendekatan ekonomi mikro* . yogyakarta :garaha ilmu

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran.* Jakarta. Erlangga

Muhammad Syafi'i Antonio,2001. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*,Jakarta: Gema insani press,

Sujarweni, W. (2015). *Metodelogi Penelitian-Bisnis & Ekonomi.* Yogyakarta: Pustaka Baru Press,

Sukmayadi. 2020 *BANK Syariah.* Bandung: Alfabeta.

Ninditya, Fransiska. 2021. *Wapres Menaruh Harapan pada Bank Syariah Indonesia*. Yogyakarta.

Romadhon. 2020. *Sejarah Berdirinya BRIS dan Pergerakan Saham BRIS*. (Diakses tanggal 24 November 2021).

Aposka, Lapose. 2021. *Sejarah BRIS.* (Diakses tanggal 24 November 2021).

Tim INZAH genggong 2016, *pedoman penulisan skripsi*, kraksaan

Philip Kotler.2017 .*Dasar-dasar Manajemen Pemasaran.*jakarta.erlangga.

Ahmad Tanzeh.2011. *Metodologi Penelitian Praktis,*Yogyakarta: Teras.

Tjiptono, Fandy, 2005 *Prinsip & Dinamika Pemasaran.* Edisi Pertama. J &J Learning. Yogyakarta:

Kholid Usmani.2022. *Funding and Transaction Staff*, BSI KCP Probolinggo Sudirman

Bahrul.2022. *marketing lending*, BSI KCP Probolinggo Sudirman

Depag RI, 2004. *Al-Qur'an dan terjemahan Surabaya* , Mekar Surabaya

Suad Husnan, 2012 *Dasar dasar Manajemen Keuangan,* Yogyakarta

LAMPIRAN 1.
KETERANGAN KODE TRANSKRIP WAWANCARA

KODE	01/1W/F1/2-VIII/2022
01	Kode wawancara
1w	Informan I (Bapak kholid)
2w	Informan (Bapak bahrul)
F1	Marketing *funding*
F2	Marketing *lending*
29-1	Tanggal wawancara
VIII	Bulan wawancara
2022	Tahun wawancara

TRANSKIP WAWANCARA

Kode : 01/1-W/F-1/29-VII/2022

Nama informan : bapak kholid (marketing *funding*)

Tanggal : 29 juli 2022

Jam : 10:00

Disusun jam : 13:00-15:00 WIB

Tempat wawancara : BSI KCP Probolinggo Sudirman

Topik wawancara : Strategi marketing funding dalam mendapatkan dan mempertahankan nasabah di BSI KCP Probolinggo Sudirman.

	Materi wawancara
peneliti	1. dalam strategi marketing funding untuk mencari dan mendapatkan nasabah bapak menggunakan strategi apa? 2. setelah mendapatkan nasabah. Untuk mempertahankan nasabah atau memperoleh loyalitas nasabah bapak menggunakan strategi apa ? 3. perbedaannya marketing funding BSI KCP Probolinggo Sudirman dengan BANK lain apa pak?
informan	1. Begini dek kami sebagai karyawan funding dalam mencari dan mendapatkan nasabah pastinya yang pertama tidak mengenal lelah dan jangan putus asa yang kedua kita dor to dor dek ke rumah rumah, perusahan,pesantren,nebar brosur dll dek. Jadi seperti itu kami dalam mencari nasabah. 2. Dan untuk mendapatkan loyalitas nasabah kita memberi pelayanan yang penuh untuk

	memberikan kenyamanan bagi nasabah dek. Selain dalam pelayanan kami juga mengedepankan atitud atau adap (ahlak) dalam semua hal dek. 3. Untuk perbedaannya marketing funding dan yang lain. Perbedaanya kami ada di BANK Syari'ah dan sistemnya marketingnya dalam menjual produk produk BANK menggunakan aturan aturan yang sesuai syariah.
refleksi	1. Alasan pak kholid menggunakan strategi dor to dor dalam mencari nasabah karena dalam strategi ini kita bertemu langsung dengan nasabah dan bisa menanyakan produk apa yang akan di ambil. Dan bisa menjelaskan secara langsung prihal produk yang di pilih. 2. Dan untuk mendapatkan loyalitas nasabah bapak kholid berkata dalam memperthankan nasabah saya juga tidak bisa menjamin. Tapi kami sebagai karyawan marketing funding harus mendapatkan loyalitas nasabah tersebut dengan cara pelayanan kami non stop, melayani dengan akhlak atau adap, menerima kritikan nasabah seperti itu yang saya lakukan. 3. Strukturan dan sistemnya ada di dalam naungan yang berbasis syariah itu bedanya sehingga strateginya seperti itu mengedepankan kenyamanan dan kepuasan nasabah.

