KINERJA TENAGA MARKETING BANK BUKOPIN PAREPARE (ANALISIS MANAJEMEN SYARIAH)

OLEH:

FADILLAH
NIM: 15.2300.033

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE

2020

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

KINERJA TENAGA MARKETING BANK BUKOPIN PAREPARE
(ANALISIS MANAJEMEN SYARIAH)

Oleh:

FADILLAH
NIM: 15.2300.033

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.E)Pada
Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Institut Agama Islam Negeri Parepare

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE

2020

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

KINERJA TENAGA MARKETING BANK BUKOPIN PAREPARE (ANALISIS MANAJEMEN SYARIAH)

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan
Perbankan syariah

Disusun dan diajukan oleh:

FADILLAH
NIM: 15.2300.033

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE

2020

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa	:	Fadillah
Judul Skripsi	:	Kinerja Tenaga Marketing Bank Bukopin (Analisis Manajemen Syariah)
Nomor Induk Mahasiswa	:	15.2300.033
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	:	Perbankan Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing	:	Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam No. B.313/In.39/PP.00.09/01/2019

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama	: Abdul Hamid, S.E.,M.M.	(.....)
NIP	: 19740329 200212 1 012	
Pembimbing Pendamping	: Dr. Arqam, M.Pd.	(.....)
NIP	: 19740329 200212 1 001	

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag
NIP: 19730129 200501 1 004

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

SKRIPSI

KINERJA TENAGA MARKETING BANK BUKOPIN PAREPARE (ANALISIS MANAJEMEN SYARIAH)

Disusun dan diajukan oleh:

FADILLAH
NIM. 15.2300.033

telah dipertahankan di depan sidang ujian munaqasyah

pada tanggal 17 Januari 2020

dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan

Dosen pembimbing

Pembimbing Utama	: Abdul Hamid, S.E.,M.M.	(.....)
NIP	: 19720929 200801 1 012	
Pembimbing Pendamping	: Dr. Arqam, M.Pd.	(.....)
NIP	: 19740329 200212 1 001	

Rektor,
Institut Agama Islam Negeri Parepare

Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si.
NIP. 19640427 198703 1 002

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.
NIP. 19730129 200501 1 004

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi	: Kinerja Tenaga Marketing Bank Bukopin Parepare (Analisis Manajemen Syariah).
Nama Mahasiswa	: Fadillah
Nomor Induk Mahasiswa	: 15.2300.033
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Perbankan Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing	: Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam No. B.313/In.39/PP.00.09/01/2019
Tanggal Kelulusan	: 24 Januari 2020

Disahkan oleh Komisi Penguji

Abdul Hamid, S.E.,M.M.	(Ketua)	(.....)
Dr. Arqam, M.Pd.	(Sekretaris)	(.....)
Dr. Damirah, S.E.,M.M.	(Anggota)	(.....)
Dr. Hj. St. Nurhayati Ali, M.Hum.	(Anggota)	(.....)

Mengetahui:

Rektor,
Institut Agama Islam Negeri Parepare

Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si.
NIP. 19640427 198703 1 002

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

KATA PENGANTAR

بِسۡمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحۡمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh. Salam sejahtera untuk kita semua. Alhamdulillah robbil'alamin. Segala puji bagi Allah SWT. Tuhan semesta alam yang telah menciptakan alam semesta beserta isinya. Puji syukur kehadirat Allah swt berkat taufik dan hidayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebaga isyarat untuk menyelesaikan gelar "Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam" di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Taklupa pula kita kirim salawat serta salam kepada junjungan Nabiullah Muhammad SAW. Nabi yang menjadi panutan bagi kita semua.

Penulis sadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, baik yang berbentuk moral maupun material. Maka menjadi kewajiban penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah suka rela membantu serta mendukung sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan. Penulis dengan penuh kerendahan hati mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Dodding Ibunda Sannang yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, dan dukungan moril dan materil kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si selaku Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola lembaga pendidikan ini demi kemajuan IAIN Parepare.
3. Bapak Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag, selaku Dekan F akultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdiannya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

4. Bapak Abdul Hamid, S.E.,M.M., selaku pembimbing utama dan Bapak Dr. Arqam, M.Pd. selaku pembimbing pendamping yang telah membimbing penulis, memberikan saran, pengarahan, dan masukan yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu Dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang selama ini telah mendidik penulis hingga dapat menyelesaikan studi yang masing-masing mempunyai kehebatan tersendiri dalam menyampaikan materi perkuliahan. Semoga mereka sehat selalu.
6. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta jajaranya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare, terutama dalam penulisan skripsi ini.
7. Jajaran staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta staf akademik yang telah begitu banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai pengurusan berkas ujian penyelesaian studi.
8. Kepala Pimpinan Bank Bukopin Cab. Parepare beserta jajarannya atas izin dan datanya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
9. Semua teman-teman penulis senasib dan seperjuangan Prodi Perbankan Syariah yang tidak bias penulis sebutkan satu persatu yang member warna tersendiri pada alur kehidupan penulis selama studi di IAIN Parepare.
10. Sahabat yang setia menemani dan menyemangati dalam suka duka pembuatan skripsi ini, Sahabat Sardia, S.E., Nur Fadillah , Ririn, Azlina, dan Eki Purwanto, yang telah setia menemani penulis semoga kita bias wisuda dan sukses bersama kedepannya nanti

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

11. Teman-teman yang telah menemani dan menghibur penulis selama penyusunan skripsi, saya ucapkan banyak terima kasih kepada kalian semua, BKC Fc.

Akhirnya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini meskipun berbagai hambatan dan ketegangan telah dilewati dengan baik karena selalu ada dukungan dan motivasi yang tak terhingga dari berbagai pihak. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dinilai ibadah di sisi-Nya dan bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya, khususnya pada lingkungan Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Parepare. Semoga Allah SWT. Selalu melindungi dan meridhoi langkah kita sekarang dan selamanya. Aamiin.

Parepare, 12 Februari 2020

Penulis

Fadillah
Nim. 15.2300.033

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Fadillah

Nomor Induk Mahasiswa : 15.2300.033

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul "**Kinerja Tenaga Marketing Bank Bukopin Parepare (Analisis Manajemen Syariah).**" benar-benar hasil karya sendiri dan jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atas keseluruhan skripsi dan hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Parepare,12 Februari 2020

Penulis

Fadillah

Nim. 15.2300.033

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

ABSTRAK

Fadillah : 15.2300.033. *Kinerja Tenaga Marketing Bank Bukopin Parepare (Analisis Manajemen Syariah)* (Dibimbing oleh Bapak Abdul Hamid, dan Bapak Arqam).

PT. Bank Bukopin Tbk merupakan lembaga perbankan berlatar belakang bank konvensional, Bank Bukopin menfokuskan diri pada segmen UMKMK, kehadiran lembaga perbankan telah membawa banyak perubahanperkonomian masyarakat Indonesia,namun kuantitas bank Indonesia yang semakin meningkat pula membuat tekanan pada tiap bank untuk tetap bertahan dan stabil. Agar bankini tetap bertahan,maka diperlukan kinerja tenaga marketing yang baik.

Peneliti ini bertujuan untuk mengetahui kinerja tenaga marketing yang diterapkan oleh Bank Bukopin Parepare agar bank bukopin bisa seperti bank-bank lain yang mempunyai banyak nasabah. Jenis penelitian yang digunakan dalanm skripsi ini adalah jenis penelitian lapngan dengan dengan pendekatan deskriptif kualitatif, data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder. Tekhink pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun analisis datanya yaitu menggunakan analisis data kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) kualitas dan kuantitas kerja tenaga marketing Bank Bukopin Parepare telah diterapkan dengan baik sesuai dengan teori kinerja marketing. 2) tinjauan manajemen syaraiah terhadap kinerja tenaga marketing Bank Bukopin Parepare yaitu sebagaian besar telah dijalankan sesuai manajemen syaraiah berupa *shiddiq* (jujur), dan *tabliqh* (Komunikatif).

Kata kunci : Kinerja marketing, Bank Bukopin, manajemen syariah.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ii

HALAMAN PENGAJUAN iii

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING iv

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING v

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI vi

KATA PENGANTAR vii

PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI x

ABSTRAK xi

DAFTAR ISI xii

DAFTAR GAMBAR xiv

DAFTAR LAMPIRAN xv

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 4

1.3 Tujuan Penelitian 4

1.4 Kegunaan Penelitian 4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 6

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu 6

2.2 Tinjauan Teori 10

2.2.1 Teori Kinerja 10

2.2.2 Konsep Pemasaran 16

2.2.3 Teori Manajemen Syariah 27

2.3 Kerangka Pikir 34

PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB III METODE PENELITIAN 34
3.1 Jenis Penelitian 34
3.2 Lokasi Penelitian 35
3.3 Fokus Penelitian 35
3.4 Jenis dan Sumber Data yang Digunakan 35
3.5 Teknik Pengumpulan Data 36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 40
4.1 Hasil dan Pembahasan 40
4.2.1 Kualitas Kerja Tenaga Marketing Bank Bukopin Parepare 40
4.2.2 Kuantitas Kerja Tenaga Marketing Bank Bukopin Parepare 46
4.2.3 Penerapan Kinerja Marketing Bank Bukopin Parepare Menurut Tinjauan Manajemen Syariah 51
BAB V PENUTUP 55
5.1 Kesimpulan 55
5.2 Saran 56
DAFTAR PUSTAKA 58
LAMPIRAN

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	JudulGambar	Halaman
2.3	Bagan Kerangka Pikir	34

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	JudulLampiran
1	Pedoman Wawancara Surat Keterangan Wwancara Transkrip Wawancara
2	Surat Izin Penelitian dari IAIN Parepare
3	Surat Izin Penelitian dari DPM-PTSP Parepare
4	Surat Selesai Meneliti
5	Dokumentasi
6	Riwayat Hidup

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bank di Indonesia terbagi menjadi dua, yaitu bank syariah dan bank konvensional. Menurut UU RI No.7 Tahun 1992 tentang perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakya banyak.[1]

PT. Bank Bukopin Tbk merupakan lembaga perbankan berlatar belakang bank konvensional.Bank Bukopin didirikan pada tanggal 10 Juli 1970, sebelumnya dikenal sebagai Bank Umum Koperasi Indonesia. Pada 1989, perusahaan berganti nama menjadi Bank Bukopin. Selanjutnya, pada 1993 status perusahaan berubah menjadi perseroan terbatas.

Bank Bukopin menfokuskan diri pada segmen UMKMK, saat ini telah tumbuh dan berkembang menjadi bank yang masuk KRIPSIke kelompok bank menengah di Indonesia dari sisi aset. Seiring dengan terbukanya kesempatan dan peningkatan kemampuan melayani kebutuhan masyarakat yang lebih luas, Bank Bukopin telah mengembangkan usahanya ke segmen komersial dan konsumer. Namun dalam lingkungan bisnis yang makin kompetitif, baik lokal dan global banyak perusahaan saat ini mencoba meningkatkan kualitas kinerja marketing dalam mencapai tujuan perusahaan.[2]

Kinerja merupakan prestasi kerja sesungguhnya yang dicapai oleh seseorang. Kinerja sendiri adalah hasil kerja yang dicapai secara kualitas dan kuantitas sesuai

[1]Kasmir, *Manajemen Perbankan, (*Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada,2000), h. 12
[2]*https://id.wikipedia.org/wiki/Bank_Bukopin*

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

dengan tugas dan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Hampir setiap perusahaan melakukan tindakan informal maupun formal dalam menilai kinerja marketing. Hal ini bertujuan agar setiap perusahaan mengetahui hasil kerja yang didapatkan oleh setiap karyawan apakah sudah sesuai dengan target yang ditetapkan maka dari itu diperlukan penilaian kerja untuk mengetahui dan mengevaluasi kinerja marketing saat ini dan masa lalu terhadap standar kinerjanya.[3]

Sumber daya manusia merupakan aset terpenting perusahaan karena perannya sebagai subyek melaksanakan kebijakan seperti modal, metode dan mesin tidak bisa memberikan hasil yang optimum apabila tidak didukung oleh sumber daya manusia yang mempunyai kinerja yang optimum. Perusahaan membutuhkan tenaga marketing yang mempunyai kinerja yang tinggi.[4] Salah satu aspek yang dapat menunjang keberhasil tenaga marketing dalam mencapai kesuksesan bekerja adalah kemampuan kerja. Dengan kemampuan kerja yang memadai karyawan diharapkan dapat mengatasi segala permasalahan pekerjaan sehingga tugas pekerjaan dapat diselesaikan dengan lebih baik.

Kemampuan mempengaruhi langsung tingkat kinerja dan kepuasan seorang karyawan lewat kesesuaian kemampuan pekerjaan. Untuk mencapai kinerja yang memuaskan diperlukan kemampuan profesional dan untuk mencapainya harus melalui bebrapa tahapan atau kondisi. Maka dalam rangka menigkatkan kinerja tenaga marketing dibutuhkan kualitas dan kuantitas kerja.[5]

---

[3]Anwar Prabu Mangkunegara, *Manajemen sumber daya manusia* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), h. 67

[4]Yerri Suryoadi, "Pengaruh Pelatihan dan Kepuasan Konpensasi terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang", Skripsi Sarjana, Jurusan Manajemen Semarang. *http://eprints.undip.ac.id/35556/1/Skripsi_SURYOADI.pdf*(diakses 15 Juni 2017

[5] Neo Raymond, et al., eds., *Manajemen Sumber Daya Manusia Mencapai Keunggulan Bersaing*, (Jakarta: Salemba Empat, 2010), h. 266

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Kualitas kerja adalah taraf atau tingkat baik buruknya seseorang dalam melakukan pekerjaan. Sedangkan Kuantitas kerja adalah jumlah kerja yang dilaksanakan oleh seseorang dalam suatu periode tertentu. [6]

Kelangsungan hidup suatu usaha termasuk perbankan sangat bergantung oleh kegiatan pemasarannya.Salah satu strategi yang dilakukan suatu usaha atau perbankan untuk dapat menghadapi tantangan pada bidang pemasaran yaitu dengan melakukan analisis/identifikasi perilaku konsumen nasabah. Salah satu metode atau strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh bank untuk mempengaruhi perilaku nasabah dalam memutuskan pembelian produk yaitu dengan meningkatkan kinerja tenaga marketing.

Jika didasarkan pada teori, dengan adanya perencanaan atau strategi pemasaran dengan meningkatkan kinerja tenaga marketing yang baik, konsisten, tersistem dari manajemen pemasaran bank dapat mendatangkan keuntungan bagi pemasaran bank dan menarik calon nasabah untuk menabung atau menggunakan produk yang ditawarkan bank. Jika melihat perkembangan dan pertumbuhan bank yang ada di kota Parepare serta banyak masyarakat yang ingin dan telah menjadi nasabah di bank konvensional memberikan pandangan bahwa masyarakat telah mengetahui bank konvensional baik dari segi operasional, sistem dan produknyasehingga mereka tertarik menjadi nasabah.

Tetapi kenapa masih rendah minat masyarakat menabung di Bank Bukopin Parepare jika kinerja tenaga marketing sudah sesuai dengan kualitas dan kuantitas kinerja tenaga marketing.Sehingga penulis ingin melakukan penelitian ini untuk mengetahui apakah nasabah yang memutuskan menabung di Bank Bukopin Parepare

[6]Anwar Prabu Mangkunegara, *Manajemen sumber daya manusia* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), h. 67

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

karena adanya pengaruh dari sisi kinerja tenaga marketing atau terdapat alasan lain yang melatar belakangi nasabah memutuskan untuk menabung di bank Bukopin Parepare.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Bagaimana kualitas hasil kerja tenaga marketing Bank Bukopin Parepare ?

1.2.2 Bagaimana kuantitas hasil kerja tenaga marketing Bank Bukopin Parepare ?

1.2.3 Bagaimana penerapan kinerja tenaga marketing Bank Bukopin Parepare menurut manajemen syariah ?

1.3 Tujuan

1.3.1 Untuk mengetahui kualitas hasil kerja tenaga marketing Bank Bukopin Parepare.

1.3.2 Untuk mengetahui kuntitas hasil kerja tenaga marketing Bank Bukopin Parepare.

1.3.3 Untuk mengetahui penerapan kinerja tenaga marketing Bank Bukopin Parepare menurut manajemen syariah.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan manfaat sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca tentang pemasaran terutama Kinerja tenaga marketing.Penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas dan memperkaya penelitian yang telah ada sebelumnya mengenai Tenaga marketing.

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

1.4.2 Manfaat Praktis

1.4.2.1 Bagi Penulis

Hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan pengetahuan, pemahaman dan wawasan penulis tentang pengaruh kinerja teanag marketing.Dengan adanya penelitian ini penulis mendapatkan gambaran dan pengalaman secara langsung mengenai strategi pemasaran terkhusus tentang tenaga marketing.

1.4.2.2 Bagi Akademi

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pemasaran lembaga keuangan terkhusus kinerja tenaga marketing.

1.4.2.3 Bagi Bank

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengembangan pemasaran bank dan acuan dalam penetapan kebijakan-kebijakan pemasaran bank dan atau menjadi pertimbangan bagi bank dalam menetapkan dan mengambil keputusan yang terkait dengan proses pemasaran bank.

1.4.2.4 Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan pengetahuan serta pemahaman masyarakat mengenai perbankan terutama mengenai produk bank.Sehingga masyarakat menabung di bank dengan pemahaman pemasaran yang baik dan pemahaman terhadap bank itu sendiri.

PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini akan dicantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu oleh beberapa peneliti yang sebelumnya mengangkat judul, objek dan subjek yang bersingguhan dengan penelitian yang dilakukan oleh peniliti sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Sensi Tribuana Dewi dalam menyelesaikan skripsinya di IAIN Surakarta pada tahun 2006. Dengan judul skripsi "Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran". Dari penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa penelitian ini menganalisis pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Rumusan masalah adalah bagaimana menciptakan keunggulan bersaing untuk meningkatkan kinerja pemasaran.Penelitian ini menggunakan data 120 kuesioner yang dikumpulkan dari industri batik di pekalongan sebagai sampelnya. Alat analisis data yang digunakan adalah struktural equation modelling (SEM) pada program AMOS 5.0. Hasil analisis data menunjukkan bahwa model penelitian mempunyai kesesuaian yang baik dan semua hipotesis penelitian dapat dibuktikan.

Kesimpulan yang diambil adalah orientasi pasar dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing dan selanjutnya keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa diantara kedua faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing (orientasi pasar dan inovasi produk)

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

didapatkan kesimpulan bahwa orientasi pasar merupakan faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing implikasi manajemen yang dapat disarankan oleh penelitian ini adalah kebijakan yang menitikberatkan pada penerapan orientasi pasar pada perusahaan. Penelitian ini memberikan beberapa keterbatasan penelitian serta agenda penelitian mendatang yang bisa dilakukan pada penelitian lanjutan[7].

Penelitian yang dilakukan oleh Balada Tamanggung dalam menyelesaikan skripsinya di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada tahun 2017.Dengan judul skripsi "Peran Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Konveksi Baraya Gedong Air Bandar Lampung)". Dari penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa hasil dan analisa dan penulisan skripsi yang telah penulis paparkan sebelumya maka pada penulisan ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh konveksi baraya dalam meningkatkan kinerja pemasarannya secara keseluruhan cukup meningkat dilihat dari hasil total penjualan konveksi biaya yang meningkat penjualannya pada periode penjualan pada tahun 2014 samapai dengan 2016 yakni dari periode tahun 2014 Rp.394.005.000 yang mengalami peningkatkan pada tahun 2015 dan 2016 sebesar Rp.405.329.000 dan RP. 417.068.000. kemudian pada pertumbuhan penujalannya mengalami peningkatan yang dapat dilihat dari persetasenya pada tahun 2015 mencapai 2.87 % sedangkan perkembagan penjualan pada tahun 2016 mengalami peningkatan persentase sebesar 2.89%.

[7]Sensi Tribuana Dewi, "analisis pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing untuk meningkatkan kinerja pemasaran" (Skripsi Sarjana: IAIN Surakart, Tahun 2006).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Pada pertumbuhan pelanggannya dapat dijelaskan bahwa selama tahun 2014 hingga tahun 2016 jumlah pelanggan secara keseluruhan mengalami peningkatan dengan yang membeli produk konveksi baraya menunjukkan peningkatan yang signifikan, jumlah pelanggan tahun 2014 yakni sebanyak 68, kemudian mengalami peningkatan di tahun 2015 menjadi 77 pelanggan dan pada tahun 2016 juga mengalami peningkatan dibanding tahun 2014 dan 2015 yakni menjadi 81 pelanggan. Namun apabila dilihat dari jumlah per bulan, jumlah pelanggan mengalami fluktuasi yang sangat varian.

b. Berdasarkan perspektif ekonomi islam strategi pemasaran yang dilakukan konveksi baraya dalam meningkatkan kinerja pemasarannya memenuhi prinsip-prinsip pemasaran dalam islam yang menggariskan nilai, prinsip dan tujuan yang bersumber pada ajaran syar'i dalam berekonomi, akan tetapi belum sepenuhnya tercermin pada tanggap terhadap perubahan yang mengharuskan perusahaan selalu berinovasi, berbuat yang terbaik disisa produk dan harga serta berorientasi pada kualitas.[8]

Penelitian yang dilakukan oleh Muharyuni, Aminuyati, Bambang Genjik S dalam menyelesaikan penelitiannya di Progran Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Untat Pontianak pada tahun 2014. Dengan judul jurnal "Analisis Kinerja Karyawan Pemasaran Dalam Pencapaian Target Kredit Usaha Mikro Bank Mandiri Mitra Usaha" Dari penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa hasil dan analisa dan penulisan jurnal yang telah penulis paparkan sebelumya maka pada penulisan ini dapat disimpulkan dari pelaksanaan penelitian yang dilakukan dengan teknik

[8]Balada Tamanggung," Meningkatkan Kinerja Pemasaran Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Konveksi Baraya Gedong Air Bandar Lampung)" (Skripsi Sarjana; Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada tahun 2017).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

observasi, wawancara, dan documenter mengenai kinerja karyawan bidang pemasaran dalam pencapaian target kredit usaha mikro pada Bank Mandiri Mitra Usaha Cabang Tayan dapat disimpulkan secara umum bahwa kinerja karyawan bidang pemasaran pada Bank Mandiri Mitra Usaha Cabang Tayan dalam melakukan pemasaran yang diukur dengan aspek kualitatif, kuantitatif, ketepatan waktu dalam menyelesaikan tugas, cara melakukan pekerjaan, dan tidak terjadinya sesuatu yang menyimpang menunjukan hasil yang baik. Setiap karyawan mampu melakukan maintenance pada nasabah masing-masing disetiap ada kesempatan, guna memantau perkembangan usaha dan kondisi ekonomi nasabah. Kinerja karyawan bidang pemasaran pada Bank Mandiri Mitra Usaha Cabang Tayan dalam melakukan penagihan yang diukur dengan aspek kualitatif, kuantitatif, ketepatan waktu dalam menyelesaikan tugas, cara melakukan pekerjaan, metode melaksanakan tugas dan tidak terjadinya sesuatu yang menyimpang menunjukan hasil yang baik. Walaupun terdapat nasabah yang mengalami kesulitan dalam melakukan pembayaran, karyawan bidang pemasaran mampu mengatasi dan memberikan solusi dalam pembayaran tersebut.[9]

Dari beberapa tinjauan penelitian terdahulu yang di jelaskan diatas menegaskan bahwa penelitian yang dilakukan berbeda dengan penelitian terdahulu terkait dengan objek yang diteliti yaitu karyawan di berbagai lembaga keuangan dan persamaan dalam segi kinerja pemasaran. Akan tetapi penelitian ini murni diteliti oleh peneliti dengan mengangkat persalahan yang baru dan bukan merupakan hasil plagiat dari penelitian orang lain.

[9]Muharyuni, dkk," Analisis Kinerja Karyawan Pemasaran Dalam Pencapaian Target Kredit Usaha Mikro Bank Mandiri Mitra Usaha" (Skripsi Sarjana: Progran Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Untat Pontianak pada tahun 2014).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

2.2 Tinjauan Teori

2.2.1 Teori Kinerja

1. Pengertian Kinerja

Kinerja merupakan gambaran menegenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi.[10] Sependapat dengan Moeheriono, mahsun menyatakan bahwa kinerja adalah gambaran menegenai tingkat pencapaian pelaksanaa suatau kegiatan/program/kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi dan visi organisasi yang tertuang dalam suatu organisasi.[11]

Kinerja merupakan gambaran tingkat pencapaian pegawai dalam mewujudkan tujuan suatu organisasi.Agar mempunyai kinerja yang baik, seseorang harus mempunyai keinginan yang tinggi untuk mengerjakan serta mengetahui pekerjaannya.definisi ini menurut Nawawi.[12] Kinerja juga merupakan suatu hasil yang dicapai oleh pekerja dalam pekerjaannya menurut kriteria tertentu yang berlaku untuk suatu pekerjaan.[13]

Selanjutnya menurut Sedarmayanti Kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang/sekelompok orang didalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya mencapai tujuan organisasi yang bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral ataupun etika. Atau juga kinerja juga bisa diartikan sebagai hasil kerja seorang

---

[10]Moeheriono, *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*(Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), h. 95.

[11]Mohammad Mahsun, *Pengukuran Kinerja Sektor Publik* (Cet. I; Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2006), h. 25.

[12]Hadari Nawawi, *Evaluasi Dan Manajemen Kinerja di Lingkungan Perusahaan Dan Industri* (Yogyakarta: Gadja Mada Univercity Press, 2006), h. 62.

[13]Kotler Philip,*Manajemen Pemasaran* Edisi Milenium (Jilid II; Jakarta: PT. Prenhalindo, 2002), h. 216.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

pekerja, sebuah proses manajemen/atau suatu organisasi secara keseluruhan, dalam hasil kerja tersebut harus dapat ditunjukan bukti secara kongkrit dan dapat diukur.[14]

Sementara Smith menyatakan bahwa kinerja merupakan keluaran dari suatu proses.[15]

Kinerja merupakan tingkat kemampuan karyawan secara individu ataupun kelompok dalam menyelesaikan pekerjaan yang diberikan dengan tingkat pencapaian yang baik.

Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kinerja merupakan sesuatu yang dicapai, prestasi yang diperlihatkan, kemampuan kerja.[16]

Menurut Mangkunegara kinerja berasal dari kata jobperformance atau actual performance yang berarti prestasi kerja sesungguhnyayang dicapai oleh seseorang.Pengertian kinerja sendiri adalah hasil kerja yang dicapai secara kualitas dan kuantitas sesuai dengan tugas dan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Kinerja menurut Anwar Prabu Mangkunegara mencakup dua hal, yaitu sebagai berikut[17]:

a. Kualitas kerja adalah taraf atau tingkat baik buruknya seseorang dalam melakukan pekerjaan.
b. Kuantitas kerja adalah jumlah kerja yang dilaksanakan oleh seseorang dalam suatu periode tertentu.

[14]Sedarmayanti, *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas kerja* (Bandung: Ilhan Jaya, 2003), h. 137.

[15]Sedarmayanti, *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas kerja*, h. 50.

[16] Muhaimin ,*Paradigma Pendidikan Islam Upaya Mengeftifkan Pendidikan Islam Di Sekolah* (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2002), h. 137.

[17]Anwar Prabu Mangkunegara, *Manajemen sumber daya manusia* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), h. 67.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

2. Parameter Kinerja

Adapun parameter kinerja yang dipakai dalam penelitian ini menurut Anwar Prabu Mangkunegara meliputi:

a. Kualitas Kerja
   1) Kerapian kerja dan ketelitian kerja atau tingkat kesalahan dalam menyelesaikan pekerjaan.
   2) Kepuasaan pelanggan
   3) Seberapa baik seorang karyawan mengerjakan apa yang seharusnya dikerjakan.

b. Kuantitas kerja
   1) Kemampuan karyawan dalam meyelesaikan sejumlah hasil tugas hariannya.
   2) Seberapa lama seorang karyawan bekerja dalam satu harinya.
   3) Kecepatan kerja setiap karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya masing-masing.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pencapaian Kinerja

Menurut William B. Castetter ada tiga faktor yang mempengaruhi pencapaian kinerja karyawan, yaitu[18]:

a. Kemampuan
b. Motivasi
c. Pendidikan dan Pelatihan

[18]Sedarmayanti, *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*, h. 4.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

a. Faktor Kemampuan

Kemampuan merupakan kesanggupan seseorang atau individu untuk melakukan suatu kegiatan yang diberikan kepadanya.[19]

Keseluruhan kemampuan individu adalah sesuatu yang perlu untuk menghasilkan dua perlengkapan keahlian yaitu kemampuan intelektual dan kemampuan fisik.

1) Kemampuan Intelektual

Kemampuan intelektual adalah semua yang dibutuhkan untuk melakukan aktivitas kemampuan mental.

Pekerjaan berbeda disetiap permintaan, mereka meletakkan pemegang jabatan sesuai kemampuan intelektualnya.Umumnya semakin tinggi kedudukan seseorang dalam hierarki organisasi, semakin tinggi intelegensi dan kemampuan pekerjaannya.

2) Kemampuan Fisik

Kemampuan fisik adalah kemampuan melakukan tugas-tugas yang berkaitan dengan kekuatan atau kecekatan.

Kemampuan fisik mendapat peranan penting dalam keberhasilan melakukan sedikit keahlian dan lebih kepada pekerjaan. Penelitian dalam memenuhi kebutuhan beratus-ratus pekerjaan telah diidentifikasi menjadi Sembilan kemampuan dasar yang menyangkut keberhasilan fisik yaitu : Kekuatan Dinamika, Kekuatan Punggung, Kekuatan Static, Kekuatan Ekplosif, Fleksibilitas yang Luas, Fleksibilitas yang Dinamis, Koordinasi Tubuh, Keseimbangan dan Stamina.

[19] Lina Anatan dan Lena Ellitan, *Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Bisnis Modern* (Bandung: Alfabeta, 2007), h.45.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Masing-masing individu berbeda didalam jumlah masing-masing kemampuan diatas tidaklah mengherankan jika ada juga sedikit hubungan diantara mereka, nilai tinggi seseorang tidak akan memberikan kepastian bahwa orang juga memperoleh nilai tinggi. Kemampuan intelektual atau kemampuan fisik yang spesifik dibutuhkan untuk melakukan keberhasilan bergantung pada syarat-syarat kemampuan bekerja.

b. Faktor Motivasi

Menurut Widjaja Motivasi merupakan faktor-faktor yang menyebabkan, menyalurkan dan menopang perilaku individual/anggota-anggota organisasi.[20]

Sedangkan menurut Mangkunegara Motivasi adalah sebagai suatu kecenderungan untuk beraktivitas, dimulai dari dorongan dalam diri *(Drive)* dan diakhiri dengan penyesuaian diri.Penyesuaian diri dikatakan untuk memuaskan motif.[21]

Menurut George Motivasi dapat diartikan sebagai mengusahakan supaya seseorang dapat menyelesaikan pekerjaan dengan semangat karena ia ingin melaksanakannya.[22]

Dari beberapa pengertian motivasi maka dapat kita simpulkan bahwa motivasi adalah suatu unsur yang dapat mendorong seseorang sehingga mengakibatkan orang tersebut bertindak sesuai dengan apa yang di kehendaki.

Motivasi yang diberikan kepada karyawan khususnya merupakan dorongan yang sangat berpengaruh kepada peningkatan kemajuan yang akan dicapai sesuai

---

[20] Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2002), h. 290

[21] A. A Anwar Prabu Mangkunegara, *Manajemen Sumber Daya Manusia dan Perusahaan* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), h. 195.

[22] George R Terry, *Prinsip- Prinsip Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), h. 130

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

dengan yang diharapkan. Ada kecenderungan karyawan yang lebih tua merasa puas daripada karyawan yang berumur relative lebih muda.Karena karyawan lebih tua lebih berpengalaman menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja.Sedangkan karyawan yang berumur muda biasanya mempunyai harapan yang ideal tentang dunia kerjanya, sehingga apabila ada kesenjangan atau ketidakseimbangan antara harapan dan realitas kerja dapat menyebabkan mereka tidak puas.

Dengan adanya perhatian yang diberikan pimpinan kepada bawahan sudah ada nilai tersendiri bagi bawahan bahwa mereka sudah lebih diperhatikan dari dorongan untuk loyal kepada perusahaan. Oleh karena itulah seorang pemimpin terlebih dahulu harus dapat mengetahui apa yang menjadi dasar yang menyebabkan mereka bersedia bekerja dan memberikan motifasi sesuai dengan apa yang mereka butuhkan.

c. Faktor Pendidikan dan Pelatihan

Pendidikan dan pelatihan merupakan suatu kebutuhan dalam perusahaan.Hal ini bertujuan untuk menjadikan karyawan lebih menaruh minat dan perhatian pada bidang kerjanya berfungsi sebagai jembatan untuk mengembangkan pengetahuan kecakapan, pengalaman serta karirnya.Pendidikan dan pelatihan juga bermaksud untuk meningkatkan keterampilan dan melaksanakan pekerjaan tertentu serta mengembangkan sikap, tingkah laku dan juga pengetahuan.

Pendidikan merupakan suatu indikator yang mencerminkan kemampuan seseorang untuk dapat menyelesaikan suatu pekerjaan. Dengan latar belakangpendidikan pula seseorang dianggap akan mampu menduduki suatu jabatan tertentu.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Training adalah suatu kegiatan dai perusahaan atau instansi yang bermaksud untuk dapat memperbaiki dan mengembangkan sikap, tingkah laku, keterampilan dan pengetahuan dari para karyawannya.

Pelatihan merupakan kegiatan yang harus dilakukan oleh setiap orang pimpinan/manajer untuk memberikan bimbingan, pendidikan dan latihan-latihan bagi karyawan mengenai arti pentingnya setiap bidang yang besangkutan serta sebagai pengetahuan, kecakapan, pengalaman karir karyawan.

Pada dasarnya ada beberapa manfaat dari pendidikan dan pelatihan, yaitu

a. Membantu stabilitas karyawan
b. Mendorong mereka untuk memberikan jasa
c. Memperbaiki cara bekerja
d. Memperbaiki moral
e. Berkembang lebih cepat
f. Lebih baik dan lebih efisien

Adapun sasaran yang ingin dicapai dengan mengadakan pendidikan dan pelatihan, yaitu :

a. Pekerjaan diharapkan lebih cepat dan lebih baik
b. Penggunaan bahan baku lebih hemat
c. Penggunaan peralatan dan mesin diharapkan tahan lebih lama
d. Angka kecelakaan lebih kecil
e. Tanggung jawab diharapkan lebih besar

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

2.2.2 Konsep Pemasaran

1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam usaha mencapai tujuan perusahaan yaitu mempertahankan kelangsungan hidup dan mendapatkan laba yang maksimum.Berhasil tidaknya mencapai tujuan tersebut tergantung dari keahlian mereka di bidang pemasaran, produksi dan bidang-bidang lain yang menunjang tercapainya tujuan tersebut.Menurut Kotler dan Armstrong pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.[23]

Selanjutnya Swasta DH dan Irawan , menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu sistem dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik dari pembeli yang ada maupun pembeli potensial.[24] Berdasarkan definisi, perusahaan mempunyai peranan pentingdalam membangkitan era kegiatan ekonomi dan standar hidup yang baru. Konsep pemasaran dimulai dari sasaran perusahaan, kebutuhan dan keinginan konsumen yang terpadu dan terkoordinir dimana semua kegiatan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Tjiptono mengatakan.