TRANSKIP WAWANCARA

Kode : 01/2-W/F-2/29-VII/2022

Nama informan : bapak bahrul (marketing lending)

Tanggal : 29 juli 2022

Jam : 10:00

Disusun jam : 20:00-23:00 WIB

Tempat wawancara : BSI KCP Probolinggo Sudirman

Topik wawancara : Strategi marketing lending dalam mendapatkan dan mempertahankan nasabah di BSI KCP Probolinggo Sudirman.

	Materi wawancara
Peneliti	1. dalam strategi marketing leding untuk mencari dan mendapatkan nasabah bapak menggunakan strategi apa? 2. setelah mendapatkan nasabah. Untuk mempertahankan nasabah atau memperoleh loyalitas nasabah bapak menggunakan strategi apa ? 3. perbedaannya marketing lending BSI KCP Probolinggo Sudirman dengan BANK lain apa pak?
Informan	1. Sebenarnya untuk strategi yang di gunakan tidak jauh beda dengaan strategi funding kami sebagai karyawan BSI KCP Probolinggo Sudirman dalam mencari dan mendapatkan nasabah pastinya yang

	pertama tidak mengenal lelah dan jangan putus asa dan terus berusaha yang kedua kita dor to dor dek ke rumah-rumah dari sini sama strateginya bedanya disini kalok saya ke masyarakat yang betul betul membutuhkan modal /pinjaman. Jadi seperti itu kami dalam mencari nasabah. 2. Dan untuk mendapatkan loyalitas nasabah kita memberi pelayanan yang penuh untuk memberikan kenyamanan bagi nasabah dek samahalnya dengan funding. Selain dalam pelayanan kami juga mengedepankan atitud atau adap (ahlak) dalam semua hal dek. Bedanya kami menggunakan sistem musyawarah dalam hal penagihan jadinya suasana tetap terjaga dengan nasabah. 3. Untuk perbedaannya marketing lending dan yang lain. Perbedaanya kami ada di BANK Syari'ah dan sistemnya marketingnya dalam menjual produk produk BANK menggunakan aturan aturan yang sesuai syariah tidak jauh beda dengan funding dek.
Refleksi	1. Alasan pak bahrul samahalnya dengan bapak kholid menggunakan strategi dor to dor

	dalam mencari nasabah karena dalam strategi ini kita bertemu langsung dengan nasabah dan bisa menanyakan produk apa yang akan di ambil. Dan bisa menjelaskan secara di taeil langsung prihal produk produk yang di pilih dan produk yang ada di BSI KCP Probolinggo Sudirman. 2. Dan untuk mendapatkan loyalitas nasabah bapak bahrul berkata dalam memperthankan nasabah saya juga tidak bisa menjamin. Tapi kami sebagai karyawan marketing lending harus mendapatkan loyalitas nasabah tersebut dengan cara melayani dengan akhlak atau adap, menerima kelah lesuh nasabah sehingga disitu saya menggunakan musyawarah dalam hal penagihan sehingga membuat suasana lebih dingin atau nyaman. seperti itu yang saya lakukan. 3. Kalok bedanya Strukturan dan sistemnya kami ada di dalam naungan yang berbasis syariah itu bedanya sehingga strateginya seperti itu mengedepankan kenyamanan dan kepuasan nasabah.

LAMPIRAN 2.
KETERANGAN KODE TRANSKRIP OBSERVASI

KODE	01/O/F-1/01-VIII/2022
01	Observasi
0	Observasi
F-1	Marketing *funding* dalam mendapatkan dan mempertahankan nasabah di BSI KCP Probolinggo Sudirman
F-2	Marketing *lending* dalam mendapatkan dan mempertahankan nasabah di BSI KCP Probolinggo Sudirman
01-VIII	Tanggal bulan observasi
2022	Tahun observasi

TRANSKIP OBSERVASI

No. CL : 01

Koding :01/O/F-1/01-VIII/2022

Tanggal pengamatan :01,agustus, 2022

Jam : 10:00

Disusun jam : 13:00-16:00 WIB

Kegiatan yang di observasi : Strategi marketing *funding* dalam mendapatkan dan mempertahankan nasabahnya di BSI KCP Probolinggo Sudirman

Transkip Observasi	Strategi marketing *funding* dalam mendapatkan dan mempertahankan nasabahnya di BSI KCP probolinggo Sudirman
Tanggapan Pegamat	BSI KCP Probolinggo Sudirman memiliki strategi untuk selalu memperhatikan dan memberikan yang terbaik bagi nasabah dalam mempertahankan dan mendapatkan nasabah. Seperti menjaga kualitas loyalitas, menyediakan apa yang nasabah butuhkan dan memberikan pelayanan yang baik bagi setiap nasabah.