Konsep pemasaran (*marketing concept)* berpandangan bahwa kunci untuk mewujudkan tujuan organisasi terletak pada kemampuan organisasi dalam menciptakan, memberikan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan (*costumer value*)

---

[23] Kotler dan Amstrong, *prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi XII (Jilid I; Jakarta: Erlangga, 2001), h. 7

[24] Swsta DH dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi II (Yogyakarta: liberty, 2000), h.03

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

kepada pasar sasarannya secara lebih efektif dibandingkan pada pesaing.Tujuan akhir pemasaran adalah membantu organisasi mencapai tujuannya.Tujuan utama dalam perusahaan adalah mencari laba. Sedangkan tujuan lainnya adalah mendapatkan dana yang memadai untuk melakukan aktivitas-aktivitas sosial dan pelayanan publik.[25]

Konsep pemasaran menekankan orientasi pada kebutuhan dan keinginan konsumen yang didukung oleh kegiatan pemasaran terpadu,yangditujukan untukmenciptakan kepuasan langganan sebagai kunci untuk keberhasilan mencapai tujuan perusahaan. Dengan demikian ada empat unsur pokok yang terdapat dalam konsep pemasaran, yaitu: orientasi pada konsumen (kebutuhan dan keinginan konsumen), kegiatan pemasaran yang terpadu, kepuasan konsumen/langganan dan tujuan perusahaan jangka panjang. Hasan mengemukakan tujuan pemasaran mencakup maksimalisasi keuntungan, memaksimalkan pangsa pasar, memaksimalkan penjualan, meningkatkan citra merek, meningkatkan kepuasan pelanggan, menyediakan *value* dan memelihara stabilitas harga.[26]

Komunikasi merupakan kegiatan pemasaran yang paling terlihat atau terdengar sebagian orang menganggapnya mengganggu tetapi nilainya terbatas, kecuali jika di gunakan secara optimal bersamaan dengan upaya pemasaran lainnya. Aksioma pemasaran lama mengatakan bahwa cara tercepat untuk membunuh suatu produk adalah mengiklannya secara berlebihan. Dengan cara yang sama strategi pemasaran yang di dukung dengan penelitian yang cermat dan di rencanakan dengan baik juga akan menemui kegagalan apabila calon pelanggan tidak bisa mengenali keberadaan perusahaan, apa yang di tawarkan kepada mereka, proposisi nilai dari

[25] Tjiptono, *Strategi pemasaran* edisi III (Yohyakarta: Audi Offset, 2008), h. 22
[26] Ali Hasan, *Marketing* (Cet.I; Yohyakarta: media pressdindo, 2013), h. 429

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

masingmasing produk, dan bagaimana menggunakan produk-produk itu agar bermanfaat.

Jadi konsep pemasaran merupakan orientasi perusahaan yang menekankan bahwa tugas pokok perusahaan adalah menentukan kebutuhandan keinginan pasar dan selanjutnya memenuhi kebutuhan dankeinginan tersebut sehingga dicapai tingkat kepuasan langganan yang melebihi dari kepuasan yang diberikan oleh para pesaing lainnya.

2. Strategi Acuan / Buaran Pemasaran *(Marketing Mix)*

Pemasaran biasanya mengunakan sejumlah alat untuk mendapatkan tanggapan yang diinginkan dari pasar sasaran.Bauran pemasaran merupakan salah satu konsep utama dalam pemasaran modern, stratergi pemasaran dimulai dengan melakukan segmentasi pasar, analisis lingkungan, seleksi pasar untuk segmentasi pasar dan pengembangan bauran pemasaran.Menurut Kotler bauran pemasaran adalah sekumpulan alat pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran[27].Sedangkan menurut Saladin dan Oesman bauran pemasaran adalah serangkaian dari variabel pemasaran yang dapat dikuasai oleh perusahaan dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran.[28]

Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa bauran pemasaran sebagai perangkat alat pemasaran taktis dan terkontrol yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran.Bauran pemasaran terdiri atas segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan

[27] Kotler Phlip, *Mnajemen pemasaran, Edisi millennium* (Jilid. II;Jakarta: PT. prenhallindo, 2002), h. 18

[28] Djaslim saladin dan Yovis marty Oesman, *Intisari pemasaran dan unsur- unsur pemasaran* (Jakarta, 2002), h. 3

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

produknya. Kemungkinan-kemungkinann itu dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok variabel yang dikenal dengan "Empat P": *product, price, place* dan *promotion* (produk, harga, lokasi dan promosi).[29]

Salah satu unsur dalam strategi pemasaran terpadu adalah strategi acuan dari bauran pemasaran yang merupakan strategi yang dijalankan perusahan, yang berkaitan dengan penentuan bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk pada sekmen tertentu.Bauran pemasaran terdiri dari himpunan variabel yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sasarannya.Variabel atau kegiatan tersebut perlu dikombinasikan dan dikoordinasikan oleh perusahaan seefektif mungkin. Dengan demikian perusahaan tidak hanya sekedar memliki kombinasi kegiatan atas yang terbaik saja, akan tetapi dapat mengkoordinasikan berbagai variabel *marketing mix* tersebut, untuk melaksanakan program pemasaran secara efektif.

Istilah Marketing Mix (Bauran Pemasaran) di perkenalkan pertama kali pada tahun 1953 oleh Neil Borden ketika memberikan kata sambutan pada the American Marketing Association (AMA), seorang pemasar terkemuka, E Jerome McCarthy, mengusulkan klasifikasi Empat P pada tahun 1960, yang telah dipergunakan secara luas diseluruh dunia. Elemen Empat P dalam Marketing Mix (Bauran Pemasaran).

Kita mendefinisikan Bauran Pemasaran sebagai perangkat alat pemasaran taktis yang dapat di kendalikan yang di padukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang di inginkan dalam pasar sasaran.Bauran pemasaran terdiri dari segala sesuatu yang dapat di lakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan

[29] Kotler dan Amstrong, *prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi XII (Jilid I; Jakarta: Erlangga, 2001), h. 71

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

produknya. Kemungkinan yang banyak itu dapat di golongkan menjadi empat variabel yang dikenal sebagai "empat P":

3. Product (produk) berarti kombinasi "Barang dan Jasa" yang dilakukan oleh oleh perusahaan kepada pasar sasaran.
4. Price (harga) adalah jumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk tadi.
5. Place (distribusi) termasuk aktivitas perusahaan untuk membuat produk tersedia bagi konsumen sasaran.
6. Promotion (promosi) berarti aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.

Program pemasaran efektif mencampurkan semua elemen bauran pemasaran ke dalam program terkoordinasi yang di rancang untuk mencapai sasaran [30]pemasaran perusahaan dengan menyerahkan nilai kepada konsumen.

Bauran pemasaran membentuk alat taktis perusahaan untuk memantapkan pemosisian yang kuat dalam pasar sasaran.Unsur Bauran Pemasaran Jasa :

1. Produk (product) Produk merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Yang perlu di perhatikan dalam produk adalah konsumen tidak hanya memberi fisik dari produk itu saja tetapi membeli manfaat dan nilai dari produk tersebut yang di sebut "the offer".Terutama produk jasa yang kita kenal tidak menimbulnya beralihnya kepemilikan dari penyedia jasa kepada konsumen.Yang di maksud dalam pembahasan produk jasa di sini adalah total produk. Total produk terdiri atas:

a. Produk inti (core produk), merupakan fungsi inti dari produk tersebut

[30]Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-dasar pemasaran principles of marketing 7e,* Jakarta: PT Prenhalindo, 1997.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

b. Produk yang di harapkan (expected product)

c. Produk tambahan (augmented product) d. Produk potensial (potential product)

Tiga unsur selain core product merupakan unsur yang potensial untuk di jadikan nilai tambah bagi konsumen sehingga produk tersebut berbeda dengan produk lain. Pemasar harus dapat mengembangkan nilai tambah dari produk nya selain keistimewaan dasarnya, supaya dapat di bedakan dan bersaing dengan produk lain, dengan kata lain memiliki citra tersendiri.[31]

Di dalam melakukan pengembangan suatu produk yang harus di lakukan oleh suatu bank adalah sebagai berikut:

a. Penentuan logo dan motto, logo merupakan ciri khas suatu bank sedang motto merupakan serangkaian kata-kata yang berisikan visi dan misi bank dalam melayani masyarakat yang menarik perhatian dan mudah di ingat.
b. Menciptakan merek, merek merupakan sesuatu untuk mengenalkan barang atau jasa yang di tawarkan biasanya berupa nama, istilah, dan simbol yang dapat menarik perhatian.
c. Menciptakan kemasan, kemasan merupakan pembungkus suatu produk yang lebih di artikan sebagai pemberian pelayanan atau jasa kepada nasabah seperti buku tabungan. d. Keputusan label, label merupakan sesuatu yang di lengketkan pada produk yang di tawarkan dan merupakan bagian dari kemasan yang menjelaskan siapa yang membuat, di mana, kapan, dan cara menggunakannya.

Untuk menerapkan strategi produk dalam hal ini bank perlu mengembangkan produk baru dengan langkah-langkah sebagai berikut:

[31]Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen pemasaran jasa edisi 2,* Jakarta: Salemba Empat, 2006, h. 71

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

a. Membangkitkan gagasan yaitu pencairan produk baru secara sistematis melalui berbagai sumber seperti pelanggan, pesaing, penyalur dan pemerintah.
b. Menyaring gagasan bertujuan untuk memilih yang terbaik dari sejumlah gagasan yang lebih baik dan menguntungkan.
c. Mengembangkan dan menguji konsep, pengujian konsep perlu di lakukan kepada sekelompok konsumen melalui beberapa pertanyaan menyangkut konsep yang di tawarkan.
d. Strategi pemasaran meliputi, penjualan dan laba yang di inginkan dan harga yang layak di masyarakat.
e. Analisis bisnis, melakukan analisis terhadap strategi pemasaran yang akan di lakukan nantinya.
f. Pengembangan produk, merupakan kelanjutan produk yang sudah di lalui yang dapat berupa gambar.
g. Pengujian pasar, bertujuan untuk mengetahui reaksi pasar terhadap produk yang akan atau yang sudah di luncurkan serta menguji penerimaan pasar yang sesungguhnya.
h. Komersialis, merupakan tahap akhir setelah pengujian positif mendapat tanggapan pasar[32]

2. Penentuan Harga (price)

Strategi penentuan harga (pricing) sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dan mempengaruhi citra produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. Penentuan harga juga berhubungan dengan pendapatan dan turut mempengaruhi penawaran atau saluran pemasaran.Akan tetapi hal terpenting adalah

[32]Kasmir,*Manajemen Perbankan, dikutip dari Tugas akhir Analis Marketing Mix pada produk BBA di BMT Al Hikma Ungaran Semarang*

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

keputusan dalam penentuan harga harus konsisten dengan strategi pemasaran secara keseluruhan.

Tempat dalam jasa merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan di mana lokasi yang strategis. Memilih lokasi yang baik merupakan keputusan yang penting, area yang di pilih haruslah mampu untuk tumbuh dari segi ekonomi sehingga ia dapat mempertahankan keberlangsungan toko semula dan toko-toko di masa mendatang. Lingkungan setempat dapat saja berubah setiap waktu, jika lokasi memburuk toko tersebut mungkin saja harus di pindahkan atau di tutup.

Dalam memilih lokasi tergantung dari keperluan lokasi tersebut. Terdapat paling tidak empat lokasi yang di pertimbangkan sesuai keperluan perusahaan, yaitu antara lain:

a. Lokasi untuk kantor pusat

b. Lokasi untuk pabrik

c. Lokasi untuk gudang

d. Dan kantor cabang

4. Strategi Promosi (Promotion)

Promosi adalah komunikasi dari pemasar yang menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kepada calon pembeli suatu produk dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respons. Ada empat macam saran promosi yang di gunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya :

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

a. Periklanan (advertising)

Periklanan merupakan salah satu bentuk dari komunikasi impersonal (impersonal communication) yang di gunakan oleh perusahaan barang atau jasa. Peranan periklanan dalam pemasaran jasa adalah untuk membangun kesadaran (awareness) terhadap keberadaan jasa yang di tawarkan, menambah pengetahuan konsumen tentang jasa yang di tawarkan, membujuk calon konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa tersebut, dan membedakan diri perusahaan satu dengan perusahaan lain yang mendukung positioning jasa.

Penggunaan promosi pada iklan dapat di lakukan dengan berbagai media seperti pemasangan billboard di jalan-jalan strategis, pencetakan brosur baik di sebarkan di setiap cabang atau pusat-pusat perbelanjaan, pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang strategis melalui koran, majalah, radio dan media lainnya.

Tujuan penggunaan dan pemilihan media iklan dalam penggunaan media promosi adalah untuk memberitahukan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan jasa bank yang di miliki oleh suatu bank, untuk mengingat kembali kepada nasabah tentang keberadaan atau keunggulan jasa bank yang di tawarkan, untuk menarik perhatian dan minat para nasabah baru serta mempengaruhi nasabah saingan agar berpindah ke bank kita.

b. Promosi penjualan (sales promotion)

Promosi penjualan adalah semua kegiatan yang di maksudkan untuk meningkatkan nilai barang atau jasa dari produsen sampai pada penjualan kahirnya.Pont of sales promotion terdiri atas brosur, lembar informasi dan lain-lain.Atau di sebut dengan alat jangka pendek yang di gunakan untuk merangsang peningkatan permintaan

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

secepatnya.Di samping promosi lewat iklan, promosi lainnya dapat di lakukan melalui promosi penjualan atau sales promotion.

c. Penjualan pribadi (personel selling)

Dalam dunia perbankan, penjualan pribadi secara umum di lakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari cleaning service, satpam sampai pejabat bank.Secara khusus personel selling di lakukan oleh petugas customer service yang merupakan setiap kegiatan yang di peruntukan atau di tunjukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.

Penjualan perseorangan mempunyai peranan yang penting dalam pemasaran jasa, karena :

1. Interaksi secara personal antara penyedia jasa dan konsumen sangat penting
2. Jasa tersebut di sediakan oleh orang bukan oleh mesin
3. Orang merupakan bagian dari produk jasa

Sifat penjualan perorangan dapat di katakan luwes karena tenaga penjualan dapat secara langsung menyesuaikan penawaran penjualan dengan kebutuhan dan perilaku masing-masing calon pembeli.Selain itu tenaga penjualan juga dapat segera mengetahui reaksi calon pembeli terhadap penawaran penjualan, sehingga dapat mengadakan penyesuaian di tempat ada saat itu juga.

d. Informasi dari mulut ke mulut (word of mouth)

Dalam hal ini peranan orang sangat penting dalam mempromosikan jasa.Pelanggan sangat dekat dengan penyampaian jasa. Dengan kata lain pelanggan tersebut akan berbicara kepada pelanggan lain yang akan berpotensial tentang pengalamannya dalam menerima jasa tersebut, sehingga informasi dari mulut ke mulut ini sangat besar pengaruhnya dan dampaknya terhadap pemasaran jasa di bandingkan dengan

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

aktivitas komunikasi lainnya. Pemasar dapat memilih sarana yang di anggap sesuai untuk mempromosikan jasa mereka. Ada beberapa faktor yang harus di perhatikan dalam promosi, yaitu :

1. Identifikasi terlebih dahulu audiens targetnya hal ini berhubungan dengan segmentasi pasar

2. Tentukan tujuan promosi: apakah untuk menginformasikan, memengaruhi atau mengingatkan 3. Kembangkan pesan yang di sampaikan hal ini berhubungan dengan isi pesan (apa yang harus di sampaikan), struktur pesan (bagaimana menyampaikan pesan pesan secara logis), gaya pesan (ciptakan bahasa yang kuat), sumber pesan (siapa yang harus menyampaikannya).

2.2.3 Teori Manajemen Syariah

1. Pengertian Manajemen Syariah

Manajemen dalam bahasa arab disebut dengan *idah*. Idarah diambil dari *perkataan adartasy-syai'a* atau perkataan '*adarta bihi* juga dapat didasarkan pada kata ad-dauran. Pengamat bahasa menilai mengambil kata yang kedua yaitu : ' *adarta bihi*, itu lebih cepat. Oleh karena itu, dalam *Elias'Modern Dictionary English Arabic* kata managemen, sepadan dengan kata tadbir, idarah, siyasah dan qiyadah dalam bahasa arab. Dalam alqur'an dari tema-tema tersebut, hanya ditemui terma tadbir dalam berbagai derivasinya.Tadbir adalah bentuk masdar dari kata kerja dabbara, *yudabbiru, tadbiran* berarti penertiban, pengaturan, pengurusan, perencanaan dan persiapan.Secara istila, sebagian pengamat mengartikannya sebagai alat untuk meralisaiakan tujuan umum. Oleh karena itu, mereka mengatakan bahwa idarah (manajemen) itu adalah suatu aktivitas khusus menyangkut kepemimpinan, pengarahan, pengembangan personal, perencanaan, dan pengawasan terhadap

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

pekerjaan-pekerjaan yang berkenaan dengan unsure-unsur pokok dalam suatu proyek.[33]

Dalam al-qur'an, terdapat makana manajemen di Q.S Yunus/10: 3,

إِنَّ رَبَّكُمُ ٱللَّهُ ٱلَّذِى خَلَقَ ٱلسَّمَـٰوَٰتِ وَٱلْأَرْضَ فِى سِتَّةِ أَيَّامٍ ثُمَّ ٱسْتَوَىٰ عَلَى ٱلْعَرْشِ يُدَبِّرُ ٱلْأَمْرَ مَا مِن شَفِيعٍ إِلَّا مِنۢ بَعْدِ إِذْنِهِۦ ذَٰلِكُمُ ٱللَّهُ رَبُّكُمْ فَٱعْبُدُوهُ أَفَلَا تَذَكَّرُونَ ﴿٣﴾

Terjemahnya:

> Sesunggunya tuhan kamu Allah yang menciptakan langit dan bumi dalm enam masa, kemudian dia bersemayan diatas 'Arasyi untuk mengatur segala urusan.Tidak ada yang dapat member safa'at kecuali setelah ada izin-Nya, itulah Allah, Tuhanmu, Maka sembahlah dia. Apakah kamu tidak mengambil pelajaran?[34]

Menurut ibnu katsir, bunyi ayat "dan siapah yang mengatur segalah yang mengatur segala urusan?" adalah dzat yang ditangan-Nyalah kekuasan segala perkara yang melindungi dan bukan yang dilindungi. Dialah pengelola yag maha bijaksana dan tidak ada pihak yang mampu menolak ketetapan-Nya. Sedangkan bunyi "Dia mengatur seluruh mahluk, dan tidak ada suatu urusanpun yang menyembukkan-Nya sehingga dial alai terhadap prkara yang lain.

Yudabbir al-amr pada ayat di atas menunjukkan penjelasan bahwa Allah menguasai kerajaannya dengan sempurna; mematikan dan menghidupkan, mengadakan dan meniadakan, mengkayakan dan memiskinnkan serta menurunkan wahyu kepada siapapun yang dia kehendaki di antara para hambanya sehingga

[33] Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, edisi revisi (Yogyakarta: UPP AMP YKPM, 2005), h. 175-176 .

[34] Alquran dan terjemahnya. h. 208

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

menurut AL Maraghi kalimat yudabbir al-amri dimaknai mengatur urusan dengan bijaksana.[35]

2. Prinsip Manajemen Syariah

Manajemen syariah adalah ilmu dalam mengatur, memgelola, mengawasi dan mengevaluasi sumber daya yang dimiliki untuk melakukan sebuah proses dengan tujuan mancapai cita-cita bersama dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah, adapun prinsip-primsip manajemen syariah adalah sebagai berikut :

a. Amar Ma'ruf Nahi Munkar

Dalam kehidupan, seorang muslim wajib melakukan perbuatan ma'ruf yakni perbuatan yang disukai oleh Allah swt. sikap seorang muslim harus diiringi oleh ketauhidan sehingga perbuatan yang dilakukan dapat membawa maslahah kepada sesame. *Ma'aruf* dalam hal ini menyangkut seluruh perbuatan terpuji seperti : sikap tolong-menolong, meningkatkan keadilan, berbuat baik kepada sesame, meningkatkan kesejahteraan karyawan dan masyarakat, mengerjakan pekerjaan sebaik mungkin dan sebagainya. Sedangkan munkar adalah perbuatan tercela yang haram hukunya untuk dilakukan karena akan membawaefek buruk kepada orang lain maupun diri sendiri seperti : korupsi, kriminal, pedofilia, suap-menyuap, pemborosan dan sebagainya.

1) Kewajiban Menegakkan Kebenaran

Kebenaran merupakan hal yang mutlak untuk ditegakkan.Manajerial yang baik membutuhkan suatu kebenaran dalam prosesnya, darinya dibutuhkan keahlihan berdasarkan bidangnya sehingga dapat terlaksana dengan baik. Selain itu, kebenaran juga seharusnya timbul dari rohanoah seseorang, sebab kebenaran tak akan berguna

[35] Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, edisi revisi (Yogyakarta: UPP AMP YKPM, 2005), h. 177

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

jika tidak ditegakkan. perintah untuk menegakkan kebenaran telah menjadi aturan ilahi yang wajib dilakukan oleh tiap muslim. Allah swt.berfirman dalam QS. An-Nisa/4 : 58.[36]

۞ إِنَّ ٱللَّهَ يَأۡمُرُكُمۡ أَن تُؤَدُّواْ ٱلۡأَمَٰنَٰتِ إِلَىٰٓ أَهۡلِهَا وَإِذَا حَكَمۡتُم بَيۡنَ ٱلنَّاسِ أَن تَحۡكُمُواْ بِٱلۡعَدۡلِۚ إِنَّ ٱللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُم بِهِۦٓۗ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ سَمِيعَۢا بَصِيرٗا ٥٨

Terjemahnya:

> Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil.Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu.Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.[37]

2) Kewajiban Menegakkan keadilan

Semua perbuatan harus dilakukan dengan adil, baik dalam bertindak, berucap, menimbang maupun dalam memberikan sanksi.Wujud keadilan dalam manajerial dapat dilakukan dengan memberikan bonus terhadap karyawan yang lalai dalam pekerjaan.

3) Kewajiban Menyampaikan Amanah

Sebagai mahluk sosial yang membutuhkan mahluk lainnya, kita dituntut untuk menyampaikan amanah kepada pihak yang berhak menerimanya sebagaimana telah ditujukan oleh pemberi amanah.Amanah bukan hanya wasiat ataupun nasihat, tetapi juga termasuk hutang piutang.Dalam organisasi, seorang manajer pemegang amanah terbesar. Manajer keuangan memegang dana dari pihak investor yang diamanahkan kepadanya untuk dikelola dengan baik dan jangan menyalahgunakannya. Ketika mendapat keuntungan akan sama-sama dibagi, namun ketika tidak mendapat

[36] Departemen Agama RI, *al-Qur'an per kata Warna* (Bandung: Cordoba, 2015), h. 87.
[37] Alquran dan Terjemahan, h. 87

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

keuntungan akan sama-sama dibagi, namun ketika tidak mendapat keuntungan sama-sama merugi, ini juga merupakan serangkaian prinsip keadilan selama beralan sesuai aturan syariat islam.

Dengan demikian, manajemen syariah sebenarnya sejalan dengan prinsip manajemen pada umumnya.Dalam pengelolaan organisasi manapun tentu memberikan kualifikasi seperti yang tertuang di dalam manajemen syariah.Secara aturan, Al-Qur'an telah mengatur semuanya sedemikian baik, tinggal bagaimana manusia yang menjalaninya.

3. Fungsi-fungsi manajemen syariah

Menurut George R. Terry ada empat fungsi dasar manajemen syaraiah dimana keempat fungsi manajemen ini disingkat menjadi POAC yaitu: planing (perencanaan), organizing (pengorganisasian), actuating (pelaksanaan), dan controlling (pengawasan).

a. Planing (perencanaan)

Perencanaan adalah pemilih fakta dan penghubungan fakta-fakta seta pembuatan dan penggunaan perkiraan-perkiran atau asumsi-asumsi untuk masa yang akan datang dengan jalan menggambarkan dan merumuskan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai hasil yabg diinginkan.

b. Organizing (Pengorganisasian)

Pengorganisasian ialah penuntuan, pengelompokan, dan penyusunan macam-macam kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan, penemptan orang-orang (pegawai), terhadap kegiatan-kegiatan ini, penyediaan faktor-faktor fisik yang cocok bagi keperluan kerja dan penunjukkan hubungan wewenang, yang dilimpahkan

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

terhadap setiap orang dalam hubungannya dengan pelaksanaan setiapkegiatan yang diharapkan.

Terry juga menegemukakan tentang azas-asaz organizing, sebagai berikut yaitu :

1) The objective atau tujuan
2) Departemen atau pembagian kerja
3) Assign the personel atau penempatan tenaga kerja
4) Authority and Responsibility atau wewenang dan taggung jawab
5) Delegation of authority atau pelimpahan wewenang

c. Actuating (pelaksaan/penggerakan)

Pengerakan adalah membangkitkan dan mendorong semua anggota kelompok agar supaya berkehendak dan berusaha dengan perencanaan dan usaha-usaha pengorganisasian dari pihak pimpinan.

Faktor-faktor tang dipengaruhi untuk penggerakan yaitu :

1) Leadership (kepemimpinan)
2) Attitud and morale (sikap dan moril)
3) Commication (komunikasi)
4) Incentive (perangsang)
5) Supervision (supervisi)
6) Discipline (disiplin)

b. Controlling (pengawasan)

Pengendalian (controling) adalah salah satu fungsi manajemen yang merupakan pengukuran dan korelasi semua kegiatan di dalam rangka memastikan bahwa tujuan-tujuan dan rencana-rencana organisasi dapat terlaksana dengan baik.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Terry mengemukakan proses pengawasan sebagai berikut, yaitu :

1) Determining the standard or basis for control (menentukan standar atau dasar bagi pengawasan)
2) Measuring the performance (ukuran pelaksanaan)
3) Comparing performance with the standard and ascerting the difference, it any (bandingkan pelaksanaan dengan standar dan temukan jika ada perbedaan)
4) Correting the deviation by means of remedial action (perbaiki penuimpangan dengan cara-cara tindakan yang tepat).[38]

Pengawasan dapat dirumuskan sebagai proses penentuan apa yang harus dicapai yaitu standard, apa yang sedang dilakukan yaitu pelaksanaan, menilai pelaksanaan, dan bilaman perlu melakukan perbaikan-perbaikan, sehimgga pelaksanaan sesuai dengan rencana, yaitu selaras dengan standard (ukuran).

4. Tujuan Manajemen Syariah

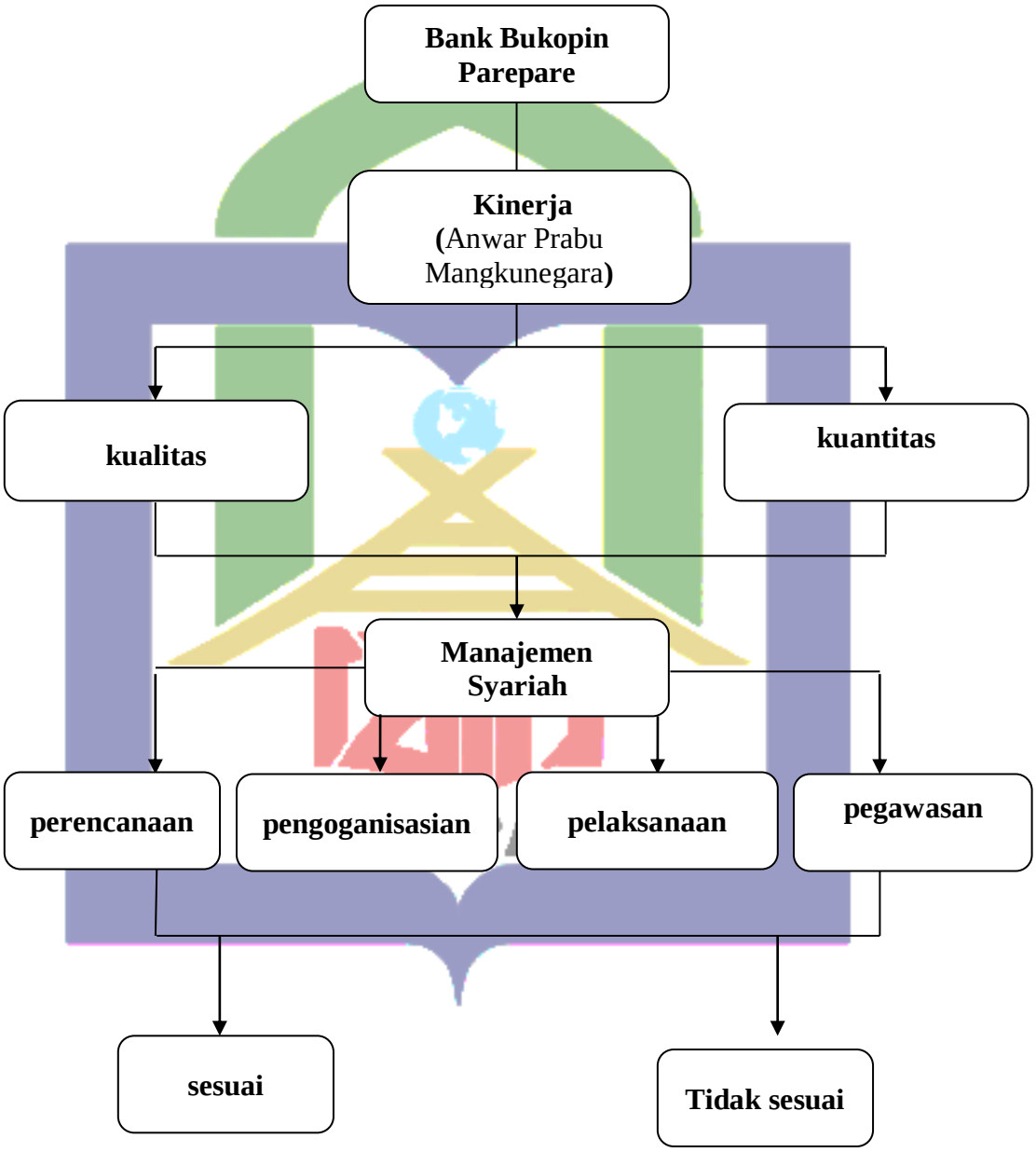
Semua organisasi,baik termasuk badan usaha swasta, badan yang bersifat publik ataupun lembaga-lembaga sosial kemasyarakatan tertentu mempunyai suatu tujuan tersendiri yang merupakan motivasi dari pendirinya. Manajemen dalam suatu badan, baik industri, niaga dan jasa didorong oleh motif pendapatan keuntungan (profit). Untuk mendapatkan keuntungan yang besar, manajemen haruslah deselenggarakan dengan efisien.[39] Jadi manajemen syariah yaitu suatu pengelolaan untuk memperoleh hasil optimal yang bermuara pada pencairan keridhoan Allah.

[38]*http://digilib.unila.ac.id/972/9/Bab%20II.Pdf diakses* (7 Desember 2018)
[39]Muhammad,"*Manajemen Bank Syariah*", H. 193.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

2.3 Kerangka Pikir

Secara sederhana untuk mempermudah penelitian ini, peneliti membuat bagan kerangka piker sebagai berikut:



CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, dimana penelitian ini dilakukan di kota Parepare. Penelitian ini dilakukan dengan mengangkat data-data yang ada dilapangan mengenai hal-hal yang diteliti, yaitudengan menganalisa kinerja tenaga marketing pada Bank Bukopin Parepare.Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif artinya data yang dikumpulkan bukan berupa angka-angka, melainkan data tersebut berasal dari lapangan yang dikumpulkan menggunakan naskah wawancara dan catatan hasil penelitian dilapangan, sehingga tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah ingin menggambarkan realita empirik dibalik fenomena secara mendalam, rinci dan tuntas.Penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat gambaran secara sistematik, faktual danakurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.[40]

Penelitian kualitatif yang peneliti maksudkan adalah penelitian yang menggambarkan mekanisme dalam membahasdan meneliti bagaimanakah kinerja marketing bank bukopin parepare menurut manajem syariah. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengklarifikasi dan mengeksplorasi mengenai suatu fenomena yang terjadi atau kenyataan dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkaitan dengan masalah dan unit yang akan diteliti. Dimana yang dimaksud adalah menjelaskan tentang bagaimana kinerja marketing bank bukopin parepare menurut analisis manajemen syariah.

[40]Moh Nazir, *Metode penelitian (*Bogor: Ghalia indonesia, 2003), h.54.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini beralokasi di bank bukopin parepare, Sulawesi Selatan. Adapun alasan pemilihan lokasi ini adalah: dikarenakan kurangnya peminat bank bukopin di parepare. Dimana bank bukopin merupakan salah satu bank yang menyalurkan pembiayaan untuk usaha ekonomi.

3.3 Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada tenaga marketing bank bukopin parepare bagaimana kinerja marketing bank bukopin parepare. Guna mendalami fokus tersebut penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif dipilih karena fenomena yang diamati perlu pengamatan terbuka, lebih mudah berhadapan dengan realitas, kedekatan emosional antara peneliti dan informan sehingga didapatkan data yang mendalam.Penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk mengeksplorasi kekhasan pengalaman seseorang ketika mengalami suatu fenomena sehingga fenomena tersebut dapat dibuka dan dipilih sehingga dicapai suatu pemahaman yang ada.Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi.Fenemonologi dipilih karena didalamnya peneliti mengidentifikasi tentang suatu fenomena tertentu, serta mengharuskan peneliti mengkaji subjek dengan terlibat langsung untuk mengembangkan pola dan relasi yang bermakna.

3.4 Jenis dan Sumber Data yang Digunakan

Dalam penelitian ini digunakan dua sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.[41]

[41]Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), h.130.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

3.4.1 Data Primer

Merupakan data yang diperoleh langsung dari informan atau objek yang diteliti atau ada hubungannya dengan objek yang diteliti.Data primer dapat diperoleh melalui wawancara.[42]Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari lapangan atau lokasi penelitian yaitu Bank Bukopin parepare melalui interview dengan tenagah marketing bank bukopin parepare. Dilakukan untuk mempermudah dalam mendefinisikan suatu data yang kemudian diolah dalam melakukan analisis data.Data primer dalam penelitian ini adalah data tentang tenagah marketing bank bukopin pareparae analisis manajemen syariah.

3.4.2 DataSekunder

Merupakan data yang telah lebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang atau instansi diluar dari peneliti sendiri.[43]Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui berbagai data dari catatan-catatan, dokumen, laporan, artikel-artikel dari internet serta berbagai referensi mengenai kinerja tenagah marketing bank bukopin parepare analisis manajemen syariah.

Data sekunder dalam penelitian ini adalah data tentang kinerja marketing bank bukopin parepare analisis manajemen syariah dari buku, artikel, jurnal, internet dan skripsi terdahulu.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini digunakan teknik berikut:

[42] Danang Sunyoto,*Metode dan Instrumen Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta:CAPS, 2013), h. 27.

[43]Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h. 57.