TRANSKIP OBSERVASI

No. CL : 02

Koding : 02/O/F-2/01-VIII/2022

Tanggal pengamatan : 01, Agustus, 2022

Jam : 10:00

Disusun jam : 13:00-16:00

Kegiatan yang di observasi : Strategi marketing *lending* dalam mendapatkan dan mempertahankan nasabah di BSI KCP Probolinggo Sudirman

Transkip observasi	Strategi marketing *lending* dalam mempertahankan dan mendapatkan nasabah di BSI KCP Probolinggo Sudirman
Tanggapan pengamat	BSI KCP Probolinggo Sudirman selalu mengupdate produk yang di tawarkan memiliki strategi husus untuk selalu memperhatikan dan memberikan yang terbaik bagi nasabah dalam mempertahankan dan mendapatkan nasabahnya. Seperti menjaga loyalitas, menyediakan apa yang nasabah butuhkan dan memberikan pelayanan yang baik bagi setiap nasabah, bermusyawarah dalam hal tagihan mencari jalan keluarnya sehingga nasabah bisa memberi alasan dalam hal tagihan.

LAMPIRAN 3
KSETERANGAN KODE TRANSKRIP DOKUMENTASI

Kode	01/D/F-1/03-VIII/2022
01	Dokumentasi
D	Dokumentasi
1/D	Wawancara demgam karyawan marketing *funding* BSI KCP Probolinggo sudirman
2/D	Wawancara dengan karyawan marketing *lending* BSI KCP Probolinggo sudirman
3/D	Wawancara dengan nasabah BSI KCP Probolinggo Sudirman
4/D	Ikut kegiatan marketing funding untuk mengambil uang nasabah
F-1	Marketing *funding*
F-2	Marketing *lending*
03-VIII	Tanggal bulan dokumentasi
2022	Tahun dokumentasi

TRANSKRIP DOKUMENTASI

Koding : 01/D/F-1/03.VIII/2022

Bentuk : Gambar

Isi dokumen : Wawancara kepada karyawan BSI KCP Probolinggo Sudirman

Tanggal pencatatan : 03,Agustuus,2022

Jam pencatatan : 13:00 WIB

Bukti dokumentasi	
Refleksi	Wawancara kepada bapak kholid sebagai marketing *funding* di BSI KCP Probolinggo Sudirman sekaligus ikut bertemu dengan salah satu nasabah di *The Potrek*, Kecamatan Sukapura

TRANSKRIP DOKUMENTASI

Koding : 02/D/F-1/04.VIII/2022

Bentuk : Gambar

Isi dokumen : Wawancara kepada karyawan BSI KCP Probolinggo Sudirman

Tanggal pencatatan : 04,Agustuus,2022

Jam pencatatan : 15:00 WIB

Bukti dokumentasi	
refleksi	Wawancara kepada marketing lending BSI KCP Probolinggo Sudirman