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

3.5.1 Observasi

Observasi atau pengamatan adalah alat atau pengumpulan data yang digunakan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki.[44] Teknik observasi dengan cara peneliti melibatkan diri pada kegiatan yang dilakukan oleh subjek. Dalam penelitian ini penulis melakukan observasi secara langsung tentang kinerja tenagah marketing bank bukopin parepare menurut analisis manajemen syariah.

3.5.2 Wawancara

Wawancara (interview) merupakan salah satu bentuk teknik pengumpulan data yang banyak digunakan dalam penelitian deskriptif kualitatif dan kuantitatif.[45] Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan cara wawancara langsung baik secara struktur maupun bebas dengan tenagah marketing bank bukopin parepare tentang bagaimana kinerja marketing menurut manajemen syariah.

3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data yang yang tidak langsung ditunjukan pada subjek penelitian, namun melalui dokumen.[46] Studi dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.Pengumpulan data yang dilakukan dengan teknik dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data yang didukung dari data sekunder yang berkaitan dengan kinerja tenagah marketing bank bukopin Parepare analisis manajemen syariah.

---

[44]Cholid Narbuko, *Metode Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), h. 70.

[45] Danang Sunyoto, *Metode dan Instrumen Penelitian Ekonomi danBisnis,*(Yogyakarta:CAPS, 2013), h. 53.

[46]M. Iqbal Hasan, *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), h. 87.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.[47]

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan, dan setelah selesai dilapangan analisis data kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan pola hubungan tertentu atau menjadi hipotesis.[48]Dalam menganalisis data yang penulis kumpulkan maka digunakan metode analisis data yang tertitik tolak dari hal-hal yang khusus kemudian ditarik kesimpulan secara umum.Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisa data yang bersifat kualitatif, yaitu mendeskripsikan data yang diperoleh melalui instrumen penelitian.

Analisis data adalah proses penyusunan data agar dapat ditafsirkan.[49]

Analisis data ini sendiri dilakukan dalam tiga cara yaitu:

3.6.1 Interpretasi data

Interpretasi data dalam penelitian kualitatif adalah suatu deskripsi dan ungkapan yang mencoba untuk menggali pengetahuan tentang sebuah data atau peristiwa melalui pemikiran yang lebih mendalam.

---

[47]Kaelan, *Metode Penelitian Agama Kualitatif Interdisipliner* (Yogyakarta: Paradigma, 2010),h. 335.

[48]Kaelan, *Metode Penelitian Agama Kualitatif Interdisipliner*, h.336.

[49]Kaelan, *Metode Penelitian Agama Kualitatif Interdisipliner*, h. 103.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

3.6.2 Trianggulasi Data

Trianggulasi sumber data adalah menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data.Misalnya, selain melalui wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan observasi terlibat, dokumen tertulis, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto. Tentu masing-masing cara itu akan menghasilkan bukti atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti.

3.6.3 Presentasi Data

Presentsi data adalah sekumpulan informasi yang dihasilkan dari observasi, wawancara, dan dokumentasi dikumpulkan sehingga tersusun yang memberi kemungkinan untuk menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan, yang disajikan anatara lain dalam bentuk teks naratif, matriks, jaringan dan bagan. Data yang telah ditelitiselanjutnya dipaparkan. Pemaparan dilakukan sesuai hasil analisa (pengamatan) yang telah dilakukan.

PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil dan Pembahasan

Jumlah marketing pada Bank Bukopin Parepare berjumlah 27 orang adapun tingkat suku bunga yang ada di Bank Bukopin Parepare tergantung pada jumlah kredit dan jangka waktu yang di ambil, jika jumlah kredit yang diambil sebesar Rp.25.000.000 – Rp. 100.000.000 dalam jangkah waktu 12 bulan maka suku bunga sebesar 1,58%

Data hasil penelitian dalam penelitian ini adalah dari hasil wawancara mendalam dengan teknik wawancara semi testruktur. Dimana informan yang terlibat dalam penelitian ini adalah staff AO sales yang telah di pilih oleh pihak bank bukopin. Untuk mengetahui kinerja tenaga marketing Bank Bukopin Parepare (Analisis Manajemen Syariah).

Lutfi, staff AO sales Bank Bukopin Parepare, merupakan karyawan bidang pemasaran Bank Bukopin Parepare, beliau telah bekerja selama 4 tahun merupakan informan peneliti.

Untuk mengetahui kinerja tenaga marketing bank bukopin parepare (analisis manajemen syaraih) dilakukan wawancara yang mendalam terhadap informan yang menjadi karyawan bank bukopin parepare, apabila mencakup 2 hal sebagai berikut:

4.2.1 Kualitas Kerja Tenaga Marketing Bank Bukopin Parepare.

Merujuk pada penjelasan dari judul penelitian yang akan diteliti bahwa kinerja menurut mangkunegara hal pertama yang harus dipenuhi adalah kualitas kerja dimana taraf atau tingkat baik buruknya karyawan dalam melakukan pekerjaannya. Adapun indikator atau parameter yang penelitigunakan adalah :

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

1. Kerapian kerja dan ketelitian kerja atau tingkat kesalahan dalam menyelesaikan pekerjaan.

Kerapian dan ketelitian kerja adalah hasil kerja karyawan sesuai denagan kemampuan masing-masing karyawan selama mengerjakan tugas-tugasnya dalam mencapai target kerja yang maksimal. Karyawanperlu memperhatikan masalah kerapian kerja dan ketelitian kerja. Berdasarkan hasil penelitian wawancara dengan pihak marketing pada Bank Bukopin Parepare tentang kerapian kerja dan ketelitian kerja yang digunakan Bank Bukopin Parepare :

> " Iya harus karena sebelum di serahkan kepada bagian lain saya sering meneliti kembali biasa sampai dua atau tiga kali agar tidak terjadi kesalahan dan menghemat waktu" [50]

Jadi dapat disimpulkan melalui hasil wawancara dengan informan bahwa sebelum tugas diserahkan kepada bagian lain harus meneliti kembali supaya menghemat waktu dan menguragi kesalahan yang akan terjadi.

Selain itu, melalui hasil wawancara dengan informan mengenai ketelian dan kerapian kerja. Berdasarkan hasil wawancara tersebut di peroleh :

> "Sangat dibutuhkan karena dengan adanya ketelitian dan kerapian kerja dapat mempemudah kinerjaku"[51]

Melalui wawancara tersebut, penulis melihat bahwa salah satu cara untuk meningkatkan kinerja tenaga marketing adalah dengan adanya ketelitian dan kerapian kerja. Melalui ketelian dan kerapian kerja yang diterapkan oleh marketing Bank Bukopin parepare merupakan salah satu salah satu cara untuk mempermudah kinerja marketing.

---

[50] Lutfi, kota parepare, *wawancara* oleh penulis di Bank Bukopin Parepare, 31 oktober 2019.
[51] Lutfi, kota parepare, *wawancara* oleh penulis di Bank Bukopin Parepare, 31 oktober 2019.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Selain itu, melalui hasil wawancara dengan informan tentang merapikan kembali peralatan kerja setelah di gunakan. Berdasarkan hasil wawancara tersebut diperoleh :

> " Iya, suapaya mempermudah saya untuk menemukan peralatan tersebut apabila saya memerlukannya kembali dan supaya ruang kerja saya terlihat rapi, jadi saya selalu menpatkan peralatan sesuai dengan bagian-bagiannya"[52]

Jadi dapat disimpulkan bahwa kareapian dan ketelitian kerja adalah hasil kerja karyawan sesuai denagan kemampuan masing-masing karyawan selama mengerjakan tugas-tugasnya dalam mencapai target kerja yang maksimal. Karyawanperlu memperhatikan masalah kerapian kerja dan ketelitian kerja. Karena sudah sifat dasar dari seorang karyawan adalah ingin mengaktualisasikan dirinya dalam lingkup perusahannya. Budaya inilah yang perlu dijaga oleh perusahaan agar dapat meminimalisir kesalahan dan menghemat waktu dalam pekerjaan. Dari hasil penelitann

Yang telah dilakukan oleh penelititan tentang kerapain kerja dan ketelitian kerja atau tingkat kesalahan dalam menyelesaiakan pekerjaannya bahwa informan cukup sering memperhatikan ketelitian dan kerapian kerja untuk meminimalisir kesalahan dan sudah cukup bagus, kareana karyawan sudah cukup sering melakukan pekerjaan dengan penuh ketelitian dan selalu teliti dalam melaksanakan tugas pekerjaanya. Contoh konkretnya setiap karyawan menyelesaikan pekerjaanya selalum meneliti kembali hasil pekerjaanya sebelum diserahkan kebagian lain, dan selalu merapikan kembali peralatan atau dokumen kerja setelah selesai dipakai. Hal ini dilakukan karena marketing ingin agar hasil pekerjaanya memiliki kualitas yang bagus dan dapat menghemat waktu pekerjaan, karena apabila terdapat kesalahan dalam hal

[52]Lutfi, kota parepare, *wawancara* oleh penulis di Bank Bukopin Parepare, 31 oktober 2019.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

tersebut, maka pekerjaan tersebut harus diulang kembali sehingga dapat memperlambat pekerjaan.

2. Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan dengan memperhatikan kemampuan nasabah. Sistem Pelayanan Prima sangat berperan penting dalam mempertahankan nasabah. Karena Sistem Pelayanan Prima yang diberikan oleh karyawan marketing akan memberikan kepuasan nasabah. Bank juga harus menjaga citra positif dimata para nasabahnya atau masyarakat sekitar. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan tentang kepuasan pelanggan :

> "Wajib baik dan ramah karena selain menjual produk instansi juga menjual pelayanan. Kewajiban itu untuk melayani masyarakat. Jadi harus memang ki ramah jadi itu filosofinya,jadi apapun itu harus ki tetap ramah."[53]

Melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada informan diperoleh bahwa bersikap ramah kepada nasabah merupakan kewajiban supaya dapat meningkatkan jumlah nasabah. Hal serupa juga diperoleh melalui wawancara peneliti dengan informan mengenai pemberian pelayanan yang baik kepada nasabah sehingga nasabah puas :

> " Iya, karena kita harus melayani nasabah dengan sebaik mungkin senhingga mereka merasa puas dengan pelayanan yang kita berikan sehingga mereka sehingga mereka akan kembali menggunakan jasa bank Bukopin"[54]

Melalui wawancara tersebut, peneliti melihat bahwa dengan adanya pelayanan yang baik akan memberikan keuntungan bukan hanya bagi nasabah tetapi juga Bank. Keuntungan yang dimilki nasabah adalah mendapat pelayanan dengan sebaik

[53]Lutfi, kota parepare, *wawancara* oleh penulis di Bank Bukopin Parepare, 31 oktober 2019.
[54]Lutfi, kota parepare, *wawancara* oleh penulis di Bank Bukopin Parepare, 31 oktober 2019.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

mungkin. Keuntungan yang dimilki oleh pihak bank adalah kembalinya nasabah menggunakan jasa Bank. Kemudian hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan informan tentang pemberian pelayanan yang sama kepada nasabah :

> "Semua nasabah kita berikan pelayanan yang sama Cuma ada namanya nasabah prioritas, nasabah prioritas itu nasabah yang memiliki saldo mengendap selama satu tahun terakhir minimal 250 juta"[55]

Jadi dapat disimpulkan bahwa bank bukopin dalam melayani nasabah sudah termasuk sangat baik karena menurut mereka selain menjual produk instansi juga menjual pelayanan yang menurutnya itu kewajiban. Sistem Pelayanan Prima sangat berperan penting dalam mempertahankan nasabah. Karena Sistem Pelayanan Prima yang diberikan oleh karyawan marketing akan memberikan kepuasan nasabah. Bank juga harus menjaga citra positif dimata para nasabahnya atau masyarakat sekitar. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk maupun pelayanan yang baik serta keamanan. Untuk meningkatkan citranya, bank perlu menyiapkan karyawannya untuk mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya.

Prosedur standard pemberian Pelayanan Prima yang harus dijalankan dengan baik oleh seorang marketing dalam memberikan pelayanan kepada nasabah di Bank Bukopin Parepare. Mulai dari cara melayani tamu dengan baik dan penuh perhatian, menanggapi complain dengan bijaksana, merespon telepon masuk dengan benar. Etikat pelayanan harus dilakukan oleh semua komponen agar pelayanan yang diberikan benar benar sempurna. Di dalam Bank Bukopin Parepare tugas dan wewenang seorang marketing yaitu memberikan pelayanan dan informasi tentang segala kebutuhan nasabah yang berkaitan dengan semua produk dan jasa yang

[55]Lutfi, kota parepare, *wawancara* oleh penulis di Bank Bukopin Parepare, 31 oktober 2019.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

dimiliki Bank Bukopin Parepare. Semua ini tidak terlepas dari tugas-tugas yang diemban oleh karyawan marketing pada Bank Bukopin Parepare.

1. Seberapa baik seorang karyawan mengerjakan apa yang seharusnya dikerjakan

Penilaian kinerja karyawan yang bagus tidak hanya dilihat dari hasil yang dikerjakannya, namun juga dilihat dari proses karyawan tersebut dalam menyelesaikan pekerjaannya. Kinerja merupakan hasil kerja, hasil dari keseluruhan proses seseorang dalam mengerjakan tugasnya. Melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti, diperoleh bahwa cara marketing Bank Bukopin Parepare bekerja sesuai dengan target yang telah ditentukan :

> "Tergantung dari kreativitas karyawan biasanya ada yang menyelesaikan target di awal sampai akhir ada juga yang menyelesaikan di akhir untuk menutupi keterlambatannya di awal"[56]

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, peneliti melihat bahwa cara tenaga marketing Bank Bukopin Parepare melakukan pekerjaan sesuai dengan target yang telah ditentukan oleh pihak Bank tergantung dengan kreativitas kayrawan masing-masing.

Kemudian peneliti menanyakan pertanyaan selanjutnya tentang cara menyelesaikan pekerjaan secara sendiri.

> "Tidak bisa sendiri karena kita butuhkan orang lain untuk mengerjakan kelanjutan dari pekerjaanta, contohnya kredit harus bertahap orang kerjakan sampai dana cair"[57]

Sehingga dapat disimpulkan bahwa cara karyawan marketing menyelesaikan terget ada dua cara yaitu dengan dengan mengerjakan target di awal untuk menutupi

[56]Lutfi, kota parepare, *wawancara* oleh penulis di Bank Bukopin Parepare, 31 oktober 2019.
[57]Lutfi, kota parepare, *wawancara* oleh penulis di Bank Bukopin Parepare, 31 oktober 2019.

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

targetnya beberapa bulan ke depan dan ada juga yang menyelesaiakannya di akhir untuk menutupi keterlambatannya.Target selalu dibutuhkan dalam dunia kerja, tanpa target maka arah dan tujuan perusahaan menjadi tidak jelas. Target yang diberikan pada karyawan faktanya justru memberi banyak manfaat. Di antaranya membuat kerja karyawan lebih cepat, ritme kerja lebih teratur, belajar lebih bertanggung jawab, dan membuat sebuah tim menjadi lebih efektif dalam bekerja. Bayangkan jika Anda menjalankan perusahaan tanpa memiliki target, maka semua pekerjaan akan dilakukan asal-asalan dan tidak memberikan efek positif pada karyawan.Target juga dibuat bukan hanya untuk penyemangat kerja, namun juga sebagai tujuan yang harus dicapai apapun caranya.

Dalam sebuah instansi khususnya di bank bukopin dalam menyelesaikan pekerjaan harus dilakukan bertahap terkhusus bagian kredit.Sebuah perusahaan akan berjalan dengan baik dan mengalami berbagai peningkatan kualitas sumber daya manusia dan juga keuntungan perusahaan secara finansial jika terdapat suatu kerja sama tim yang saling bersinergi di dalamnya.

Jadi berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa indikator kualitas kerja dilihat dari hasil karyawan atau output yang dihasilkan karyawan pada bank bukopin selalu memiliki hasil yang mencapai target perusahaan serta puas dengan hasil pekerjaan yang mereka capai jadi karyawan selalu melakukan pekerjaan dengan sebaik-baiknya.

4.2.2 Kuantitas Kerja Tenaga Marketing Bank Bukopin Parepare.

Merujuk pada penjelasan dari judul penelitian yang akan diteliti bahwa kinerja menurut mangkunegara hal kedua yang harus dipenuhi adalah kuantitas kerja dimana

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

jumlah kerja yang dilaksanakan oleh seseorang dalam suatu periode tertentu.Adapun indikator atau parameter yang penelitigunakan adalah :

1. Kemampuan karyawan dalam menyelesaiakan sejumlah hasil tugas hariannya.

Agar dapat mengerjakan tugas harian ataupun tanggung jawab secara disiplin, Anda harus memiliki kemampuan manajemen yang baik. Tanpa kemampuan tersebut, bukan tidak mungkin Anda akan merasa kesulitan untuk merampungkan tugas-tugas tersebut.Manajemen waktu bagi para karyawan ini sangat penting, karena mereka adalah manusia yang terkadang bisa mengalami stres tertentu saat mendapat tekanan dalam bentuk pekerjaan yang banyak yang harus cepat selesai. Melalui wawancara yang dilakukan peneliti kepada informan diperoleh :

"Soal cepat tergantung dari masing-masing"[58]

Melalui wawancara tersebut, cara marketing Bank Bukopin Parepare dalam menyelesaikan tugas hariannya dengan cepat tergantung darimasing-masing karyawan.

Kemudian peneliti menanyakan pertanyaan selanjutnya tentang cara menyelesaikan beberapa tugas dalam kurun waktu yang cukup singkat dan bagaimana cara menyelesaikannya kepada informan:

"Harus bisa, cara menggunakan waktu sebaiknya seperti makan sambil bekerja depan komputer"[59]

Sehingga dapat disimpulkan jika ingin menyelesaikan tugas dalam waktu yang cukup singkat harus mengunakan waktu sebaik-baiknya. Mengatur waktu yang tersedia, dan mengalokasikannya untuk menyelesaikan tanggung jawab yang kian bertambah memang suatu hal yang penting untuk dilakukan. Tujuannya agar

[58]Lutfi, kota parepare, *wawancara* oleh penulis di Bank Bukopin Parepare, 31 oktober 2019.
[59]Lutfi, kota parepare, *wawancara* oleh penulis di Bank Bukopin Parepare, 31 oktober 2019.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

pekerjaan dapat selesai tepat waktu. dunia kerja saat ini memberikan tuntutan bagi karyawan agar mampu menyelesaikan pekerjaan dalam waktu yang singkat. Untuk karyawan, hal tersebut tentunya membutuhkan manajemen waktu yang maksimal.

Agar dapat mengerjakan tugas ataupun tanggung jawab secara disiplin, Anda harus memiliki kemampuan manajemen yang baik. Tanpa kemampuan tersebut, bukan tidak mungkin Anda akan merasa kesulitan untuk merampungkan tugas-tugas tersebut.

Manajemen waktu bagi para karyawan ini sangat penting, karena mereka adalah manusia yang terkadang bisa mengalami stres tertentu saat mendapat tekanan dalam bentuk pekerjaan yang banyak yang harus cepat selesai. Maka dari itu, berusaha sebisa mungkin pekerjaan mereka yang banyak dapat diselesaikan dalam waktu yang efektif dan efisien, tanpa membuatnya menjadi tertekan dalam pekerjaan.

2. Seberapa lama seorang karyawan bekerja dalam satu harinya.

Pada dasarnya kinerja yang baik adalah kinerja yang mengikuti tata cara atau prosedur sesuai standar yang telah ditetapkan.Akan tetapi didalam kinerja tersebut mesti harus memiliki beberapa kriteria agar meningkatnya produktiitas sehingga apa yang diharapkan Perusahan tersebut bisa berjalan sesuai apa yang di inginkan.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan informan diperoleh :

"Jam kerja yang ditetapkan oleh Bank Bukopin Parepare itu delapan jam"

Kemudian peneliti menanyakan pertanyaan selanjutnya tentang cara menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan kepada informan:

> "Dapat karena suatu kewajiban sebagai karyawan melaksanakan tugas sesuai dengan waktu yang telah ditentukan"[60]

[60]Lutfi, kota parepare, *wawancara* oleh penulis di Bank Bukopin Parepare, 31 oktober 2019.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Jadi dapat disimpilkan bawha semua karyawan di bank bukopin diwajiban melaksanakan atau menyelesaikan tugasnya sesuai dengan prosedur dan waktu yang telah di tentukan.

Pada dasarnya kinerja yang baik adalah kinerja yang mengikuti tata cara atau prosedur sesuai standar yang telah ditetapkan.Akan tetapi didalam kinerja tersebut mesti harus memiliki beberapa kriteria agar meningkatnya produktiitas sehingga apa yang diharapkan Perusahan tersebut biasa berjalan sesuai apa yang di inginkan.Tentunya itu semua tidaklah muda membalikan telapak tangan akan mesti ada peran langsung ke ikut sertaan dalam manajemen untuk bisa mengkontrol dan memberikan teknik cara agar bagaimana bisa terjaminnya mutu dan kualitas sehingga karyawan bisa dengan mudah bekerja tanpa ada rasa terbebenani dan hubungan antara pihak manajemen dengan bawahan semakin kuat.

3. Kecepatan kerja setiap karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya masing-masing.

Kecepatan dalam bekerja adalah salah satu indikator bahwa kita adalah orang yang cerdas (smart) dan kompeten atau professional. Semua perusahaan menginginkan karyawannya untuk tidak menunda pekerjaan atau lamban dalam bekerja.Ketahuilah bahwa kecepatan dalam bekerja adalah hal yang biasa-biasa saja di dalam organisasi atau perusahaan dan itu merupakan kompetensi dasar atau inti yang secara alamiah harus dilakukan oleh semua karyawan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan informan adalah :

"Sebagai karyawan yang baik memang seharusnya bekerja tanpa ada perintah dari atasan"[61]

[61]Lutfi, kota parepare, *wawancara* oleh penulis di Bank Bukopin Parepare, 31 oktober 2019.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Melalui hasil wawancara dengan informan diperoleh bahwa karyawan yang bekerja tanpa menunggu perintah dari atasan merupakan karyawan yang baik karena sebagai karyawan yang baik memang seharusnya bekerja tanpa adanya perintah dari atasan.

Kemudian peneliti menanyakan pertanyaan selanjutnya tentang apakah karyawan sering menggunakan jam istirahat untuk mengerjakan tugas kantor kepada informan:

> "Iya karena biasa kalau di panggil atau ada acara sama debitur di jam istirahat biasa disana maki makan juga sambil kerja to mi, biasa juga makan dikantor kalau banyak pekerjaan yang belum selesai beda dengan operasional"[62]

Jadi berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat dikatakan bahwa kualitas dan kuantitas kerja tenaga marketing bank bukopin parepare sudah baik. Adapun masih rendah minat masyarakat menabung di bank bukopin parepare bukan karena kualitas dan kuantitas kinerja tenaga marketing bank bukopin parepare tidak sesuai dan tidak baik. Melainkan faktor lain yang mempengaruhi hal tersebut, seperti tingginya suku bunga, dan kurangnya promosi karena promosi yang digunakan di bank bukopin parepare hanya menggunkan promosi sosialisai saja, dan terakhir adalah proses kredit yang menggunakan waktu yang cukup lama.

Sedangkan Data hasil penelitian menurut informan dalam penelitian ini adalah nasabah.Sarina merupakan salah satu nasabah di Bank Bukopin Parepare. Dari hasil wawancara terhadap informan ketika di wawancarai antara lain :

"Iya, pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank Bukopin cukup bagus"

[62]Lutfi, kota parepare, *wawancara* oleh penulis di Bank Bukopin Parepare, 31 oktober 2019.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

"Iya cukup puas tapi kalau ambil kredit pencairan dananya cukup lama "[63]

Jadi dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan tenaga marketing kepada nasbah sudah cukup bagus namun dalam pencairan dana nasabah harus menunggu waktu yang cukup lama untuk proses pencairannya.

Jadi berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat dikatakan bahwa untuk indikator kuantitas kerja yang dilihat dari ketetapan waktu dan ketelitian karyawan pada Bank Bukopin Parepare selalu tepat waktu dan selalu teliti dalam menyelesaikan pekerjaannya.

Jadi berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat dikatakan bahwa kualitas dan kuantitas kerja tenaga marketing bank bukopin parepare sudah baik. Adapun masih rendah minat masyarakat menabung di bank bukopin parepare bukan karena kualitas dan kuantitas kinerja tenaga marketing bank bukopin parepare tidak sesuai dan tidak baik. Melainkan faktor lain yang mempengaruhi hal tersebut, seperti tingginya suku bunga, dan kurangnya promosi karena promosi yang digunakan di bank bukopin parepare hanya menggunkan promosi sosialisai saja, dan terakhir adalah proses kredit yang menggunakan waktu yang cukup lama.

4.2.3 Penerapan Kinerja Marketing Bank Bukopin Parepare menurut Tinjauan Manajemen Syariah

Menurut George R. Ada empat fungsi dasar manajemen syariah dimana keempat fungsi manajemen ini disingkat menjadi POAC yaitu planing (prencanaan), organizing (pengoganisasian), actuating (pelaksanaan), dan controling (pengawasan).

[63]Sarina, kota parepare, *wawancara* oleh penulis di Bank Bukopin Parepare, 04 november 2019.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

a. Perencanaan pada Bank Bukopin Parepare.

Perencanaan program kegiatan di Bank Bukopin Parepare dilaksanakan setiap minggu dan bulan. Dalam menyusun perencanaan program, manajer lebih mengutamakan pada pemasaran produk agar produk lebih dikenal masyarakat secara luas. Perencanaan Bank Bukopin Parepare dibuat oleh kepala cabang dan manajer operasional. Manajer juga telah mempertimbangkan program yang direncanakan dengan melihat evaluasi serta mempertimbangkan kritik dan saran dari karyawan agar kegiatan-kegiatan yang ada pada Bank Bukopin Parepare dapat meningkat. Adapun rencana yang ditentukan meliputi: Program kerja karyawan, yaitu dengan menentukan target-target perbulan dari hasil kerja karyawan perbulan, hal ini dilakukan dengan tujuan agar seluruh bidang dapat berjalan dengan lancar dan tujuan Bank Bukopin Parepare dapat tercapai secara maksimal[64]. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam QS. al Hasyr ayat182

Ayat ini menjelaskan bahwa dalam ajaran islam perencanaan merupakan bagian dari sunnatullah yang mana harus disesuaikan dengan situasi dan kondisi pada masa lampau, saat ini, serta yang akan datang. Oleh karena itu, untuk melakukan segala perencanaan masa depan, diperlukan kajian-kajian masa kini. Selain itu, dalam sistem manajemen lembaga keuangan syariah sendiri tidak hanya meningkatkan kesejahteraan bagi para stakeholders melainkan juga harus mempromosikan dan mengembangkan aplikasi dari prinsip-prinsip islam, syariah dan tradisinya dalam bisnis keuangan. Dengan demikian, perencanaan program kegiatan di Bank Bukopin Parepare telah sesuai dengan syariat islam. Yang mana dalam menyusun perencanaan telah mempertimbangkan faktor situasi dan kondisi dengan baik serta telah

[64] Lutfi, kota parepare, *wawancara* oleh penulis di Bank Bukopin Parepare, 27 Januari 2020.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

menetapkan pula aspek-aspek perencanaan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

b. Pengorganisasian pada Bank Bukopin Parepare

Dalam pengorganisasian di Bank Bukopin Parepare terdapat struktur organisasi yang tergambar posisi kerja, pembagian kerja, jenis kerja yang harus dilakukan. Hal ini menunjukkan bahwa Bank Bukopin Parepare telah menentukan jenis-jenis pekerjaan yang harus dilakukan oleh karyawan. Hal ini telah ditegaskan dalam QS. as-Shaff ayat 4.

إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلَّذِينَ يُقَـٰتِلُونَ فِى سَبِيلِهِۦ صَفًّا كَأَنَّهُم بُنْيَـٰنٌ مَّرْصُوصٌ ﴿٤﴾

Terjemahnya

> Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang berperang di jalan-Nya dalam barisan yang teratur, mereka seakan-akan seperti suatu bangunan yang kokoh". (QS. as-Shaff :4)[65]

Dalam pandangan Islam organisasi bukan semata-mata wadah ataupun alat, melainkan lebih menekankan pada bagaimana sebuah pekerjaan dilakukan secara rapi. Dalam menjalankan masing-masing bidangnya mereka akan saling membantu jika ada kesulitan. Karena hakikatnya manusia ditugasi atau diamanahi oleh Allah sebagai kholifah di muka bumi. Dalam menjalankan fungsi kekhalifahannya diharapkan mereka dapat menciptakan kemakmuran, sedangkan kemakmuran tersebut akan terwujud apabila di antara manusia itu saling tolong-menolong serta tidak terpecah belah.[66] Selain itu, ajaran Islam juga menekankan bahwa dalam melaksanakan sesuatu kegiatan harus dijalankan sesuai dengan keahliannya, agar segala sesuatu tersebut dapat berjalan lancar.

[65] Departemen Agama RI, al-Quran dan terjemahnya, hlm. 551.
[66] Departemen Agama RI, al-Quran dan terjemahnya, hlm. 551.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Komunikasi antar karyawan di Bank Bukopin Parepare juga sangat dibutuhkan agar setiap pekerjaan dapat terselesaikan dengan baik dimana komunikasi yang ada antar pemimpin dengan karyawan serta karyawan dengan karyawan sangat baik seperti hal nya komunikasi dalam keluarga tanpa mengurangi rasa hormat. Disisi lain, Bank Bukopin Parepare memiliki prosedur tetap yang tercantum dalam SOP (Standard Operational Procedure). SOP dibuat dengan tujuan untuk dijadikan standar atau pedoman karyawan dalam menjalankan tugasnya serta untuk memudahkan karyawan dalam bekerja.[67]

c. Pelaksanaan pada Bank Bukopin Parepare.

Pelaksanaan dilakukan oleh manajer Bank Bukopin Parepare didasari dengan kebutuhan dan kepentingan organisasi sehingga cara penyampaiannya lebih bersifat mengajak bukan perintah karena manajer sendiri sudah menganggap seluruh karyawan Bank Bukopin Parepare adalah keluarganya, namun hal ini tidak menafikan rasa hormat karyawan terhadap nasabahnya. Pelaksanaan di Bank Bukopin Parepare didasari atas dua hal yakni pengawasan dan motivasi. Pengawasan dilakukan untuk mengetahui keahlian dan kemampuan karyawan, mengerti kapasitas dan keinginan karyawan, mengetahui hasil serta mengamati etos kerja karyawan. Hal ini selaras dengan fungsi pengawasan dalam pandangan Islam yang dilakukan untuk meluruskan yang tidak lurus, mengoreksi yang salah dan membenarkan yang hak. Pengawasan yang bersumber dari diri sendiri. Seseorang pasti yakin bahwa Allah selalu mengawasi hambaNya, maka ia akan bertindak hati-hati dan ketika ia sendiri maka ia tidak merasa sendirian karena Allah itu ada. AlQur'an telah menegaskan dalam QS. al-Mujadalah ayat 7

[67] Lutfi, kota parepare, *wawancara* oleh penulis di Bank Bukopin Parepare, 31 oktober 2019.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

أَلَمۡ تَرَ أَنَّ ٱللَّهَ يَعۡلَمُ مَا فِي ٱلسَّمَٰوَٰتِ وَمَا فِي ٱلۡأَرۡضِۖ مَا يَكُونُ مِن نَّجۡوَىٰ ثَلَٰثَةٍ إِلَّا هُوَ رَابِعُهُمۡ وَلَا خَمۡسَةٍ إِلَّا هُوَ سَادِسُهُمۡ وَلَآ أَدۡنَىٰ مِن ذَٰلِكَ وَلَآ أَكۡثَرَ إِلَّا هُوَ مَعَهُمۡ أَيۡنَ مَا كَانُواْ ثُمَّ يُنَبِّئُهُم بِمَا عَمِلُواْ يَوۡمَ ٱلۡقِيَٰمَةِۚ إِنَّ ٱللَّهَ بِكُلِّ شَيۡءٍ عَلِيمٌ ٧

Terjemahnya

> Tidakkah kamu perhatikan, bahwa sesungguhnya Allah mengetahui apa yang ada di langit dan di bumi? tiada pembicaraan rahasia antara tiga orang, melainkan Dia-lah keempatnya, dan tiada (pembicaraan antara) lima orang, melainkan Dia-lah keenamnya. Dan tiada (pula) pembicaraan antara jumlah yang kurang dari itu atau lebih banyak, melainkan Dia berada bersama mereka dimanapun mereka berada. Kemudian Dia akan memberitahukan kepada mereka pada hari kiamat apa yang telah mereka kerjakan. Sesungguhnya Allah Maha Mngetahui segala sesuatu".[68]

Dalam meningkatkan kinerja karyawan, kepala cabang atau manajer operasional Bank Bukopin juga memberikan motivasi yang berupa suggest di waktu pagi sebelum menjalankan rutinitas. Selain dengan memberikan motivasi dengan memberikan fee bagi karyawan yang rajin secara absensi maupun dalam pekerjaannya dan fee juga diberikan bagi karyawan yang mampu mendapakan nasabah baru. Tujuan diberikannya motivasi yaitu untuk meningkatkan produktivitas kerja karyawan. Pelaksanaan merupakan hubungan antara aspek-aspek individual yang ditimbulkan oleh adanya pengaturan terhadap bawahan-bawahan untuk dapat dipahami dan bekerja secara ikhlas untuk mencapai tujuan sesuai yang telah direncanakan. Pencapaian tujuan dari Bank Bukopin seluruh karyawan harus menggunakan jam kerja semaksimal mungkin.[69]

d. Pengendalian pada Bank Bukopin Parepare

[68] Departemen Agama RI, al-Quran dan terjemahnya, hlm. 548.
[69] Lutfi, kota parepare, *wawancara* oleh penulis di Bank Bukopin Parepare, 31 oktober 2019.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Pengendalian merupakan fungsi terakhir dari proses pelaksanaan sistem manajemen. Fungsi ini sangat penting dan sangat menentukan pelaksanaan proses sistem manajemen, oleh karena itu harus dilakukan dengan sebaik-baiknya. Berdasarkan wawancara yang dilakukaan peneliti terhadap informan menyatakan bahwa pengendalian dilakukan dengan cara melihat absensi kehadiran para karyawan serta memonitoring pekerjaan setiap karyawan. Dan ada dua bentuk sistem pengendalian di Bank Bukopin Parepare yang diberikan sesuai dengan kehadiran/absensi dan kinerja karyawan yaitu reward atau punishment serta evalusi. Karyawan akan mendapat reward apabila dia tidak pernah alpha atau tidak masuk tanpa keterangan dan karyawan tersebut memiliki kinerja yang bagus, reward yang diberikan Bank Bukopin Parepare berupa pujian dan penghargaan yang diutarakan di depan karyawan lain atau bahkan promosi. Sedangkan punishment akan diberikan kepada karyawan yang melanggar peraturan atau melakukan kesalahan, bentuk punishment yang diberikan yaitu memberikan teguran, Surat Peringatan (SP) sampai tiga kali dan apabila karyawan tersebut tetap melakukan kesalahan/penyimpangan maka akan diberhentikan.[70] Hal tersebut dilakukan agar dapat mencegah seseorang terjerumus dalam suatu kesalahan serta meningkatkan kualitas organisasi. Sebagaimana ditegaskan dalam QS. al-Balad ayat 17

ثُمَّ كَانَ مِنَ ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ وَتَوَاصَوۡاْ بِٱلصَّبۡرِ وَتَوَاصَوۡاْ بِٱلۡمَرۡحَمَةِ ١٧

Terjemahnya

> "Dan Dia (tidak pula) termasuk orang-orang yang beriman dan saling berpesan untuk bersabar dan saling berpesan untuk berkasih sayang".[71]

[70] Lutfi, kota parepare, *wawancara* oleh penulis di Bank Bukopin Parepare, 31 oktober 2019.
[71] Departemen Agama RI, al-Quran dan terjemahnya, hlm. 594.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Pengendalian di Bank Bukopin Parepare juga dilakukan melalui evaluasi, proses evaluasi terbagi menjadi tiga bagian yakni evaluasi harian, evaluasi bulanan dan evaluasi tahunan. Evaluasi dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah hasil yang diperoleh telah sesuai dengan rencana yang telah disusun atau tidak, dengan demikian dapat dilakukan tindakan perbaikan. Pentingnya evaluasi juga telah dijelaskan dalam QS. an-Naml ayat 27.