TRANSKRIP DOKUMENTASI

Koding : 03/D/F-1/03.VIII/2022

Bentuk : Gambar

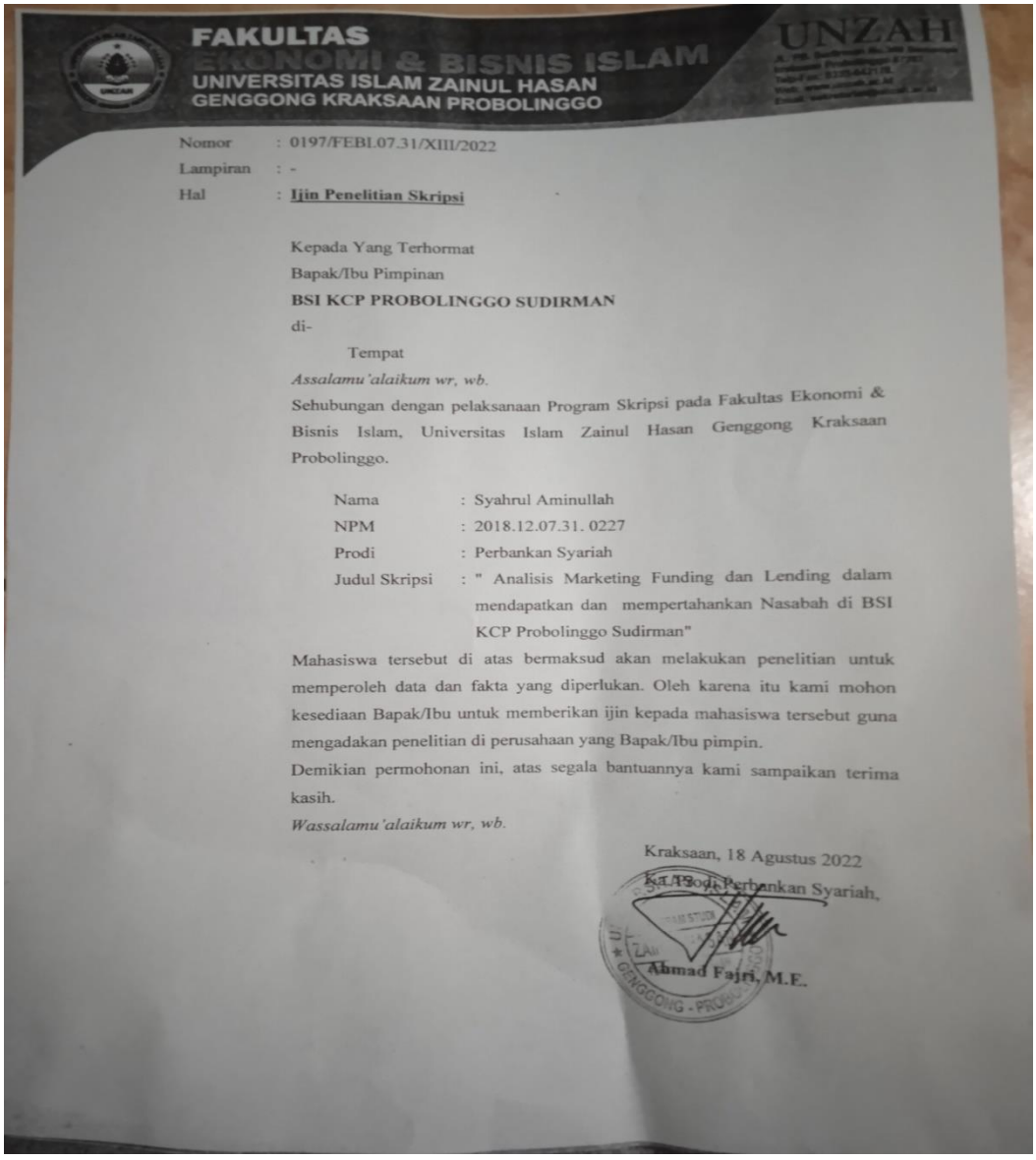
Isi dokumen : Wawancara kepada salah satu nasabah BSI KCP Probolinggo Sudirman

Tanggal pencatatan : 03,Agustuus,2022

Jam pencatatan : 13:00 WIB

Bukti Dokumentasi	
Refleksi	Wawancara kepada bapak adi salah satu nasabah

LAMPIRAN 4
DOKUMENTASI SURAT IZIN PENELITIAN



FAKULTAS
EKONOMI & BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM ZAINUL HASAN
GENGGONG KRAKSAAN PROBOLINGGO

UNZAH

Nomor : 0197/FEBI.07.31/XIII/2022
Lampiran : -
Hal : **Ijin Penelitian Skripsi**

Kepada Yang Terhormat
Bapak/Ibu Pimpinan
BSI KCP PROBOLINGGO SUDIRMAN
di-
Tempat

Assalamu'alaikum wr, wb.

Sehubungan dengan pelaksanaan Program Skripsi pada Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam, Universitas Islam Zainul Hasan Genggong Kraksaan Probolinggo.

Nama	:	Syahrul Aminullah
NPM	:	2018.12.07.31. 0227
Prodi	:	Perbankan Syariah
Judul Skripsi	:	" Analisis Marketing Funding dan Lending dalam mendapatkan dan mempertahankan Nasabah di BSI KCP Probolinggo Sudirman"

Mahasiswa tersebut di atas bermaksud akan melakukan penelitian untuk memperoleh data dan fakta yang diperlukan. Oleh karena itu kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan ijin kepada mahasiswa tersebut guna mengadakan penelitian di perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian permohonan ini, atas segala bantuannya kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr, wb.

Kraksaan, 18 Agustus 2022
Ka. Prodi Perbankan Syariah,

Ahmad Fajri, M.E.

LAMPIRAN 5
RIWAYAT HIDUP

Syahrul aminullah, dilahirkan pada tanggal 29 juni 1999 di Desa Kedawung Kecamatan kuripan Kabupaten Probolinggo, anak ke-dua dari tiga bersaudara dari almarhum bapak yusuf dan Ibu Sittina, pendidikan ditempuh di MI Nurul hidayah Dusun krajan yang ditamatkan tahun 2011.

Selanjutnya ia menempuh pendidikan di SMPI Nurul hidayah Dusun krajan tamat pada tahun 2014, lalu ia melanjutkan pendidikannya di SMA Riyadlus Sholihin ketapan Prbolinggo tamat tahun 2017.

Setelah berbagai pendidikan yang ditempuh, ia melanjutkan study-nya di Universitas Islam Zainul Hasan Genggong mengambil program studi Perbankan Syariah pada tahun 2018 sampai sekarang. Sehingga saya sangat bersyukur dapat menyelesaikan Kuliah (Masuk - Selesai 2022) Jurusan Ekonomi Syari‟ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Zainul Hasan Genggong Kraksaan Probolinggo.