۞ قَالَ سَنَنظُرُ أَصَدَقْتَ أَمْ كُنتَ مِنَ ٱلْكَٰذِبِينَ ﴿٢٧﴾

Terjemahnya

> "Berkata Sulaiman: "Akan Kami lihat (evaluasi), apa kamu benar, ataukah kamu Termasuk orang-orang yang berdusta".[72]

Dalam pengamatan yang telah dilakukan peneliti, bahwa penerapan kinerja tenaga marketing Bank Bukopin parepare menurut manajemen syariah dapat disimpulkan bahwa kinerja tenaga marketing bank bukopin parepare sebagian besar sudah memenuhi unsur manajemen syariah berupa perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan bukan semata mengikuti ajaran syariah islam tetapi memiliki SOP (standar operasional perusahaan)

[72] Departemen Agama RI, al-Quran dan terjemahnya, hlm .377

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pokok masalah yang diteliti dalam skripsi ini dan kaitannya dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dirumuskan kesimpulan sebagai berikut :

5.1.1 Kualitas kinerja tenaga marketing pada Bank Bukopin Parepare, terdiri atas tiga indikator, Kerapian kerja dan ketelitian kerja atau tingkat kesalahan dalam menyelesaikan pekerjaan, Kepuasaan pelanggan, Seberapa baik seorang karyawan mengerjakan apa yang seharusnya dikerjakan.kualiatis kerja merupakan taraf atau tingkat baik buruknya seseorang dalam melakukan pekerjaan.

5.1.2 Kuantitas kinerja tenaga marketing pada Bank Bukopin Parepare terdiri atas tiga indikator, Kemampuan karyawan dalam meyelesaikan sejumlah hasil tugas hariannya, Seberapa lama seorang karyawan bekerja dalam satu harinya, dan kecepatan kerja setiap karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya masing-masing. Kuantitas kerja merupakan jumlah kerja yang dilaksanakan oleh seseorang dalam suatu periode tertentu.

5.1.3 Ditinjau dari penerapan kinerja tenaga marketing bank bukopin parepare menurut tinjauan manajemen syariah jika kita melihat dari pemahaman yang telah dipaparkan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kinerja tenaga marketing bank bukoipn parepare sebagian besar sudah memenuhi unsur manajemen syariah berupa perencanaan, pengorganisasian,pelaksanaan dan pengawasan bukan semata mengikuti ajaran syariah islam tetapi memiliki SOP (standar operasional perusahaan)

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

5.2 Saran

5.2.1 Penelitian ini bukanlah penelitian yang pertama dilakukan oleh peneliti, namun tidak menutup kemungkinan akan ada peneliti selanjutnya yang mengangkat teman ini. Jadi ini diharapkan menjadi acuan untuk penelitian yang lebih sempurna lagi kedepannya.

5.2.2 Lembaga pembiayan perbankan telah diakui kehadirannya,begitupun pengaruhnya terhadap pertumbuhan penduduk Indonesia. Sebagai lembaga yang sudah terpecaya diharapkan mampu menerapakan sistem perbankan dengan baik penerapan di dalamnya perlu dijankan sebaik mungkin sehingga ada unsur nyata yang membedakan antara bank lainnya.

5.2.3 Menurut hasil pembahasan di atas,maka menyarankan kepada pihak Bank harus mempertahankan dan mengembangakan kualitas dan kuantitas kerja tenaga marketing sehingga kinerja marketing bank bukopin parepare tetap baik bahkan lebih baik lagi.

PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

DAFTAR PUSTAKA

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Kata Warna* (Bandung: Cordoba, 2015)

Amstrong dan Kotler, 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi XII Jilid I; Jakarta: Erlangga

Anatan, Lina dan Lena Ellitan, 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Bisnis Modern* Bandung: Alfabeta

Hasan, Ali, 2013. *Marketing* Cet.I; Yohyakarta: media pressdindo

Hasan, Muhammad Iqbal, 2002. *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya* Bogor: Ghalia Indonesia

Irawan dan Swsta DH, 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi II Yogyakarta: liberty

Kaelan, 2010. *Metode Penelitian Agama Kualitatif Interdisipliner* Yogyakarta: Paradigma

Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani, 2006. *Manajemen pemasaran jasa edisi 2*, Jakarta: Salemba Empat

Mahsun, Mohammad, 2006. *Pengukuran Kinerja Sektor Publik* Cet. I; Yogyakarta: BPFE Yogyakarta

Moeheriono, 2012. *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi* Jakarta: Raja Grafindo Persada

Muhaimin, 2002. *Paradigma Pendidikan Islam Upaya Mengeftifkan Pendidikan Islam Di Sekolah* Bandung: PT.Remaja Rosdakarya

Muhammad, 2005. *Manajemen Bank Syariah*, edisi revisi Yogyakarta: UPP AMP YKPM

Narbuko, Cholid, 2001. *Metode Penelitian* Jakarta: Bumi Aksara

Nawawi, Hadari, 2006. *Evaluasi Dan Manajemen Kinerja di Lingkungan Perusahaan Dan Industri* Yogyakarta: Gadja Mada Univercity Press

Nazir, Mohammad, 2003. *Metode penelitian* Bogor: Ghalia Indonesia

Philip, Kotler, 2002. *Manajemen Pemasaran* Edisi Milenium Jilid II; Jakarta: PT. Prenhalindo

Prabu Mangkunegara, Anwar,2002. *Manajemen sumber daya manusia* Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Raymond, Neo,et al., eds., 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia Mencapai Keunggulan Bersaing*, Jakarta: Salemba Empat

R Terry, George, 2003. *Prinsip- Prinsip Manajemen* Jakarta: Bumi Aksara

Saladin, Djaslim dan Yovis marty Oesman, 2002. *Intisari pemasaran dan unsur-unsur pemasaran* Jakarta, Kencana

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Sedarmayanti, 2003. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas kerja* Bandung: Ilhan Jaya

Sutanto, Hery dan Khaerul Umam, 2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syaraih* Bandung: Pustaka Setia

Sunyoto, Danang, 2013. *Metode dan Instrumen Penelitian Ekonomi dan Bisnis* Yogyakarta:CAPS

Tika, Pabundu, 2006. *Metodologi Riset Bisnis* Jakarta: Bumi Aksara

Tjiptono, 2008.*Strategi pemasaran* edisi III Yogyakarta: Audi Offset

Umar, Husein, 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Widjaja, 2002. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat* Jakarta: PT. Bumi Aksara

Lutfi, kota parepare, *wawancara* oleh penulis di Bank Bukopin Parepare, 31 oktober 2019.

Sarina, kota parepare, *wawancara* oleh penulis di Bank Bukopin Parepare, 04 november 2019.

Muharyuni, dkk, 2014. "Analisis Kinerja Karyawan Pemasaran Dalam Pencapaian Target Kredit Usaha Mikro Bank Mandiri Mitra Usaha" (Skripsi Sarjana: Progran Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Untat Pontianak)

Tamanggung, Balada,2017. " Meningkatkan Kinerja Pemasaran Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Konveksi Baraya Gedong Air Bandar Lampung)" (Skripsi Sarjana; Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)

Tribuana Dewi, Sensi, 2006. "analisis pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing untuk meningkatkan kinerja pemasaran" (Skripsi Sarjana: IAIN Surakart)

Suryoadi, Yerri, 2017. "Pengaruh Pelatihan dan Kepuasan Konpensasi terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang", Skripsi Sarjana, Jurusan Manajemen Semarang.

https://www.bukopin.co.id/

https://job-like.com/company/727/

https://www.cnbcindonesia.com/news/20190715200134-4-85137/hut-ke-49-bank-bukopin-luncurkan-budaya-perusahaan-baru

https://id.wikipedia.org/wiki/Bank_Bukopin

https://www.daftarperusahaan.com/bank/bank-bukopin-kc-pare-pare

Kasmir, 2000. *Manajemen Perbankan,* Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada

https://id.wikipedia.org/wiki/Bank_Bukopin

http://digilib.unila.ac.id/972/9/Bab%20II.Pdf diakses (7 Desember 2018)

http://www.kompasiana.com/nidaulhasanah/54f7c607a33311661b490b/pentingnya-kejujuran (5 Januari 2019)

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

LAMPIRAN

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Kinerja Tenaga Marketing Bank Bukopin Parepare

(Analisis Manajemen Syariah)

Pedoman Wawancara

Kualitas Kerja

1. Kerapian kerja dan ketelitian kerja atau tingkat kesalahan dalam meneyelesaikan pekerjaan.
   a. Apakah karyawan marketing setiapmenyelesaikan pekerjaannya selalu meneliti kembali hasil pekerjaan tersebut sebelum diserahkan ke bagian lain.
   b. Apakah ketelitian dan kerapian dibutuhkan dalam kinerja Anda.
   c. Apakah Anda selalu merapikan kembali peralatan kerja atau dokumen setelah selesai dipakai.
2. Kepuasan pelanggan
   a. Apakah Anda melayani nasabah dengan ramah.
   b. Apakah Anda memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah sehimgga nasabah puas dengan pelayanan Anda.
   c. Apakah karyawan marketing memberikan pelayanan yang sama kepada semua nasabah tanpa membeda-bedakan status atau latar belakang nasabah.
3. Seberapa baik seorang karyawan mengerjakan apa yang seharusnya dikerjakan.
   a. Bagaimana cara Anda bekerja sesuai dengan target yang telah ditentukan.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

b. Bagaimana cara Anda menyelesaikan pekerjaan secara sendiri.

Kuantitas Kerja

1. Kemampuan karyawan dalam menyelesaikan sejumlahhasil tugas hariannya.
   a. Apakah Anda mampu menyelesaikan tugas harian dengan cepat.
   b. Bisakah Anda menyelesaikan beberapa tugas dalam kurun waktu yang cukup singkat, bagaimana cara Anda menyelesaikannya.
2. Seberapa lama seorang karyawan berkerja dalamsatu harinya
   a. Berapa jam kerja yang ditetapkan.
   b. Apakah Anda dapat melaksanakan pekerjaan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan di bank Bukopin Parepare.
3. Kecepatan kerja setiap karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya masing-masing.
   a. Apakah Anda selalu melakukan pekerjaan atau tugas tanpa menunggu perintah dari atasan.
   b. Apakah Anda sering menggunakan jam istirahat Anda untuk mengerjakan tugas kantor

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	:	Fadhli
Tempat/ Tgl. Lahir	:	Makassar 02 Agustus 1991
Jenis Kelamin	:	Laki - Laki
Agama	:	Islam
Pekerjaan/ Jabatan	:	Staff AO sales

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari FADILLAH yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan **"Kinerja Tenaga Marketing Bank Bukopin Parepare(Analisis Manajemen Syariah)"**

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana semestinya

Parepare, 31 oktober 2019

Yang Bersangkutan

Fadhli

.....

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

TRANSKRIP WAWANCARA

Informan 1

Tanggal Wawancara : 31 oktober 2019

Tempat/Waktu : Bank Bukopin Parepare

Identitas Informan 1

1. Nama : Bapak Lutfi
2. Umur :
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Pekerjaan :

Hasil Wawancara

1. Apakah karyawan marketing setiap menyelesaikan pekerjaannya selalu meneliti kembali hasil pekeRjaannya tersebut sebelum diserahkan ke bagian lain.

   Jawab :

   Iya harus karena sebelum diserahkan kepada bagian lain saya sering meneliti kembali biasa sampai dua atau tiga kali agar tidak terjadi kesalahan dan menghemat wakrtu

2. Apakah ketelitian dan kerapian dibutuhkan dalm kinerja anda

   Jawab :

   Sangat dibutuhkan karena dengan adanya ketelitian dan kerapian kerja dapat mempermudah kinerjaku

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

3. Apakah anda selalu merapikan kem,bali peralatan atau dokumen setelah selesai dipakai

   Iya, supaya mempermudah sya untuk menemukan peralatan tersebut apabila saya memerlukannya kembali dan supaya ruangan kerja saya terlihat rapi, jadi saya selalu merapikan peraltan sesuai dengan bagian-bagiannya

4. Apakah anda melayani nasabah dengan ramah

   Jawab :

   Wajib baik dan ramah karena salain menjual produk instansi juga menjual pelayanan. Kewajiban itu untuk melayani masyarakat, jadi harus memangki ramah jadi itu filosofinya, jadi apapun itu harus ki tetap ramah

5. Apakah anda memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah sehingga nasabah puas dengan pelayanan anda.

   Jawab :

   Iya, karena kita harus melayani nasabah dengan sebaik mungkin sehingga mereka merasa puas dengan pelayanan yang kita berikan sehingga mereka akan kembali menggunakan jasa bank bukopin

6. Apakah karyawan marketing memberikan pelayanan yang sma kepada semua nasabah tanpa membedakan status atau latar belakang nasabah

   Jawab :

   Semua nasabah kita berikan pelayanan yang sama cuma ada namanya nasabah prioritas, nasabah prioritas itu nasabah yang memilki saldo mengendap selama satu tahun terakhir minimal 250 juta

7. Bagaimana cara anda bekerja sesuai dengan target yang telah ditentukan

PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Jawab tergantung dari kreativitas karyawan biasanya ada yang menyelesaikan target di awa; sampai akhir ada juga yang meyelesaikan di akhir untuk menutupi keterlambatannya di awal

8. Bagaimana cara anda menyelesaikan pekerjaan secara sendiri

   Jawab :

   Tidak bisa sendiri karena kita butuhkan orang lain untuk mengerjakan kelanjutan dari pekerjaanta, contohnya kredit harus bertahap orang kerjakan sampai dana cair

9. Apakah anda mampu metnyelesaikan tugas harian dengan cepat

   Jawab :

   Soal cepat tergantung dari masing-masing

10. Bisakah anda menyelesaikan beberapa tugas dalam kurun waktu yang cukup singkat, bagaimana cara anda menyelesaikannya

    Jawab:

    Harus bisa, cara menggunakan waktu sebaiknya seperti makan sambil bekerja depan komputer

11. Berapa jam kerja yang ditetapkan

    Jawab:

    Jam kerja yang di tetapkan oleh bank bukopin parepare itu 8 jam

12. Apakah anda dapat menyelesaikan pekerejaan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan di bank bukoipn parepare

    Jawab:

    dapat,karena suatu kewajiban sebagai karyawan melaksankan tugas sesuai dengan waktu yang telah ditentukan

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

13. Apakah anda selalu melakukan pekerjaan atau tugas tanpa menunggu perintah dari atasan

    Jawab:

    Sebagai karyawan yang baik memang seharusnya bekerja tanpa ada perintah dari atasan

14. Apakah anda sering menggunakan jam istirahat anda untuk mengerjakan tugas kantor

    Jawab:

    Iya,karena biasa kalau di panggil atau ada acara bersama debitur dijam istirahat biasa disana maki makan juga sambil bekerja, biasa juga makan dikantor kalau banyak pekerjaan yang belum selesai beda dengan oprasional

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

: B.4730. /In.39.8/PP.00.9/09/2019
an : -
: Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

ALIKOTA PAREPARE
nas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPM-PTSP)

A PAREPARE

mu Alaikum Wr. Wb.

an ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

a	: FADILLAH
pat/Tgl. Lahir	: SEKKANG, 27 Mei 1997
	: 15.2300.033
ltas / Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah
ester	: IX (Sembilan)
mat	: DUSUN SEKKANG, DESA MASSOLOWALIE, KECAMATAN MATTIRO SOMPE, KABUPATEN PINRANG

maksud akan mengadakan penelitian di wilayah KOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi g berjudul :

ERJA TENAGA MARKETING BANK BUKOPIN PAREPARE (ANALISIS MANAJEMEN SYARIAH)"

aksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan September sampai selesai.

mikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasama diucapkan terima kasih.

ssalamu Alaikum Wr. Wb.

22 September 2019

Dekan,

Muhammad Kamal Zubair

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PEMERINTAH KOTA PAREPARE

DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jalan Veteran Nomor 28,Parepare Telp. (0421) 23594, Fax (0421)27719, Kode Pos 91111
Email : dpmptsp@pareparekota.go.id; Website : www.dpmptsp.pareparekota.go.id

P A R E P A R E

Parepare, 7 Oktober 2019

796/IPM/DPM-PTSP/10/2019

Yth. Pimpinan Bank Bukopin Kota Parepare

di -

Izin Penelitian

Di -

P a r e p a r e

DASAR :

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
3. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 17 Tahun 2016 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
4. Peraturan Daerah Kota Parepare No. 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah.
5. Peraturan Walikota Parepare No.39 Tahun 2017 tentang Pelimpahan Wewenang Pelayanana Perizinan dan Non Perizinan Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare
6. Surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, Nomor : B 1470/In. 39.8/PP.00.9/09/2019 tanggal 23 September 2019 Perihal Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Setelah memperhatikan hal tersebut, Pemerintah Kota Parepare (Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare) dapat memberikan Izin Penelitian kepada :

N a m a	:	Fadilah
Tempat/Tgl. Lahir	:	Sekkang / 27-05-1997
Jenis Kelamin	:	Wanita
Pekerjaan / Pendidikan	:	Mahasiswa / S1
Program Studi	:	Perbankan Syariah
A l a m a t	:	Sekkang Massulowalie/ mattiro sompe Pinrang 91261

Bermaksud untuk melakukan **Penelitian/Wawancara** di Kota Parepare dengan judul :

Kinerja tenaga marketing bank bukopin parepare (analisis manajemen syariah)

Selama	:	TMT 14/10/2019 **S/D** 18-11-2019
Pengikut/Peserta	:	**Tidak Ada**

Sehubungan dengan hal tersebut pada prinsipnya kami menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera dibelakang Surat Izin Penelitian ini.

Demikian izin penelitian ini diberikan untuk dilaksanakan sesuai ketentuan berlaku.

Kepala Dinas Penanaman Modal
Dan Pelayanan Terpadu Satu
Pintu Kota Parepare

Hj. ANDI RUSIA, SH., MH
Pangkat :Pembina Utama Muda
NIP.19620915 198101 2 001

Kepada Yth.
Provinsi Sulawesi Selatan Cq. Kepala BKB Sulsel di Makassar
Parepare di Parepare
stitut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare di Parepare
Fadilah

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BANK BUKOPIN

SURAT KETERANGAN PENELITIAN
Nomor : ۱۵۶۶/PRP-BM/XI/2019

ng bertanda tangan dibawah ini Branch Manager PT. Bank Bukopin, Tbk. Cabang Parepare
enerangkan bahwa :

ama	:	Fadillah
enis Kelamin	:	Perempuan
IM	:	15.2300.033
akultas/Prodi	:	Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
ampus Pendidikan	:	Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare
lamat	:	Dusun Sekkang, Desa Massulowalie, Kec. Mattiro Sompe, Kab. Pinrang

enar telah melaksanakan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul

"KINERJA TENAGA MARKETING BANK BUKOPIN PAREPARE (ANALISIS MANAJEMEN SYARIAH)"

Demikian surat keterangan ini kami berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Parepare, 18 November 2019
PT. Bank Bukopin, Tbk
Cabang Parepare

HERLIN P. SYUKUR
Branch Manager

NK BUKOPIN
ang Parepare : Jl. Andi Makkasau No. 63 Parepare 91133
: (0421) 27799 (Hunting)
: (0421) 27768

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

SMS Notifikasi Bukopin memberikan informasi **secara real time** setiap mutasi transaksi pada rekening nasabah **sesuai jenis transaksi dan nominal yang didaftarkan** oleh nasabah yang dikirimkan melalui media SMS. Untuk apapun jenis Ponsel Anda, GSM atau CDMA.

Manfaatnya untuk Anda

a. Memberi informasi kepastian atas transaksi yang dilakukan nasabah.
b. Mendukung kelancaran transaksi dan bisnis nasabah.
c. Alat monitor atas setiap transaksi nasabah.
d. Untuk menghindari berlanjutnya transaksi yang mencurigakan.

Ketentuan

a. Dalam penggunaan layanan SMS Notifikasi Bukopin nasabah akan dikenakan biaya administrasi SMS Notifikasi sesuai dengan biaya yang telah ditetapkan.
b. Keberhasilan pengiriman SMS Notifikasi tidak sepenuhnya tergantung pada sistem Bank Bukopin, namun dipengaruhi juga oleh ketersediaan sistem dan jaringan provider yang digunakan oleh nasabah.
c. Nomor handphone yang digunakan untuk layanan SMS Notifikasi Bukopin, harus sama dengan nomor telepon yang tercatat di sistem Bank Bukopin.

Syarat Pendaftaran

1. Nasabah mengisi dan menandatangani **Formulir Permohonan SMS Notifikasi Bukopin** yang dapat diperoleh di cabang.
2. Nasabah **memiliki Tabungan dan atau Giro** yang ditentukan dalam layanan SMS Notifikasi Bukopin.
3. Nasabah memiliki **SIM Card** dari provider antara lain **Telkomsel, Indosat, XL, Flexi, AXIS, Esia**.

Syarat dan Ketentuan berlaku

Segera Buka Tabungan atau Giro Bukopin dan Nikmati Informasi Perbankan yang Anda inginkan Secara Real Time

14005

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

anKu memberikan solusi atas semakin
kannya simpanan yang bebas biaya
trasi bulanan.
Setoran ringan dan **bebas biaya**
istrasi bulanan, TabunganKu merupakan
an yang dirancang untuk semua kalangan.

as

ATM
ah TabunganKu boleh memilih untuk
unakan fasilitas kartu ATM TabunganKu atau
enggunakan kartu ATM TabunganKu.

king Bukopin
ah TabunganKu dapat menggunakan fasilitas
king Bukopin (SMS Banking, Internet Banking
alo Bukopin) selama memiliki fasilitas Kartu
TabunganKu dengan terlebih dahulu melakukan
asi e-Banking Bukopin di mesin ATM Bukopin.

bet
bah TabunganKu dapat menggunakan fasilitas
bet pembayaran berbagai macam tagihan
i Bank Bukopin dengan cara melakukan
aftaran Autodebet di Customer Service
i ketentuan yang berlaku.

ntungan

miliki simpanan tabungan tanpa biaya
ministrasi bulanan
pat dipergunakan sebagai Tabungan Anak-anak
ngan Orang Tua langsung sebagai wali)
berikan fasilitas Kartu ATM TabunganKu, SMS
nking, Internet Banking dan Halo Bukopin sesuai
tentuan berlaku
pat dijadikan jaminan kredit

Syarat & Ketentuan

Setoran Awal	: Rp 20.000,-
Minimum Setoran Tunai Selanjutnya	: Rp 10.000,-
Saldo Minimum (setelah penarikan)	: Rp 20.000,
Biaya Administrasi Bulanan	: Tidak Ada
Denda rekening pasif	: Rp 2.000,- /bulan

- TabunganKu diperuntukkan bagi nasabah perorangan
- Mengisi dan menandatangani formulir aplikasi pembukaan TabunganKu Bukopin
- Identitas diri yang dibutuhkan KTP/SIM/Paspor (identitas paspor hanya bagi nasabah yang berusia 17 tahun keatas)
- Satu orang nasabah hanya boleh memiliki 1 (satu) rekening TabunganKu di 1 (satu) Bank
- Kepemilikan rekening TabunganKu yang melebihi dari 1 (satu) rekening di 1 (satu) Bank hanya diperbolehkan untuk orang tua yang membukakan rekening untuk anak yang masih di bawah perwalian sesuai dengan Kartu Keluarga

Segera buka rekening TabunganKu
dan nikmati banyak manfaatnya

Catatan
- Kartu ATM TabunganKu hanya bisa digunakan pada ATM Bukopin
- TabunganKu merupakan Simpanan yang diperuntukkan bagi perorangan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau media transaksi lainnya

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Apresiasi Transaksi
Kartu Debit Mastercard Bukopin

Periode :
Tahap I : 25 Maret 2019 - 30 Juni 2019
Tahap II : 1 Juli 2019 - 30 September 2019

Hadiah :

- **1 Paket (1 pasang)**
  Untuk Volume Transaksi dengan nominal belanja tertinggi, yang bertransaksi di merchant luar negeri dan tarik tunai ATM di luar negeri:
  - Tiket pesawat Singapore Airlines/ SilkAir Indonesia – Singapura PP
  - Tiket menginap 2 malam di Resort World Sentosa Hotel (include breakfast)
  - Tiket Universal Studio Singapura
  - Tiket S.E.A. Aquarium
  - Tiket Adventure Cove Waterpark

- **5 Paket (5 pasang)**
  Untuk Jumlah Transaksi merchant tertinggi (tidak termasuk tarik tunai di ATM) :
  - Tiket pesawat Singapore Airlines/ SilkAir Indonesia – Singapura PP.

Syarat dan Ketentuan :

- Program berlaku untuk pengguna aktif Kartu Debit Mastercard Bukopin semua tipe.
- Pemenang dihitung berdasarkan :
  Hadiah ke 1 : Volume nominal transaksi (belanja dan tarik tunai di ATM luar negeri)
  Hadiah ke 2 : Jumlah Transaksi (Frekuensi) kecuali tarik tunai di ATM
- Volume nominal belanja tertinggi maupun transaksi tertinggi bersifat akumulatif dan diperhitungkan pada setiap akhir periode program (Tahap I : 30 Juni 2019 & Tahap II : 30 September 2019)
- Tidak berlaku bagi karyawan Bank Bukopin.
- Pajak Hadiah ditanggung oleh pemenang.

Informasi Program :

- Customer Service di kantor Bank Bukopin
- Relationship Banking Officer atau Priority Banking Officer
- Call Center Halo Bukopin 14005
- Website : www.bukopin.co.id
- Instagram, Facebook, dan Twitter @BukopinSiaga

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Deposito Rupiah

Deposito Rupiah Bank Bukopin adalah salah satu pilihan untuk menyimpan dan mengembangkan dana Anda dengan aman dan menguntungkan

Fasilitas Automatic Roll Over

Memiliki fasilitas ARO (Automatic Roll Over) atau perpanjangan otomatis sesuai dengan periode jangka waktu sebelumnya. Suku bunga disesuaikan dengan tingkat suku bunga yang berlaku saat perpanjangan

Jaminan kredit

Deposito Rupiah Bank Bukopin dapat dijadikan jaminan kredit, sampai dengan 95% nominal Deposito. Nominal Deposito yang dapat dijaminkan minimum sebesar Rp. 25.000.000,-

Kemudahan dan keleluasaan berinvestasi

Bunga dan nominal Deposito dapat ditarik tunai, dimasukkan ke rekening, atau menambah nominal Deposito

No.	Ketentuan Umum
1	Diperuntukkan bagi nasabah perorangan dan perusahaan/yayasan
2	Pencairan pada saat jatuh tempo
3	Pilihan jangka waktu yang fleksibel 1, 3, 6 dan 12 bulan
4	Minimal Deposito Rp. 8 juta

No.	Dokumen-dokumen yang harus dilengkapi
1	Mengisi dan menandatangani formulir aplikasi pembukaan Deposito Rupiah
2	Menyerahkan fotokopi identitas diri (KTP/SIM/Paspor)
3	Untuk Perusahaan/Yayasan menyerahkan fotokopi Akta Pendirian dan NPWP

Untuk informasi lebih lanjut hubungi segera Kantor Bank Bukopin terdekat atau telepon langsung ke nomor **14005**

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

gan untuk Anda yang berjiwa bisnis, ditujukan sebagai terhadap kebutuhan setiap aktivitas bisnis Anda. Seperti ransaksi, fasilitas joint account dan berbagai fasilitas jang lainnya.

ksi yang mencatat rinci

erlu lagi bingung mencatat semua transaksi Anda. gan SiAga Bukopin Bisnis membantu Anda mencatat an rinci semua transaksi sehingga semakin mudah antau bisnis Anda.

ransaksi Transfer Uang sesama
kening Bank Bukopin dan Bank lain.
ansaksi Tarik Tunai
ransaksi di ATM dan e-Banking
ansaksi Bunga dan Biaya
erbagai Transaksi lainnya

Joint Account

Fasilitas yang memungkinkan pembukaan rekening atas nama 2 orang dengan 2 pilihan cara otorisasi transaksi:

- Otorisasi dilakukan dengan tanda tangan kedua pemilik rekening.
- Otorisasi dilakukan hanya dengan tanda tangan salah satu pemilik rekening.

Fleksibilitas Transaksi

Pemilik Tabungan SiAga Bukopin Bisnis secara otomatis mendapatkan Kartu SiAga Bukopin untuk fleksibilitas transaksi melalui ATM, e-Banking Bukopin, dan merchant kartu debit jaringan Visa.

Batas transaksi per hari di ATM & merchant disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan bisnis dan keseharian Anda:

- Penarikan Tunai s/d Rp 10.000.000,-
- Pemindahbukuan s/d Rp 75.000.000,-
- Belanja di Merchant s/d Rp 50.000.000,-
- Transfer ke ATM bank lain s/d Rp 25.000.000,-

Syarat Ketentuan Pembukaan Rekening

- Mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening.
- Menyerahkan fotocopy KTP/SIM/Passport.
- Setoran awal Rp 1.000.000,-

Segera buka
Tabungan SiAga Bukopin Bisnis.
Tingkatkan terus saldonya
dan nikmati segala kenyamanannya.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

...gan SiAga Bukopin Rencana (TSBR)

...tukan bagi nasabah yang ingin merencanakan ...nnya untuk kebutuhan masa depan yang lebih

... Rencana Multiguna

...encanakan keuangan untuk mewujudkan cita-cita ... dan keluarga, seperti:

S2

Kesehatan

Menikah

Belanja

Rumah

Umroh

Persalinan

Wisata

Kendaraan

Investasi

...gka waktu sangat fleksibel mulai dari 1 tahun ...pai dengan 18 tahun.
...a dicairkan pada saat jatuh tempo.

... Rencana Pendidikan

...rencanakan keuangan untuk mewujudkan cita-cita ... kebutuhan pendidikan buah hati anda. Mulai dari ...olah Dasar, Menengah Pertama, Menengah Atas, ...pai dengan masuk Perguruan Tinggi.
...gka waktu menabung sampai dengan usia anak 18 ...un.
...cairan dana bertahap yang dilakukan pada saat ...k daftar sekolah di setiap jenjang pendidikan (usia ...k 3, 6, 12, dan 15 tahun).

Manfaat Tambahan

- Bebas Biaya Administrasi Bulanan.
- Perlindungan asuransi kecelakaan gratis dengan nilai pertanggungan maksimal Rp. 500Juta dan bebas biaya premi.
- Suku bunga Tabungan minimal 4%.
- Fasilitas ARO (*automatic roll over*) dalam melakukan perpanjangan kontrak secara otomatis.

Setoran Bulanan

- Setoran bulanan ringan dan fleksibel mulai dari Rp. 100ribu.
- Setoran dilakukan melalui Fasilitas *Autodebet* Tabungan SiAga.
- Nominal setoran bulanan dapat dilakukan perubahan sampai dengan 3x selama jangka waktu kontrak.

Persyaratan Pembukaan

- Memiliki rekening Tabungan di Bank Bukopin.
- Mengisi dan menandatangani Formulir Pembukaan Rekening TSBR dan fotokopi *standing instruction autodebet*.
- Melampirkan identitas diri (*KTP / SIM / Paspor*) yang masih berlaku.
- Menyerahkan fotokopi akte kelahiran anak (*untuk Manfaat Rencana Pendidikan*).

Persyaratan Usia

- Usia Penabung maksimal 55 Tahun.
- Usia anak maksimal 17 tahun pada awal kontrak.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Nasabah **Giro Bukopin** yang terhormat,

Bersama ini kami sampaikan perubahan ketentuan **Giro Bukopin** sebagai berikut :

1. Setoran Awal / Saldo Minimal :

Jenis Nasabah	Setoran Awal	Saldo Minimal
Perorangan	Rp. 1. 000.000,-	Rp. 1. 000.000,-
Koperasi	Rp. 1. 000.000,-	Rp. 1. 000.000,-
Badan Usaha	Rp. 2. 000.000,-	Rp. 2. 000.000,-
Pemerintah Pusat	Rp. 2. 000.000,-	Rp. 2. 000.000,-
Pemerintah Lainnya	Rp. 2. 000.000,-	Rp. 2. 000.000,-

2. Perhitungan Jasa Giro :
   - Jasa giro dihitung berdasarkan saldo mengendap harian dan dikreditkan ke rekening pemegang giro pada akhir bulan.
   - Saldo giro (harian) kurang dari saldo minmal tidak mendapat jasa giro.
   - Fasilitas Pinjaman Rekening Koran (PRK) bersaldo positif mendapat jasa giro.

3. Ketentuan Pemberian Bilyet Giro dan Cek untuk pembukaan rekening baru :
   - Setoran awal < Rp. 500.000.000,- memperoleh 10 lembar bilyet giro atau cek.
   - Setoran awal > Rp. 500.000.000,- memperoleh 25 lembar bilyet giro atau cek.

4. Ketentuan dan persyaratan lain tetap mengacu pada ketentuan sebelumnya.

5. Perubahan ketentuan ini berlaku sejak November 2004.

Informasi :
14005

http://www.bukopin.co.id

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

RIWAYAT HIDUP

Fadillah lahir pada tanggal 27 Mei 1997, di Sekkang. Anak ketiga dari 6 bersaudara, kakak Megawati dan mirna, adik Hasda, Rudi dan Rita, anak dari Dodding dan Sannang. Pernah bersekolah di MI DDI Sekkang lulus pada tahun 2009. SMP Negeri 4 Mattiro Sompe dan lulus tahun 2012. Dan kemudian melanjutkan sekolah di SMA 3 Pinrang dan lulus tahun 2015.

Kemudian pada tahun yang sama yaitu tahun 2015, melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dan mengambil Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Program Studi Perbankan Syariah dan menyusun skripsi dengan judul *"Kinerja Tenaga Marketing Bank Bukopin Parepare (Analisis Manajemen Syariah)"*. Penulis melaksanakan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di Bank Mandiri MMU Pekkabata Polman, dan melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di Desa bulo, Kecamatan Panca Rijang, Kabupaten Sidrap, Sulawesi Selatan.

Selama kuliah pernah bergabung di organisasi eksternal yaitu Ikatan Mahasiswa Mattiro Sompe (IMMAS).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE