SKRIPSI

STRATEGI PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN SIMPEL BANK SYARIAH INDONESIA KCP BARRU

OLEH

NUR AFNI HASMAN KAUSU
NIM. 2120203862201003

PROGRAM STUDI AKUNTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE

2026

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

STRATEGI PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN SIMPEL BANK SYARIAH INDONESIA KCP BARRU

OLEH

NUR AFNI HASMAN KAUSU
NIM. 2120203862201003

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Akuntansi (S.Tr.Ak.) Pada Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

PROGRAM STUDI AKUNTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE

2026

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi	:	Strategi Promosi dan Kualitas Layanan Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan SimPel Bank Syariah Indonesia KCP Barru
Nama Mahasiswa	:	Nur Afni Hasman Kausu
Nomor Induk Mahasiswa	:	2120203862201003
Program Studi	:	Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Dasar Penetapan Pembimbing	:	Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Nomor: B-4287/In.39/FEBI.04/PP.00.9/09/2024

Disetujui oleh :

Pembimbing Utama	:	Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, M.M. (.....)
NIP	:	199110302019031006

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Andi Bahri S., M.E., M.Fil.I.
NIP.19781101 200912 1 003

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi	:	Strategi Promosi Dan Kualitas Layanan Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan SimPel Bank Syariah Indonesia KCP Barru
Nama Mahasiswa	:	Nur Afni Hasman Kausu
NIM	:	2120203862201003
Program Studi	:	Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Dasar Penetapan Pembimbing	:	Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Nomor: B-4287/In.39/FEBI.04/PP.00.9/09/2024
Tanggal Kelulusan	:	06 Juli 2026

Disahkan oleh Komisi Penguji:

Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M.	(Ketua)	(.....)
Dr. Damirah, S.E., M.M.	(Anggota)	(.....)
Indrayani, S.E., M.Ak.	(Anggota)	(.....)

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Andi Bahri S., M.E., M.Fil.I.
NIP. 19781101 200912 1 003

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ

Dengan mengucapkan *Alhamdulillah,* bersyukur kepada-Mu, yaa Allah, manifestasi Ar-Rahman dan Ar-Rahim, pemilik semesta alam, penguasa langit dan bumi, yang menciptakan manusia dengan bentuk yang sebaik-baiknya, Engkau-lah sebaik-baiknya Maha Pencipta setiap makhluk. Sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada pelopor peradaban, suri teladan kekasih Allah SWT. Baginda Nabi Muhammad SAW.

Ya Allah SWT. Sang curahan rahmat, hidayah, dan pertolongan yang Engkau limpahkan kepadaku sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul "Strategi Promosi dan Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan SimPel Bank Syariah Indonesia KCP Barru". Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Terapan Akuntansi pada Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Teristimewa, penulis menghaturkan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada keluarga dan kedua orang tua saya, Ayahanda tercinta Hasman Kausu, S.Pd.I dan Ibunda Hj. Sanawiah, S.Pd.SD yang telah memberikan dukungan finansial, kasih sayang, jerih payah, pengorbanan dalam mendidik, membimbing dan mendoakan penulis dalam setiap langkah menjalani hidup selama ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan dan keberkahan umur kepada keduanya, sehingga saya dapat berbakti dan membalas segala pengorbanan yang telah diberikan.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Selanjutnya juga mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Darmawati, S.Ag., M.Pd. selaku Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare dan menyediakan fasilitas sehingga penulis dapat menyelesaikan studi sebagaimana diharapkan.
2. Bapak Dr. Andi Bahri S., M.E., M.Fil.l. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, ia telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa di FEBI.
3. Ibu Ira Sahara, M.A.k. selaku ketua Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah yang berhati besar telah banyak memberikan kemudahan kepada mahahsiswa program studi ALKS.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam yang selama ini telah mendidik penulis hingga dapat menyelesaikan studi masing-masing mempunyai kehebatan tersendiri dalam menyampaikan materi perkuliahan.
5. Kepala Perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare, terutama dalam penulisan skripsi ini.
6. 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.
7. Pihak Bank Syariah Indonesia KCP Barru yang telah mengizinkan penulis melaksanakan penelitian.
8. Nasabah yang bersedia dan meluangkan waktu untuk diwawancarai.
9. Saudara kandung penulis Almarhum Muhammad Ali, S.Pd. yang selalu menjadi *support system* juga memotivasi untuk terus menggapai cita-cita dan menjadi kebanggaan keluarga. Setelah harus menerima kenyataan bahwa dia benar-benar telah pergi dan tak ada lagi di samping penulis, itu sangat memilukan. Ikatan batin kami sangatlah kuat. Bagi penulis, dia bukan hanya sekadar saudara, bahkan lebih dari itu. Dia selalu ada di saat penulis dalam

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

kondisi apa pun, apalagi saat rapuh dan sangat membutuhkan seseorang untuk sekadar *deep talk* yang paling penulis rindukan. Dia selalu bisa membuat penulis tersenyum bahagia seakan-akan tidak ada masalah. Terima kasih karena telah hadir dalam hidup penulis semasa hidupmu. Semoga kau tenang dan bisa menemukan banyak kebahagiaan di alam sana.

10. Semua teman-teman penulis senasib dan seperjuangan Prodi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah yang memberikan warna tersendiri pada alur kehidupan penulis selama studi di IAIN Parepare.

Penulis tak lupa mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moral maupun material, sehingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah SWT berkenan menilai segala kebaikan sebagai amal *jāriyah* dan memberikan rahmat serta pahala-Nya.

Parepare, 6 Juli 2026

Penulis,



Nur Afni Hasman Kausu
NIM. 2120203862201003

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Nur Afni Hasman Kausu
NIM	:	2120203862201003
Tempat/Tgl. Lahir	:	Waitawar, 14 Desember 2002
Program Studi	:	Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi	:	Strategi Promosi dan Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan SimPel Bank Syariah Indonesia KCP Barru

Saya menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 6 Juli 2026

Penulis,

Nur Afni Hasman Kausu
NIM. 2120203862201003

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

ABSTRAK

Nur Afni Hasman Kausu, *Strategi Promosi dan Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan SimPel Bank Syariah Indonesia KCP Barru* (Dibimbing oleh Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan ketat di sektor perbankan yang menuntut Bank Syariah Indonesia KCP Barru untuk terus berinovasi dalam menarik minat nasabah, khususnya pada produk Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel). Meskipun produk ini memiliki potensi pasar yang besar untuk mendukung literasi keuangan anak-anak, masih terdapat kendala berupa efektivitas strategi promosi yang belum maksimal serta aspek kualitas layanan yang perlu ditingkatkan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi, penerapan kualitas layanan, serta kendala yang dihadapi BSI KCP Barru dalam meningkatkan jumlah nasabah Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel). Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data primer diperoleh melalui observasi langsung dan wawancara mendalam dengan pihak internal bank (seperti *Consumer Sales Executive* dan *Customer Service*) serta nasabah Tabungan SimPel. Data sekunder diperoleh melalui studi dokumentasi internal bank. Teknik analisis data yang diterapkan meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang diterapkan berpusat pada elemen penjualan personal (*personal selling*) melalui program BSI Goes to School dan kerja sama dengan Dinas Pendidikan Kabupaten Barru, didukung dengan promosi penjualan, periklanan, dan pemasaran langsung. Sementara aspek kualitas layanan telah menerapkan kelima dimensi SERVQUAL, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati yang disesuaikan dengan prinsip syariah. Kendala utama yang dihadapi meliputi kesulitan sinkronisasi jadwal, gangguan jaringan internet, keterbatasan sumber daya manusia, serta belum tersedianya fitur khusus pelajar pada aplikasi seluler.

Kata Kunci: Strategi *Promosi, Kualitas Layanan, Promotion Mix, SERVQUAL, Tabungan SimPel, BSI KCP Barru.*

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI iii
KATA PENGANTAR iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI vii
ABSTRAK viii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR GAMBAR xi
DAFTAR LAMPIRAN xii
PEDOMAN TRANSLITERASI xiii
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 5
D. Manfaat Penelitian 6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 7
A. Tinjauan Penelitian Relevan 7
B. Landasan Teoretis 11
C. Kerangka Konseptual 40
D. Kerangka Pikir 41
BAB III METODE PENELITIAN 43
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian 43
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 44
C. Fokus Penelitian 45
D. Jenis dan Sumber Data 45

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data 47
F. Uji Keabsahan Data 50
G. Teknik Analisis Data.....52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 54
A. Hasil Penelitian.....54
B. Pembahasan Penelitian 67
BAB V PENUTUP.....83
A. Simpulan.....83
B. Saran 83
DAFTAR PUSTAKA 85
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....88
BIOGRAFI PENULIS 111

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Pikir	42
3.1	Lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Barru	45

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Pedoman Wawancara	Terlampir
2	Transkrip Hasil Wawancara	Terlampir
3	Surat Pengantar Observasi dari Kampus	Terlampir
4	Surat Izin Meneliti dari Kampus	Terlampir
5	Surat Izin Meneliti dari DPMPTSP	Terlampir
6	Surat Selesai Meneliti dari BSI KCP Barru	Terlampir
7	Surat Keterangan Wawancara	Terlampir
8	Dokumentasi Kegiatan Penelitian	Terlampir
9	Biografi Penulis	Terlampir

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini, sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Żal	ż	Zet (dengan titik di atas)

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	**Nama**	**Huruf Latin**	**Nama**
ـَ	Fathah	a	a
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	**Nama**	**Huruf Latin**	**Nama**
...يْـَ	Fathah dan ya	ai	a dan u
...وْـَ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سُئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...اَ...ى	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
...ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
...وُ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيْلَ qīla
- يَقُوْلُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِيْنَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةْ talhah

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- البِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- اَلْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- اَلْجَلاَلُ al-jalālu

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khużu
- شَيئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya, setiap kata, baik fail, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan. Maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِيْنَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
  Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut juga digunakan. Penggunaan huruf kapital seperti yang berlaku dalam EYD di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ للهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ — Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/ Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمنِ الرَّحِيْمِ — Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian, dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللهُ غَفُوْرٌ رَحِيْمٌ — Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلّهِ الأُمُوْرُ جَمِيْعًا — Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dari ilmu tajwid. Karena itu, peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

K. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	*subḥānahu wataʿālā*
saw.	=	*Shallallahu 'Alaihi wa Sallam'*
a.s.	=	*alaihis salam*
H	=	*Hijriah*
M	=	*Masehi*

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

SM	=	*Sebelum Masehi*
1.	=	Lahir Tahun
w.	=	Wafat tahun
QS…/…:4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/…., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

ed. : Editor (atau eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia kata "editor" berlaku baik untuk satu maupun lebih editor, ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

et al. : "dan lain-lain" atau "dan kawan-kawan" (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. ("dan kawan-kawan") yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Cet : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.

Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.

Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa arab biasanya digunakan kata juz.

No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri perbankan di Indonesia mencatat sejarah baru dengan hadirnya PT Bank Syariah Indonesia Tbk. (BSI) yang secara resmi berdiri pada 1 Februari 2021 atau bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H. Pendirian BSI merupakan hasil penggabungan tiga bank syariah milik BUMN, yaitu PT Bank Syariah Mandiri, PT BNI Syariah, dan PT BRI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan telah menyetujui proses merger ini pada 27 Januari 2021, dan secara resmi diresmikan langsung oleh Presiden Republik Indonesia di Istana Negara. Penggabungan ini menyatukan keunggulan ketiga bank tersebut untuk menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta permodalan yang lebih kuat guna bersaing di tingkat nasional maupun global.[1] Didukung oleh sinergi dengan perusahaan serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN. Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan ikhtiar atas lahirnya bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas.

Keberadaan BSI menjadi cerminan wajah perbankan syariah Indonesia yang modern dan universal, serta menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional. Hal ini sangat relevan mengingat Indonesia merupakan negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia yang membutuhkan alternatif layanan keuangan yang berlandaskan prinsip syariah.

[1] "Sejarah Perseroan," Bank Syariah Indonesia.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Dalam upaya memperluas inklusi keuangan sejak dini, BSI meluncurkan produk unggulan khusus anak usia sekolah yaitu Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel). Produk ini dirancang untuk anak berusia di bawah 17 tahun dengan persyaratan yang sangat mudah, setoran awal mulai Rp1.000, bebas biaya administrasi bulanan, serta berakad *wadiah yad dhamanah*. Produk ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana menabung, tetapi juga bertujuan menanamkan budaya literasi keuangan syariah sejak usia dini.

BSI Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) adalah tabungan yang dirancang khusus untuk siswa dan diterbitkan secara nasional oleh bank-bank syariah di Indonesia. Tabungan ini memiliki persyaratan yang mudah dan sederhana, serta dilengkapi dengan fitur menarik. Tujuan dari produk ini adalah untuk mendukung edukasi dan inklusi keuangan, mendorong budaya menabung sejak dini, serta menyukseskan program inklusi keuangan yang diselenggarakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).[2]

BSI Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) memiliki beberapa fitur utama yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan nasabah muda. Akad yang digunakan adalah wadiah dan produk ini ditujukan untuk nasabah yang berusia di bawah 17 tahun. Tidak ada nisbah bagi hasil yang diterapkan pada tabungan ini. Setoran awal minimal yang diperlukan adalah Rp1.000,- dengan setoran selanjutnya juga sebesar Rp1.000,-. Saldo minimal yang harus dipertahankan adalah Rp1.000,-. Nasabah dapat melakukan penarikan maksimal sebesar Rp500.000,- per hari melalui ATM BSI, dan penyetoran juga dapat dilakukan dengan jumlah yang sama, yaitu Rp1.000,-. Untuk fasilitas e-channel, nasabah dapat menggunakan BSI Mobile dan menerima notifikasi

[2] Otoritas Jasa Keuangan, 2021)

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

transaksi, meskipun kedua fasilitas ini bersifat opsional dan memerlukan persetujuan dari orang tua atau wali nasabah. Selain itu, nasabah akan mendapatkan kartu debit GPN Silver dan buku tabungan. Penutupan rekening dikenakan biaya sebesar Rp1.000,-.

BSI Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) menawarkan berbagai detail biaya yang transparan untuk nasabahnya. Tidak ada biaya administrasi yang dikenakan per bulan dan biaya penarikan juga tidak ada. Namun, jika nasabah melakukan penarikan di ATM bank lain, akan dikenakan biaya sebesar Rp7.500,-. Untuk transfer antarbank, biaya yang dikenakan adalah Rp6.500,-. Jika nasabah perlu mengganti buku tabungan atau kartu, biaya yang harus dibayar adalah Rp5.000,-. Penutupan rekening dikenakan biaya sebesar Rp1.000,-. Selain itu, tidak ada biaya administrasi tambahan yang dikenakan jika saldo berada di bawah minimal, dan biaya dormant juga tidak ada, yaitu Rp0,-. Namun, untuk pengecekan saldo di ATM bank lain, nasabah akan dikenakan biaya sebesar Rp4.000,-.[3]

Di tengah persaingan yang semakin ketat antar lembaga keuangan, Bank Syariah Indonesia KCP Barru menghadapi tantangan untuk meningkatkan jumlah nasabah produk Tabungan SimPel. Meskipun memiliki potensi pasar yang besar di wilayah Kabupaten Barru, masih terdapat kendala dalam hal efektivitas penyampaian informasi, jangkauan promosi ke sekolah-sekolah terpencil, serta penyesuaian layanan yang lebih ramah bagi kalangan pelajar dan orang tua. Hal ini menjadi hambatan utama dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah tabungan SimPel di cabang tersebut.

[3] Bank Syariah Indonesia, "BSI Tabungan Simpanan Pelajar," 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Permasalahan ini juga diperparah oleh kurang optimalnya pemanfaatan media promosi dan pendekatan personalisasi dalam pelayanan kepada nasabah, sehingga daya tarik produk menjadi terbatas. Selain itu, aspek kualitas layanan yang kurang memadai dalam memberikan kemudahan, kecepatan, dan kepuasan kepada nasabah juga menjadi faktor yang signifikan menghambat pertumbuhan nasabah. Oleh karena itu, diperlukan sebuah strategi promosi yang lebih inovatif, disertai dengan upaya peningkatan kualitas layanan secara berkelanjutan untuk membangun kepercayaan dan memaksimalkan pertumbuhan jumlah nasabah produk tabungan SimPel di BSI KCP Barru.

Lembaga keuangan syariah, termasuk BSI KCP Barru, menghadapi tantangan kompetisi yang semakin ketat dari bank-bank konvensional yang menawarkan produk dan layanan dengan teknologi canggih serta keunggulan dalam hal efisiensi biaya dan aksesibilitas. Untuk tetap kompetitif, BSI KCP Barru harus meningkatkan produk dan layanan yang tidak hanya menarik, tetapi juga sesuai dengan prinsip syariah, untuk menarik minat nasabah, terutama di pasar yang semakin digital dan terhubung.[4]

Pentingnya menabung juga ditegaskan dalam Al-Quran Surah **Al-Furqan ayat 67** berikut ini:

وَالَّذِيْنَ اِذَآ اَنْفَقُوْا لَمْ يُسْرِفُوْا وَلَمْ يَقْتُرُوْا وَكَانَ بَيْنَ ذٰلِكَ قَوَامًا

Artinya: "Dan orang-orang yang apabila berinfak tidak berlebihan dan tidak (pula) kikir, dan (infak mereka) adalah pertengahan antara keduanya. (Q.S. Al-Furqan 25: 67).

Ayat ini mengajarkan keseimbangan dalam pengelolaan harta, yakni tidak boros dan tidak kikir. Menabung adalah salah satu bentuk penerapan nilai ini, yaitu

[4] M. Sangmi, "Digital Banking in Islamic Financial Institutions: Adapting to Competitive Pressures," *Journal of Islamic Financial Research* 10, no. 1 (2023): 87–101.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

menyisihkan sebagian harta untuk kebutuhan mendatang tanpa berlebihan maupun kikir. Nafkah yang wajib ataupun sunah. Hingga mereka lewat batas, jatuh ke dalam kesombongan dan meremehkan hak-hak wajib. Hingga menjadi kikir dan jahat. Mereka menafkahkan hal-hal yang wajib seperti zakat, kaffara dan tunjangan, yang wajib dan hal-hal yang harus diberikan, tetapi tidak sedemikian rupa sehingga merugikan diri sendiri atau orang lain. Ada dalil dalam ayat ini yang menyuruh kita untuk hidup hemat.

B. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana strategi promosi yang diterapkan BSI KCP Barru dalam meningkatkan jumlah nasabah Tabungan SimPel?
2. Bagaimana kualitas layanan yang diberikan BSI KCP Barru pada produk Tabungan SimPel ditinjau dari dimensi SERVQUAL?
3. Apa kendala yang dihadapi sserta upaya penyelesaiannya dalam pelaksanaan strategi promosi dan kualitas layanan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dengan berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah adalah:

1. Mengetahui dan menganalisis strategi promosi yang diterapkan BSI KCP Barru dalam meningkatkan jumlah nasabah Tabungan SimPel.
2. Mengetahui dan menganalisis kualitas layanan yang diberikan BSI KCP Barru pada produk Tabungan SimPel.
3. Mengidentifikasi kendala yang dihadapi serta upaya penyelesaiannya dalam pelaksanaan strategi promosi dan kualitas layanan.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat secara Teoretis

Penelitian ini memperkaya literatur pemasaran jasa perbankan syariah, khususnya mengenai penerapan teori *Promotion Mix* dan SERVQUAL pada segmen pasar pelajar, serta menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat secara Praktis

Bagi pihak BSI KCP Barru, sebagai masukan untuk menyempurnakan strategi promosi dan kualitas layanan Tabungan SimPel. Sedangkan agi pihak sekolah dan masyarakat, sebagai masukan untuk menambah pemahaman mengenai manfaat dan kemudahan produk Tabungan SimPel.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Sebelum melakukan penelitian, penulis terlebih dahulu mengamati dan mencermati penelitian terdahulu yang relevan. Dari penelusuran yang dilakukan penulis, ditemukan pembahasan yang ada kaitannya, namun memiliki fokus penelitian dan objek yang berbeda antara masing-masing penelitian. Tujuan penelitian yang relevan memudahkan peneliti menentukan langkah-langkah, sistematika, dan penyusunan teori maupun konsep. Teori serta konsep yang telah dikemukakan akan dijadikan acuan, pedoman serta rujukan penelitian selanjutnya. Berikut ini beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Hadi meneliti "promosi yang efektif secara signifikan dapat meningkatkan minat nasabah terhadap produk tabungan pada bank komersial di Surabaya". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang dirancang dengan baik, termasuk penggunaan media yang tepat dan pesan yang menarik, dapat secara signifikan menarik perhatian calon nasabah. Penelitian ini menekankan bahwa promosi tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun citra positif bank dan meningkatkan kepercayaan nasabah. Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi lembaga keuangan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menarik minat nasabah baru.[5]

[5] N. Putri dan S. Hadi, "Pengaruh Promosi terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan di Bank KCP Surabaya," *Jurnal Manajemen Pemasaran* 15, no. 2 (2020): 45–53.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Perbedaan penelitian terdahulu dengan yang sekarang yaitu penelitian terdahulu lebih terfokus pada efektivitas promosi dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk tabungan tanpa mempertimbangkan aspek kualitas layanan, sedangkan penelitian saat ini lebih menekankan pada kombinasi antara strategi promosi dan peningkatan kualitas layanan untuk menarik lebih banyak nasabah. Adapun persamaan antara kedua penelitian ini terletak pada pengakuan bahwa promosi yang efektif adalah kunci untuk menarik perhatian nasabah. Keduanya sepakat bahwa strategi promosi yang baik dapat berkontribusi pada peningkatan minat nasabah terhadap produk tabungan.

2. Penelitian oleh Sari dan Utama meneliti "pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah produk tabungan di bank daerah dengan kualitas layanan yang unggul dapat meningkatkan loyalitas nasabah". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang unggul, yang mencakup aspek seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini menegaskan bahwa ketika nasabah merasa puas dengan layanan yang diberikan, mereka cenderung menunjukkan loyalitas yang lebih tinggi terhadap bank tersebut. Dengan demikian, penelitian ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang pentingnya kualitas layanan dalam membangun hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah, serta implikasi strategis bagi lembaga keuangan dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.[6]

Perbedaan penelitian terdahulu dengan yang sekarang yaitu penelitian terdahulu lebih menekankan pada dampak kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah tanpa mempertimbangkan aspek promosi secara

[6] A. Sari dan B. Utama, "Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Produk Tabungan di Bank Daerah," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 8, no. 1 (2019): 28–38.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

mendalam, sedangkan penelitian saat ini lebih mengintegrasikan strategi promosi sebagai elemen kunci dalam meningkatkan jumlah nasabah. Adapun persamaan antara kedua penelitian ini terletak pada pengakuan bahwa kualitas layanan merupakan faktor penting dalam menarik dan mempertahankan nasabah. Keduanya sepakat bahwa kualitas layanan yang baik dapat berkontribusi pada kepuasan dan loyalitas nasabah.

3. Penelitian Damayanti meneliti "strategi promosi digital dalam meningkatkan jumlah nasabah muda di bank syariah" dan menemukan bahwa pemanfaatan media sosial secara aktif memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan interaksi dengan calon nasabah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi digital yang efektif, termasuk penggunaan platform media sosial, mampu menarik perhatian generasi muda yang merupakan segmen pasar yang penting bagi bank syariah. Dengan meningkatkan interaksi melalui konten yang menarik dan relevan, bank dapat membangun hubungan yang lebih kuat dengan calon nasabah, sehingga berpotensi meningkatkan jumlah nasabah muda. Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi lembaga keuangan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi generasi muda di era digital.[7]

Perbedaan penelitian terdahulu dengan yang sekarang yaitu penelitian terdahulu lebih spesifik pada penggunaan media sosial sebagai alat promosi digital untuk menjangkau nasabah muda, sedangkan penelitian saat ini lebih menekankan pada kombinasi antara strategi promosi dan peningkatan kualitas layanan untuk menarik lebih banyak nasabah produk tabungan SimPel. Adapun persamaan antara kedua penelitian ini terletak pada tujuan utama untuk

[7] R. Damayanti, "Strategi Promosi Digital untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Muda di Bank Syariah," *Jurnal Teknologi dan Manajemen* 10, no. 3 (2021): 102–110.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

meningkatkan jumlah nasabah melalui strategi promosi yang efektif. Keduanya mengakui pentingnya promosi dalam menarik perhatian calon nasabah.

4. Studi oleh Wais meneliti "strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk bank syariah Indonesia (studi kantor cabang Palopo)" dengan hasil yang menunjukkan bahwa BSI KCP Palopo telah melaksanakan strategi marketing dalam meningkatkan pembiayaan usaha mikro dengan menggunakan bauran pemasaran yang meliputi *place, product, price, promotion*. Namun, dalam bauran pemasaran pada promotion terdapat promosi yang dianggap agak kurang efektif, seperti promosi melalui pengiklanan di media elektronik seperti Facebook, Twitter, website dan Instagram. Dari sekian promosi yang dilakukan BSI KCP Palopo dalam meningkatkan jumlah nasabah, hanya beberapa promosi yang dianggap efektif, seperti sistem jemput bola, *canvassing* atau *door to door* dan *open table*. Dalam memasarkan produk-produknya, BSI KCP Palopo mengalami beberapa kendala, yang pertama karena pandemi COVID-19.[8]

   Perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian sekarang adalah bahwa penelitian terdahulu dilaksanakan pada saat Covid-19 yang membuat kegiatan promosi memiliki beberapa kendala. Adapun persamaan yaitu sarana yang efektif dilakukan, yakni dengan berkunjung langsung ke nasabah atau biasa disebut Jemput Bola.

5. Penelitian oleh Reza Sri Rahayu meneliti "strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah tabungan pada bank syariah mandiri" yang menunjukkan bahwa penerapan empat unsur strategi pemasaran yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan tempat (*place*) sangat membantu dalam menentukan sasaran pasar agar dapat menjangkau

[8] M. Wais, "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Bank Syariah Indonesia" (Skripsi, IAIN Palopo, 2020).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

nasabah ideal dari berbagai golongan masyarakat. Penerapan empat unsur marketing mix sangat berguna untuk menarik minat nasabah dan mempertahankan nasabah. Kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk tabungan BSM pada BSM (KCP) Ulee Kareng Banda Aceh yaitu adanya persaingan produk, kurangnya promosi yang mengakibatkan minimnya pengetahuan nasabah tentang tabungan BSM.[9]

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saya terdapat pada lokasi serta tahun penelitian. Adapun persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saya yaitu menggunakan *marketing mix* dalam upaya mempertahankan nasabah dan menggunakan metode penelitian kualitatif.

B. Landasan Teoretis

1. Strategi Promosi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, strategi adalah ilmu dan seni yang menggunakan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai. Secara umum, strategi adalah proses penentuan rencana oleh pimpinan yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan cara atau upaya untuk mencapai tujuan tersebut. Pengertian strategi secara khusus adalah tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.[10]

---

[9] Reza Sri Rahayu, "Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bank Syariah Mandiri" (Skripsi, 2020).

[10] Fenny Rosa, dkk., *Manajemen Strategik dalam Perusahaan Internasional* (Jawa Tengah: Penerbit NEM, 2022), hlm. 3–4.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Strategos dalam bahasa Yunani Kuno dapat diartikan sebagai suatu langkah dalam memenangkan suatu pertempuran. Dalam suatu pertempuran terdapat banyak pesaing; oleh sebab itu, dibutuhkan suatu cara atau langkah dalam menghadapi pesaing tersebut.[11] Strategi dapat dikatakan sebagai proses penentuan rencana para manajer yang bertujuan dalam jangka panjang yang di dalamnya disertakan upaya untuk mencapai tujuan dari suatu perusahaan.

Menurut William F. Glueck dalam bukunya Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan, strategi adalah rencana yang dipersatukan secara komprehensif dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan atau lembaga terhadap tantangan dan lingkungan, yang dirancang untuk meyakinkan bahwa sasaran dasar perusahaan akan dicapai dengan pelaksanaan yang tepat oleh organisasi tertentu. Hal ini didukung oleh pendapat swasta, yakni William J. Stanton, yang berpendapat bahwa "Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuan"

Secara terminologis penulis mengutip beberapa pengertian strategi dari para ahli, diantaranya:

a. **David,** dalam bukunya yang berjudul Manajemen Strategi Konsep, mengatakan bahwa strategi merupakan rencana yang disatukan, luas, dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan yang dirancang khusus untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat tergapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.[12]

[11] Suryati, *Pengelolaan Pengajaran* (Yogyakarta: Percetakan Bintang, 2021), hlm. 1.

[12] David, *Manajemen Strategi Konsep* (Jakarta: Salemba Empat, 2004), hlm. 14.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

b. **John A. Byrne,** dalam buku Ali Hasan yang berjudul Marketing Bank Syariah, mendefinisikan strategi sebagai sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang direncanakan, penyebaran sumber daya, dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan.[13]

Dari beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu cara, konsep, dan rencana terpadu yang ditujukan untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan.

Beberapa alasan pentingnya strategi dalam sebuah perusahaan yaitu:[14]

1) Membantu perusahaan dan organisasi beradaptasi dengan perubahan yang terjadi
2) Memberikan jangka panjang yang dituju
3) Membantu perusahaan menjadi lebih efektif
4) Mengidentifikasi keunggulan kompetitif suatu perusahaan
5) Keterlibatan karyawan dalam perancangan strategi akan lebih memotivasi mereka pada tahap pelaksanaan
6) Dengan strategi, perusahaan akan dapat mencegah munculnya masalah di masa yang akan mendatang.

Strategi memiliki beberapa aspek yang paling penting akan dijelaskan di bawah ini:

1) Strategi sebagai *Statement* Pernyataan Tujuan dan Maksud

Tujuan atau maksud harus bertindak sebagai penggerak (pengemudi) masa depan. Peran strategi adalah menentukan, mengklarifikasi, atau menyempurnakan tujuan.

[13] Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 29.

[14] Agustini Sri Wahyuni, *Manajemen Strategi* (Jakarta: Binapura Aksara, 1996), hlm. 67.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

2) Strategi sebagai Suatu Rencana Tingkat Tinggi

Strategi juga memperhatikan cara agar tujuan atau maksud dapat dicapai. Secara umum, strategi cenderung berada pada tingkat yang lebih tinggi dan mengambil keseluruhan pandangan: rencana cenderung lebih rinci, lebih kuantitatif, dan lebih spesifik tentang waktu dan tanggung jawab.

3) Strategi sebagai Sarana untuk Mengalahkan Kompetisi

Salah satu tujuan strategi adalah kemenangan atau keberhasilan dalam arti dapat mengalahkan pesaing dalam suatu permainan atau persaingan. Untuk itu, strategi dibutuhkan agar tetap berada di depan pesaing sebagai suatu kelompok kekuatan.

4) Strategi sebagai Suatu Unsur Kepemimpinan

Strategi memiliki hubungan erat dengan kepemimpinan, dan penetapan pengaturan merupakan salah satu tanggung jawab para pemimpin. Saat pemimpin berubah, strategi cenderung berubah. Sebaliknya, jika strategi perlu diubah, mungkin perlu menunjuk pemimpin baru.

5) Strategi sebagai Menenpatkan Posisi untuk Masa Depan

Oleh karena itu, satu tujuan strategi adalah untuk memposisikan perusahaan untuk masa depan sehingga siap menghadapi ketidakpastian ini. Salah satu cara untuk mencapainya adalah dengan membuat perusahaan lebih mampu beradaptasi.

6) Strategi sebagai Kemampuan Membangun

Strategi adalah pola perilaku yang dihasilkan dari budaya yang tertanam. Setiap perusahaan memiliki budayanya sendiri. Budaya sangat mudah

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

diamati, akan tetapi sulit untuk diubah. Oleh karena itu, strategi yang dapat diadopsi oleh perusahaan sebagian ditentukan oleh budaya ini.[15]

Berdasarkan jenisnya, strategi dibedakan menjadi empat kategori berikut ini:[16]

1) Strategi Integrasi

Strategi ini memungkinkan perusahaan mengendalikan distributor, pemasok, serta pesaing.

2) Stratei Intensif

Strategi ini terdiri dari penetrasi pasar serta pengembangan produk, di mana keduanya membutuhkan upaya yang insentif apabila ingin memaksimalkan penjualan produk dalam sebuah persaingan.

3) Strategi Diversifikasi

Strategi ini diklasifikasikan ke dalam dua jenis, yakni diversifikasi kosentrik dan horizontal. Diversifikasi konsentris yaitu strategi menambah produk ataupun jasa baru yang masih saling terkait. Selanjutnya strategi horizontal yang merupakan penambahan produk ataupun jasa yang tidak terkait.

4) Strategi Defensif

Strategi ini meliputi rasionalisasi biaya, divestasi serta likuidasi. Rasionalisasi biaya digunakan untuk menghemat biaya dan aset guna memaksimalkan laba yang sedang menurun. Selanjutnya, divestasi yakni menjual divisi atau bagian dari organisasi guna menambah modal yang

[15] Kosasih, *Manajemen Strategik* (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021), hlm. 5.
[16] Zaenal Aripin, *Marketing Manajemen* (Sleman: Deepublish, 2021), hlm. 17.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

digunakan untuk akuisisi atau investasi strategis lebih lanjut. Yang terakhir yaitu likuidasi sebagai usaha menjual aset perusahaan secara bertahap sesuai dengan nilai aset tersebut.

Promosi *(promotion)* merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, memengaruhi/membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran tentang perusahaan dan produknya agar bersedia menerima dan membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan.[17]

Promosi menurut Harper Boyd ialah sebuah usaha yang dilaksanakan untuk mempengaruhi seseorang sehingga bersedia menerima produk, konsep ataupun gagasan. Selanjutnya, menurut Basu Swastha Dharmmesta, promosi diartikan sebagai kegiatan satu arah yang dilaksanakan untuk memengaruhi pihak lain sehingga akan menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Kemudian, Louis E. Boone dan David L. Kurtz menjelaskan bahwa promosi adalah upaya membujuk dan memberikan informasi sehingga dapat memengaruhi keputusan pembelian.[18]

Menurut Kotler, yang dimaksud dengan promosi adalah suatu sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya menginformasikan, membujuk dan mengingatkan para konsumen secara langsung ataupun tidak langsung terhadap suatu produk ataupun merek yang ingin mereka jual. Salah satu tujuan dari promosi dalam pengiklanan adalah untuk memberitahu atau mendidik para konsumen.

---

[17] Nana Herdiana Abdurahman dan Achmad Sanusi, *Manajemen Strategi Pemasaran* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), hlm. 16.

[18] Asri Kunda, dkk., *Pengantar Bisnis: Manajemen, Pembiayaan, Pemasaran dan Operasional* (Sumatera Barat: PT Global Eksekutif Teknologi, 2023), hlm. 135.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Promosi adalah suatu pesan yang dikomunikasikan kepada calon pembeli melalui berbagai unsur yang terdapat dalam program. Pada prinsipnya, dalam Islam, mempromosikan suatu barang dan jasa diperbolehkan, hanya saja dalam berpromosi tersebut mengedepankan faktor kejujuran dan menjauhi penipuan. Selain itu, metode yang dipakai pada promosi tidak bertentangan dengan ajaran syariat Islam.

Berikut ini etika yang dilakukan dalam mempromosikan sesuai dengan anjuran Islam, diantaranya:

1) Jangan mudah mengucapkan sumpah.
2) Dalam Islam, sangat dilarang memalsukan dan menipu karena dapat menyebabkan kerugian dan kezaliman serta dapat menimbulkan permusuhan.
3) Menjaga agar selalu memenuhi akad dan janji serta kesepakatan di antara kedua belah pihak (pembeli dan penjual).

Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam (Q.S. Al-Maidah [5]: 1) yang berbunyi:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اَوْفُوْا بِالْعُقُوْدِۗ اُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيْمَةُ الْاَنْعَامِ اِلَّا مَا يُتْلٰى عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّى الصَّيْدِ وَاَنْتُمْ حُرُمٌۗ اِنَّ اللّٰهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيْدُ

Terjemahnya:

> "Wahai orang-orang yang beriman, penuhilah janji-janji! Dihalalkan bagimu hewan ternak, kecuali yang akan disebutkan kepadamu (keharamannya), dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berihram (haji atau umrah). Sesungguhnya Allah menetapkan hukum sesuai dengan yang Dia kehendaki. Maksud janji di sini adalah janji kepada Allah Swt. untuk mengikuti ajaran-Nya dan janji kepada manusia dalam muamalah" (Q.S. Al-Maidah [5]: 1).

Terdapat tiga fungsi dari kegiatan promosi antara lain:

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

1) Mencari dan mendapatkan perhatian dari calon konsumen. Hal ini dibutuhkan karena akan menjadi titik awal proses pengambilan keputusan dalam membeli produk atau jasa yang ditawarkan.
2) Menciptakan dan menumbuhkan rasa tertarik pada calon konsumen. Ketika konsumen sudah tertarik, konsumen akan melanjutkan ke tahap selanjutnya, yakni membeli atau menggunakan. Namun, bisa juga konsumen hanya tertarik saja.
3) Pengembangan rasa ingin tahu (*desire*) dari calon konsumen untuk memiliki produk yang ditawarkan sebagai tahapan lanjutan dari sebelumnya. Saat calon konsumen merasa dirinya mampu baik dari segi harga maupun cara penggunaan, maka rasa ingin memiliki semakin besar dan disertai keputusan untuk membeli.[19]

Promosi (*Promotion*) adalah aktivitas pemasaran yang berusaha mengkomunikasikan, menginformasikan, mempengaruhi atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan. Kegiatan promosi bertujuan memperkenalkan produk baru, dan sebagai salah satu usaha mempertahankan selera konsumen.[20]

Promosi menggunakan berbagai metode untuk memperkenalkan produk atau jasa kepada konsumen juga dimaksudkan untuk merayu calon konsumen. Promosi juga merupakan salah satu elemen dari *marketing mix* yang digunakan untuk memberikan informasi kepada konsumen sehingga konsumen dapat mengenal produk, baik itu barang maupun jasa. Secara umum dalam manajemen

[19] Nur Eka Efendi, dkk., *Strategi Pemasaran* (Padang: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022), hlm. 116.

[20] Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, *Bauran Pemasaran dan Sharia Compliance Terhadap Loyalitas Pelanggan* (Parepare: LAA MAISYIR, 2020), hlm. 61.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

pemasaran bank syariah, konsep *Promotion Mix* (Bauran Promosi) yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia yang terdiri dari 5 elemen utama, yaitu:

1) *Advertising* (Periklanan)

Upaya promosi nonpersonal menggunakan berbagai media untuk menjangkau masyarakat luas. Secara umum, iklan merupakan suatu alat komunikasi yang disampaikan oleh produsen untuk menawarkan produknya yang ditujukan kepada konsumen melalui media berbayar. Contohnya: pemasangan baliho produk tabungan di dekat lampu merah, brosur di ruang tunggu kantor cabang, iklan digital di media sosial resmi, serta promosi fitur aplikasi BYOND by BSI melalui media massa.

2) *Sales Promotion* (Promosi Penjualan)

Insentif jangka pendek untuk merangsang nasabah agar segera membuka rekening atau bertransaksi. Contohnya: program *cashback* saldo bagi nasabah yang membuka rekening via *online,* hadiah langsung (seperti tumbler atau perlengkapan sekolah) untuk pembukaan Tabungan SimPel massal, atau promo potongan harga di *merchant* tertentu jika membayar menggunakan QRIS BSI.

3) *Public Relations* (Hubungan Masyarakat)

Membangun citra positif bank di mata masyarakat dan membina hubungan baik dengan pemangku kepentingan (*stakeholders*). Contohnya: Penyaluran zakat perusahaan, bantuan sosial bencana alam, program CSR, seminar literasi keuangan syariah gratis di sekolah, serta pemberitaan positif di media mengenai kinerja perbankan syariah.

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

4) *Personal Selling* (Penjualan Personal)

Interaksi langsung secara tatap muka antara petugas bank dan calon nasabah untuk menawarkan produk secara persuasif. Contohnya: Petugas *Customer Service* (CS) atau *Consumer Service Executive* (CSE) yang menjelaskan produk tabungan haji atau tabungan SimPel secara langsung kepada nasabah yang datang ke kantor cabang, atau tim *funding* yang melakukan presentasi langsung ke sekolah-sekolah melalui program BSI *Goes to School.*

5) *Direct Marketing* (Pemasaran Langsung)

Komunikasi langsung dengan target nasabah yang spesifik secara personal tanpa perantara. Contohnya: pengiriman pesan penawaran pembiayaan atau pengingat melalui WhatsApp resmi (*BSI Blast*), SMS *banking,* e-mail promosi terjadwal, atau penawaran produk khusus melalui telepon (*telemarketing*) kepada nasabah prioritas.[21]

Sakinah dalam penelitiannya menjelaskan bahwa penerapan bauran promosi yang terencana seperti sosialisasi langsung, penyebaran informasi yang jelas, dan kunjungan ke lembaga pendidikan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah produk tabungan syariah.[22] Hal ini sejalan dengan temuan Aisyah yang menyatakan bahwa strategi promosi yang tepat sasaran

[21] Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Edisi Pertama* (Malang: Bayumedia, 2006), hlm. 31–32.

[22] Sakinah, "Strategi Bauran Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Easy Mudharabah di Bank Syariah Indonesia KCP Enrekang," *Jurnal Funds: Finance, Banking, and Sharia Economics* 4, no. 1 (2025): 42.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

mampu membangun kesadaran masyarakat serta memudahkan calon nasabah memahami manfaat produk yang ditawarkan.[23]

Strategi promosi dalam pemasaran diartikan sebagai serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan pembelian produk oleh konsumen melalui berbagai metode komunikasi dan insentif. Menurut Kotler dan Armstrong, promosi merupakan elemen penting dalam bauran pemasaran yang dapat menarik perhatian calon nasabah dan memengaruhi keputusan pembelian. Lebih lanjut, Damirah dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa strategi promosi mencakup segala upaya komunikasi yang dilakukan perusahaan untuk memperkenalkan produk, menyampaikan informasi manfaat, serta membujuk calon konsumen agar tertarik menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan.[24]

2. Kualitas Layanan

Di sisi lain, kualitas layanan menjadi faktor penentu apakah calon nasabah tertarik untuk membuka rekening sekaligus bertahan menjadi nasabah tetap. Sementara itu, kualitas layanan berkaitan dengan seberapa baik layanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen, yang meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan fasilitas fisik yang memadai. Nurul Fajriah mengemukakan bahwa kualitas pelayanan yang mencakup kecepatan, ketepatan, keramahan, dan keamanan transaksi akan menumbuhkan kepuasan yang berujung pada kepercayaan nasabah.[25] Hal ini diperkuat oleh Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin yang menekankan bahwa dalam perbankan syariah, kualitas layanan juga harus

[23] Aisyah, "Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji dan Umroh IB pada BTN Syariah Parepare," *Jurnal Laa Maisyar* 8, no. 1 (2025): 55.

[24] Damirah, *Pengantar Ilmu Manajemen,* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2023), hlm. 89.

[25] Nurul Fajriah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah (Studi pada Bank Muamalat KC Parepare)," *Jurnal Funds: Finance, Banking, and Sharia Economics* 5, no. 2 (2026): 78.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

berlandaskan prinsip syariah agar selain memuaskan secara teknis, juga memberikan ketenangan batin bagi nasabah.[26] Lebih lanjut, Indrayani dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa faktor promosi yang menarik dan kualitas layanan yang baik secara bersamaan menjadi alasan utama masyarakat memilih dan menggunakan jasa perbankan syariah.[27]

Peningkatan kualitas layanan merupakan salah satu strategi penting yang dapat digunakan oleh lembaga keuangan untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Kualitas layanan yang baik tidak hanya mencakup kecepatan dan ketepatan dalam memberikan layanan, tetapi juga mencakup aspek seperti empati, keandalan, dan jaminan. Menurut Zeithaml, Parasuraman, dan Berry, kualitas layanan yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan nasabah, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada loyalitas nasabah serta peningkatan jumlah nasabah baru. Ketika nasabah merasa puas dengan layanan yang mereka terima, mereka lebih cenderung merekomendasikan bank ini kepada orang lain, sehingga dapat memperluas basis nasabah bank tersebut.[28]

Peningkatan kualitas layanan juga dapat menciptakan citra positif bagi bank di mata masyarakat. Dalam era persaingan yang ketat, bank yang mampu memberikan pengalaman layanan yang unggul akan lebih mudah menarik perhatian calon nasabah. Penelitian oleh Sari dan Utama menunjukkan bahwa kualitas layanan yang unggul dapat meningkatkan kepuasan nasabah yang berujung pada loyalitas dan peningkatan jumlah nasabah. Dengan demikian, bank

---

[26] Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, "Penilaian Kualitas Layanan Berbasis Syariah pada Pengelolaan Perbankan Berkelanjutan," *Jurnal Banco* 3, no. 2 (2026): 29.

[27] Indrayani, "Faktor Penentu Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Indonesia KC Parepare," *Jurnal Funds: Finance, Banking, and Sharia Economics* 5, no. 1 (2026): 61.

[28] V. A. Zeithaml, A. Parasuraman, dan L. L. Berry, *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations* (New York: Free Press, 1990).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

perlu berinvestasi dalam pelatihan karyawan, pengembangan sistem layanan, dan teknologi pendukung untuk memastikan mereka dapat memberikan layanan berkualitas tinggi.[29]

Penggunaan indikator SERVQUAL (*Service Quality*) sebagai panduan wawancara (pedoman instrumen) dan pisau analisis untuk menguliti kualitas layanan secara mendalam berdasarkan narasi deskriptif. Berikut 5 dimensi SERVQUAL:

1) *Tangibles* (Bukti Fisik)

Indikator ini digali untuk melihat bagaimana fasilitas nyata bank memengaruhi kenyamanan dan persepsi nasabah.

Fokus Indikator:

a) Kenyamanan ruang tunggu, kebersihan kantor, dan ketersediaan fasilitas penunjang (fasilitas parkir, pendingin ruangan/AC).
b) Penampilan, kerapian, dan kesopanan pakaian seragam para pegawai (*frontliner*).
c) Kelayakan teknologi penunjang (seperti kondisi mesin ATM atau fasilitas Mobil Kas Keliling).

2) *Reliability* (Keandalan)

Indikator ini mengukur kemampuan bank dalam memberikan pelayanan yang akurat, konsisten, dan tepercaya sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan.

Fokus Indikator:

[29] R. Sari dan A. Utama, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Di Bank Daerah," *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 7, no. 1 (2019): 45–56.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

a) Akurasi petugas dalam menginput data pembukaan rekening atau mencatat transaksi setoran penarikan (tidak ada kekeliruan saldo).
b) Kemudahan dan kejelasan prosedur pelayanan administrasi yang tidak berbelit-belit.
c) Konsistensi jam operasional pelayanan sesuai dengan jadwal yang dijanjikan.

3) *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Indikator ini menilai kemauan dan kecekatan para staf dalam membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat/responsif.

Fokus Indikator:

a) Kecepatan waktu tunggu antrean dan waktu eksekusi transaksi di meja teller atau CS.
b) Kesigapan petugas dalam membantu nasabah yang kebingungan (misalnya saat mengisi formulir).
c) Keaktifan petugas dalam merespons komplain, keluhan, atau pertanyaan nasabah secara solutif.

4) *Assurance* (Jaminan)

Indikator ini berkaitan dengan perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan rasa percaya, rasa aman, dan keyakinan di dalam diri nasabah.

Fokus Indikator:

a) Kompetensi dan keluasan pengetahuan petugas saat menjelaskan produk atau menjawab pertanyaan kritis nasabah.
b) Keramahan, kesantunan, dan etika berkomunikasi petugas perbankan.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

c) Jaminan keamanan data pribadi dan kepastian keamanan uang yang disimpan di bank.

5) *Empathy* (Empati)

Indikator ini mengukur perhatian secara tulus dan bersifat pribadi yang diberikan bank kepada nasabah.

Fokus Indikator:

a) Kemauan petugas untuk mendengarkan kebutuhan atau keluhan nasabah dengan sabar tanpa memotong pembicaraan.
b) Sikap adil petugas dalam melayani nasabah (tidak membeda-bedakan pelayanan berdasarkan penampilan atau jumlah tabungan).
c) Fleksibilitas atau kebijakan bank dalam membantu kesulitan nasabah tertentu (misalnya lansia, disabilitas, atau pelajar di daerah pelosok).

Dalam konteks ini, penting bagi bank untuk melakukan evaluasi secara berkala terhadap kualitas layanan yang mereka tawarkan. Melalui survei kepuasan nasabah dan umpan balik dari nasabah, bank dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan mengimplementasikan perubahan yang diperlukan. Dengan cara ini, bank tidak hanya dapat meningkatkan kualitas layanan, tetapi juga dapat meningkatkan jumlah nasabah yang tertarik untuk menggunakan produk dan layanan mereka.

3. Produk Tabungan SimPel pada Bank Syariah Indonesia

a. Tabungan Simpanan Pelajar

Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Nasabah, jika

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

hendak mengambil simpanannya, dapat datang langsung ke bank dengan membawa buku tabungan atau slip penarikan, atau melalui fasilitas ATM. Pasal 1 angka 21 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah menyebutkan bahwa tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadiah* atau investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati.[30]

Islam dalam hal ini mempunyai dua prinsip perjanjian yang sesuai untuk diimplementasikan dalam produk perbankan berupa tabungan, yaitu *wadiah* dan *mudharabah*. Hampir sama dengan giro, pilihan terhadap produk ini tergantung pada keinginan nasabah. Jika hanya ingin menyimpan saja, maka bisa dipakai produk tabungan *wadiah*, sedangkan jika untuk nasabah yang ingin berinvestasi atau mencari keuntungan, maka yang ditawarkan dan yang sesuai adalah tabungan *mudharabah*.

Islam menganjurkan untuk hemat dalam setiap hal. Sehingga Islam menetapkan berbagai aturan perekonomian untuk menabung. Aturan-aturan tersebut dapat dilihat, sebagai berikut:

1) Menyimpan uang kelebihan setelah kebutuhan primer terpenuhi.
2) Menyimpan kelebihan uang untuk menghadapi kesulitan di masa mendatang.
3) Sebagai hak dan harta bagi generasi mendatang.
4) Tidak diperbolehkan menimbun harta, melainkan harus berbagi melalui sedekah.

[30] Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah*, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 94, Pasal 1.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

5) Harta harus didapatkan secara baik dan halal.

Islam dalam hal ini memiliki dua prinsip perjanjian yang sesuai untuk diimplementasikan dalam produk perbankan berupa tabungan, yaitu *wadiah* dan *mudharabah*. Hampir sama dengan giro, pilihan terhadap produk ini tergantung pada keinginan nasabah. Jika hanya ingin menyimpan saja, maka bisa memakai produk tabungan wadiah, sedangkan jika nasabah ingin berinvestasi atau mencari keuntungan, maka yang ditawarkan dan yang sesuai adalah tabungan *mudharabah*.

Mudharabah adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak di mana pihak pertama *(shahibul maal)* menyediakan seluruh modal *(dana)*, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola dana *(mudharib)* dalam suatu kegiatan produktif. Perbankan syariah secara singkat memiliki dua macam produk tabungan, yaitu tabungan *wadiah* dan tabungan *mudharabah*. Perbedaan utama dengan tabungan di perbankan konvensional adalah tidak dikenalnya suku bunga tertentu yang diperjanjikan, yang ada adalah nisbah atau persentase bagi hasil pada tabungan *mudharabah* dan bonus pada tabungan *wadiah*. *Wadiah* dalam bahasa *fiqh* berarti barang titipan atau pemberian harta untuk dijaga oleh penerimanya. Karena itu, istilah *wadiah* sering disebut sebagai sesuatu yang ditempatkan bukan pada pemiliknya supaya dijaga. Sedangkan Al-Qur'an memberikan arti *wadiah* sebagai amanat bagi orang yang menerima titipan, dan ia wajib mengembalikannya apabila pemilik meminta pengembalian.[31]

Wadiah diambil dari lafal *wadi al-syai* (menitipkan sesuatu) dengan makna meninggalkannya. Dinamakan wadiah sesuatu yang dititipkan seseorang

[31] Dwi Suwiknyo, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 295.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

kepada yang lain untuk menjaganya bagi dirinya, karena ia meninggalkannya pada pihak yang dititipi. Oleh karena itu, secara bahasa wadiah berarti sesuatu yang diletakkan pada selain pemiliknya agar dipelihara atau dijaga. *Wadiah* ini merupakan nama yang berlawanan antara memberikan harta untuk dipelihara dengan penerimaan yang merupakan *mashdar* dari *awda'a (ida')* yang berarti titipan dan membebaskan barang yang dititipkan.

Dari beberapa definisi tersebut, secara kumulatif dapat disimpulkan bahwa *wadiah* memiliki dua pengertian. Pertama, pernyataan dari seseorang yang memberikan kuasa atau mewakilkan kepada pihak lain untuk memelihara atau menjaga hartanya. Kedua, sesuatu atau yang dititipkan seseorang kepada pihak lain agar dipelihara atau dijaganya. Pada pengertian pertama, *wadiah* lebih diartikan sebagai tasharuf yang dilakukan oleh pemilik harta kepada pihak lain untuk menjaga hartanya, sedangkan pada pengertian kedua, *wadiah* lebih diartikan sebagai harta yang dititipkan oleh pemiliknya kepada pihak lain.

Wadiah adalah permintaan dari seseorang kepada pihak lain untuk mengganti dalam memelihara atau menjaga hartanya, yakni permintaan untuk mengganti pihak yang memiliki harta. Hal ini berarti bahwa *wadiah* menetapkan permintaan untuk mengganti posisi pemilik harta yang menjaganya. Dalam konteks ini, *wadiah* memiliki makna yang sama dengan wakalah, di mana pemilik harta mewakilkan kepada pihak lain untuk menjaga atau memelihara hartanya. Dari pemaknaan ini, dapat dipahami pula bahwa *wadiah* pada hakikatnya adalah amanat yang diberikan oleh pemilik harta kepada pihak yang dititipi dan wajib mengembalikannya kepada pemiliknya pada saat pemilik menghendakinya. Hal ini disebabkan oleh *wadiah* dan

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

amanah yang merupakan dua kata dengan makna yang hampir sama (sinonim), meskipun tidak persis sama. *Wadiah* merupakan permintaan secara sengaja untuk menjaga, sedangkan amanah adalah sesuatu yang diserahkan kepada seseorang, baik dengan maksud *wadiah* maupun tidak. Dalam hal ini, *wadiah* adalah kepercayaan dalam makna khusus, sedangkan amanah adalah kepercayaan dalam makna umum.

Tabungan untuk pelajar merupakan jenis tabungan yang secara nasional dikembangkan oleh bank di Indonesia melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Komite Pengembangan Jasa Keuangan Syariah (KPJKS) dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendukung budaya menabung sejak dini.[32]

Sejak kanak-kanak, seseorang sudah dianjurkan untuk hidup hemat dengan menabung. Pada awalnya, menabung masih dilakukan secara sederhana, menyimpan uang di bawah bantal atau dalam celengan dan menyimpannya di rumah, dengan risiko kehilangan atau kerusakan uang yang begitu besar.[33] Saat pertama kali diperkenalkan kepada masyarakat, tabungan simpel diikuti dan didukung oleh delapan bank umum konvensional serta enam bank umum syariah. Bank umum konvensional tersebut di antaranya Bank BNI, Mandiri, BRI, BCA, BTN, Bank Permata, Bank BJB dan Bank Jatim. Sedangkan untuk

[32] Ruqayyah, "Peran Tabungan IB Simpel dalam Perkembangan PT Bank Sumut KCP Syariah Simpang Kayu Besar," *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi, dan Manajemen (JIKEM)* 2, no. 1 (2022): 831.

[33] Dian Aswari Nasution, "Analisis Strategi Pemasaran Simpanan Pelajar (iB) pada Bank Syariah Indonesia KC Gatot Subroto Kota Jambi" (Skripsi, UIN Sulthan Thaha Saifuddin, Jambi, 2021).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

perbankan syariah, di antaranya Bank Muamalat, Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah, BNI Syariah (sekarang BSI), BCA Syariah, dan Bank Panin Syariah.[34]

Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) adalah tabungan untuk siswa atau anak-anak berusia di bawah 17 tahun dan belum memiliki KTP yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia, dengan persyaratan yang mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan, serta membangun budaya menabung sejak dini. Dengan begitu, diharapkan generasi muda menjadi lebih disiplin dalam mengatur keuangan, lebih cepat memahami layanan perbankan, dan yang terpenting adalah dapat menanamkan serta membangun karakter yang giat menabung demi masa depan yang lebih cemerlang. BSI Simpanan Pelajar (SimPel) adalah tabungan untuk siswa PAUD, TK, SD, SMP, SMA, madrasah (MI, MTs, MA) atau sederajat yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia.

Tabungan memiliki persyaratan yang sederhana dan mudah dengan fitur menarik yang bertujuan untuk mendorong literasi keuangan dan budaya menabung. SimPel dipimpin oleh pemerintah dan dikelola oleh OJK. Produk SimPel memiliki banyak manfaat bagi anak-anak. Tabungan SimPel juga bertujuan untuk memberikan pengalaman belajar menabung, membangun budaya menabung serta melatih anak-anak dalam mengelola keuangan mereka sendiri.

Syarat umum pembukaan rekening tabungan simpanan pelajar:

[34] Vivi Fathonah dan R. Edi Komaruddin, "Menumbuhkan Minat Menabung Sejak Dini dalam Perspektif Ekonomi Islam: Studi Kasus KKN-DR Sisdamas 2021," dalam *Prosiding UIN Sunan Gunung Djati Bandung* 1, no. 46 (Desember 2021): 72.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

1) Terdaftar sebagai siswa SD/SMP/SMA yang telah menjalin kerja sama dengan PT Bank Syariah Indonesia.
2) Fotokopi KTP orang tua dan kartu pelajar.
3) Belum memiliki KTP dan berusia di bawah 17 tahun.
4) Tidak diperbolehkan membuka rekening bersama (*joint account*).

Tabungan SimPel memberikan kemudahan dalam membuka tabungan serta kemudahan dalam bertransaksi, diantaranya sebagai berikut:

1) Setoran awal minimum Rp. 5.000
2) Setoran tunai selanjutnya Rp. 1.000
3) Saldo minimum rekening Rp. 5.000

Dapat menyebar secara kolektif, datang langsung ke bank, serta melakukan transaksi antarkantor secara *real time online*.

Tata cara pembukaan rekening:

1) Pembukaan rekening dilakukan melalui kerja sama dengan pihak sekolah dan pihak bank yang ditandai dengan surat perjanjian kerja sama.
2) Orang tua atau wali dapat memberikan izin kepada sekolah (pejabat sekolah) untuk membuka rekening Tabungan SimPel.
3) Pembukaan CIF dan pembukaan rekening Tabungan SimPel dilakukan oleh bank.
4) Orang tua atau wali wajib memberikan contoh tanda tangan pada buku Tabungan SimPel.
5) Pembuatan CIF dan pembukaan rekening Tabungan SimPel sederhana dilakukan dengan menggunakan nama dan data siswa.[35]

[35] Ruqayyah dan Nurul Jannah, "Peran Tabungan IB Simpel Dalam Perkembangan PT Bank Sumut KCP Syariah Simpang Kayu Besar," *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi, dan Manajemen* 2, no. 1 (2022): 831–832.

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

b. Bank Syariah Indonesia

1) Pengertian Bank Syariah

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan dan/atau bentuk lainnya untuk meningkatkan taraf hidup rakyat. Menurut ensiklopedia Islam, bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit serta jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariat Islam.[36]

Menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Pasal 1 Ayat (1), Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Dalam Pasal 1 Ayat (7) Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah disebutkan bahwa Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Menurut jenisnya, bank syariah terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Dalam Pasal 1 ayat (12) disebutkan bahwa prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah.

Seperti yang telah diartikan sebelumnya, bank syariah dalam sistem serta kegiatan operasionalnya dilaksanakan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Prinsip syariah diartikan sebagai prinsip berdasarkan hukum Islam

[36] Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hlm. 49.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

atau norma agama Islam. Dalam hal ini, pengertian bank syariah dan bank Islam sama, yaitu sistem perbankan yang berdasarkan hukum-hukum Islam (syariah). Dasar pemikiran terbentuknya bank syariah bersumber dari adanya larangan riba di dalam Q.S. Al-Baqarah/2: 275, sebagai berikut:

اَلَّذِيْنَ يَأْكُلُوْنَ الرِّبٰوا لَا يَقُوْمُوْنَ اِلَّا كَمَا يَقُوْمُ الَّذِيْ يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطٰنُ مِنَ الْمَسِّۗ ذٰلِكَ بِاَنَّهُمْ قَالُوْٓا اِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبٰواۘ وَاَحَلَّ اللّٰهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبٰواۗ فَمَنْ جَاۤءَهٗ مَوْعِظَةٌ مِّنْ رَّبِّهٖ فَانْتَهٰى فَلَهٗ مَا سَلَفَۗ وَاَمْرُهٗٓ اِلَى اللّٰهِۗ وَمَنْ عَادَ فَاُولٰۤىِٕكَ اَصْحٰبُ النَّارِۚ هُمْ فِيْهَا خٰلِدُوْنَ

Terjemahnya:

> "Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian terjadi karena mereka mengatakan bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya".[37]

Ayat di atas menegaskan bahwa Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba, "*wa ahalla Allah al-bay'a waharrama ar-riba*", dengan pengertian bahwa pada jual beli ada pertukaran atau pergantian yang seimbang, yaitu barang dari pihak penjual kepada pembeli, sedangkan pada riba tidak ada penyeimbang langsung kecuali kesempatan pemanfaatan utang. Ayat ini diakhiri dengan penegasan ulang bahwa sudah seharusnya riba dihentikan karena orang-orang yang suka terlibat dalam transaksi riba akan masuk ke dalam neraka.

Bank syariah dalam menjalankan usahanya menggunakan pola bagi hasil sebagai landasan utama operasinya, baik dalam produk pendanaan dan

[37] Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Cet. I (Solo: Tiga Serangka Pustaka Mandiri, 2018).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

pembiayaan maupun produk lainnya. Produk bank syariah memiliki kemiripan tetapi tidak sama dengan produk bank konvensional karena adanya larangan riba, gharar dan maysir. Oleh karena itu, produk-produk pendanaan dan pembiayaan pada bank syariah harus menghindari unsur-unsur yang dilarang tersebut.

Menurut Schaik dalam buku Khaerul Umam yang berjudul Manajemen Perbankan Syariah, bank Islam adalah sebuah bentuk bank modern yang didasarkan pada hukum Islam yang sah, dikembangkan pada abad pertama, kemudian Islam menggunakan konsep berbagi risiko sebagai metode utama, meniadakan keuangan yang berdasarkan kepastian serta keuntungan yang ditentukan sebelumnya.[38]

Pengertian senada diungkapkan oleh Karnaen Perwataatmaja dan Muhammad Syafi'i Antonio yang mendefinisikan bank Islam sebagai bank yang beroperasi sesuai prinsip-prinsip syariat Islam, yakni bank yang dalam beroperasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariat Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah Islam. Berdasarkan berbagai pendapat yang telah dikemukakan, dapat dipahami bahwa bank syariah atau bank Islam adalah suatu lembaga keuangan perbankan yang dalam kegiatan operasionalnya menerapkan sistem yang berdasarkan syariat Islam.

2) Fungsi dan Peran Bank Syariah

Selayaknya suatu usaha yang dibangun atas dasar kemaslahatan umat baik di dunia maupun akhirat, bank syariah hendaknya menjalankan fungsi dan perannya sesuai dengan ajaran Islam yang berlandaskan Al-Qur'an dan

[38] Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 15.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Hadis. Adapun fungsi dan peran bank syariah yang diantaranya tercantum dalam pembukaan standar akuntansi yang dikeluarkan oleh AAOIFI (Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution) sebagai berikut:[39]

a) Manajer investasi bank syariah dapat mengelola investasi dana nasabah.
b) Investor Bank Syariah dapat menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya.
c) Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, Bank Syariah, dapat melakukan kegiatan-kegiatan jasa-jasa layanan perbankan sebagaimana lazimnya.
d) Pelaksanaan kegiatan sosial, sebagai ciri yang melekat pada entitas keuangan syariah, Bank Islam juga memiliki kewajiban untuk mengeluarkan dan mengelola (menghimpun, mengadministrasikan, mendistribusikan) zakat serta dana-dana sosial lainnya.

3) Tujuan Bank Syariah

Dibandingkan dengan bank konvensional, bank syariah memiliki tujuan lebih luas daripada bank konvensional, namun tetap mencari keuntungan, di mana keuntungan tersebut didapatkan dengan cara-cara yang syariah dan berasal dari sektor riil sehingga tidak ada unsur riba. Adapun tujuan bank syariah sebagai berikut:[40]

[39] Heri Sudarsono, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi* (Yogyakarta: Ekonisia, 2013), hlm. 43.

[40] Heri Sudarsono, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi* (Yogyakarta: Ekonisia, 2013), hlm. 57.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Menyediakan lembaga keuangan perbankan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.

a) Memotivasi masyarakat untuk ikut serta dalam pembangunan.
b) Merubah cara berpikir masyarakat agar lebih baik dan lebih ekonomis sehingga masyarakat tersebut lebih baik dalam hidupnya.
c) Melalui produk perbankan syariah yang ada, masyarakat akan disadarkan mengenai pentingnya berbagi dan bagi hasil. Artinya, masyarakat tidak lagi melakukan riba.

4) Karakteristik Produk Bank Syariah

Implementasi transaksi yang sesuai dengan paradigma dan asas transaksi syariah harus memenuhi karakteristik dan persyaratan sebagai berikut:[41]

a) Transaksi hanya dilakukan berdasarkan prinsip saling paham dan saling ridha.
b) Prinsip kebebasan bertransaksi diakui sepanjang objeknya halal dan baik (*thayib*).
c) Uang hanya berfungsi sebagai alat tukar dan satuan pengukur lain, bukan sebagai komoditas.
d) Tidak mengandung unsur riba, maysir, gharar, kezaliman, dan haram.
e) Tidak menganut prinsip nilai waktu dari uang (*time value of money*) karena keuntungan yang didapat dalam kegiatan usaha terkait dengan risiko yang melekat pada kegiatan usaha tersebut sesuai dengan prinsip *al-ghunmu bil ghurmi*.
f) Transaksi dilakukan berdasarkan suatu perjanjian yang jelas dan benar serta untuk keuntungan semua pihak tanpa merugikan pihak lain.

[41] Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hlm. 66.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

g) Tidak ada distorsi harga melalui rekayasa permintaan (*najasy*) maupun melalui rekayasa penawaran (*ihtikar*).

h) Tidak mengandung unsur kolusi dengan suap-menyuap (*risywah*).

5) Produk Bank Syariah

a) BSI Tabungan Valas

Tabungan dengan pilihan akad *Wadiah Yad dhamanah* atau *Mudharabah Muthlaqah* dalam mata uang dolar yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan Bank.

b) BSI Tabungan Haji Indonesia

Tabungan perencanaan haji dan umrah berlaku untuk seluruh usia berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah dan mudharabah. Tabungan ini tidak dikenakan biaya administrasi bulanan dan dilengkapi fasilitas kartu ATM dan fasilitas *E-Channel* apabila telah terdaftar di Siskohat (mendapat porsi).

c) BSI Tabungan *Easy Mudharabah*

Tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam operasional kas di kantor bank atau melalui ATM.

d) BSI Tabungan Pendidikan

Tabungan dengan akad *Mudharabah Muthlaqah* yang diperuntukkan bagi segmen perorangan dalam merencanakan pendidikan dengan sistem autodebet dan mendapat perlindungan asuransi.

e) BSI Tabungan Bisnis

Tabungan dengan akad *Mudharabah Muthlaqah* dalam mata uang rupiah yang dapat memudahkan transaksi segmen wiraswasta dengan

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

limit transaksi harian yang lebih besar dan fitur bebas biaya RTGS, transfer SKN & setoran kliring masuk melalui *Teller* dan *Net Banking*.

f) BSI TabunganKu

Tabungan dengan akad *Wadiah Yad Dhamanah* untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

g) BSI Tabungan Pensiun

Tabungan dengan pilihan akad *Wadiah Yad Dhamanah* atau *Mudharabah Muthlaqah* diperuntukkan bagi nasabah perorangan yang terdaftar di Lembaga Pengelola Pensiun yang telah bekerja sama dengan Bank.

h) BSI Tabungan Efek Syariah

Tabungan Efek Syariah dengan akad *Mudharabah Muthlaqah* merupakan Rekening Dana Syariah (RDN) yang diperuntukkan untuk nasabah perorangan untuk penyelesaian transaksi efek di Pasar Modal.

i) BSI Tabungan Smart

Basic Saving Account dengan akad *Wadiah Yad Dhamanah* merupakan literasi dari OJK dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

j) BSI Tabungan Prima

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Produk tabungan yang diperuntukkan bagi segmen nasabah *high net worth individuals* berakad *Mudharabah* dan *Wadiah* yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan.

k) BSI Tabungan Mahasiswa

Tabungan dengan akad *wadiah* dari para mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri/Perguruan Tinggi Swasta (PTN/PTS) atau pegawai/anggota Perusahaan/Lembaga/Asosiasi/Organisasi Profesi yang bekerja sama dengan Bank.

l) BSI Tabungan Junior

Tabungan yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia di bawah 17 tahun untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

m) BSI Tabungan Simpanan Pelajar

Tabungan dengan akad *Wadiah Yad Dhamanah* untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh syariah di Indonesia, dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

n) BSI Tabungan Rencana

Tabungan dengan akad *Mudharabah Yad Dhamanah* yang diperuntukkan bagi segmen perorangan dalam merencanakan keuangannya dengan sistem *autodebet* dan perlindungan asuransi gratis.

o) BSI Tabungan *Autosave* dan *Qurban*

Fitur tabungan Bank Syariah Indonesia yang memudahkan nasabah yang ingin menabung dana kurban secara otomatis via BSI

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Mobile. Dilengkapi juga dengan fitur pembelian hewan *Qurban* melalui penyelenggaraan *Qurban* yang merupakan rekanan Bank.

Sehingga dalam konteks produk tabungan SimPel pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru, penerapan strategi promosi dan peningkatan kualitas layanan secara simultan menjadi landasan untuk menumbuhkan jumlah nasabah, karena promosi efektif menarik nasabah baru, sementara kualitas layanan menjaga kepuasan dan loyalitas nasabah.

C. Kerangka Konseptual

Strategi Promosi dan Peningkatan Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan SimPel pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru.

1. Strategi Promosi

Meliputi berbagai metode dan teknik yang digunakan untuk menarik perhatian calon nasabah, seperti iklan, promosi melalui media sosial, dan kegiatan pemasaran langsung. Strategi promosi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran dan minat calon nasabah terhadap produk tabungan SimPel. Promosi yang tepat sasaran dan menarik dapat menarik perhatian segmen pasar yang lebih luas.

2. Peningkatan Kualitas Layanan

Mengacu pada seberapa baik layanan yang diberikan oleh bank, termasuk keandalan, daya tanggap, empati, dan jaminan yang dirasakan oleh nasabah. Peningkatan kualitas layanan berkontribusi pada kepuasan nasabah yang lebih tinggi. Ketika nasabah merasa puas dengan layanan yang mereka terima, mereka lebih cenderung untuk merekomendasikan bank kepada orang lain dan tetap menggunakan produk yang ditawarkan.

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

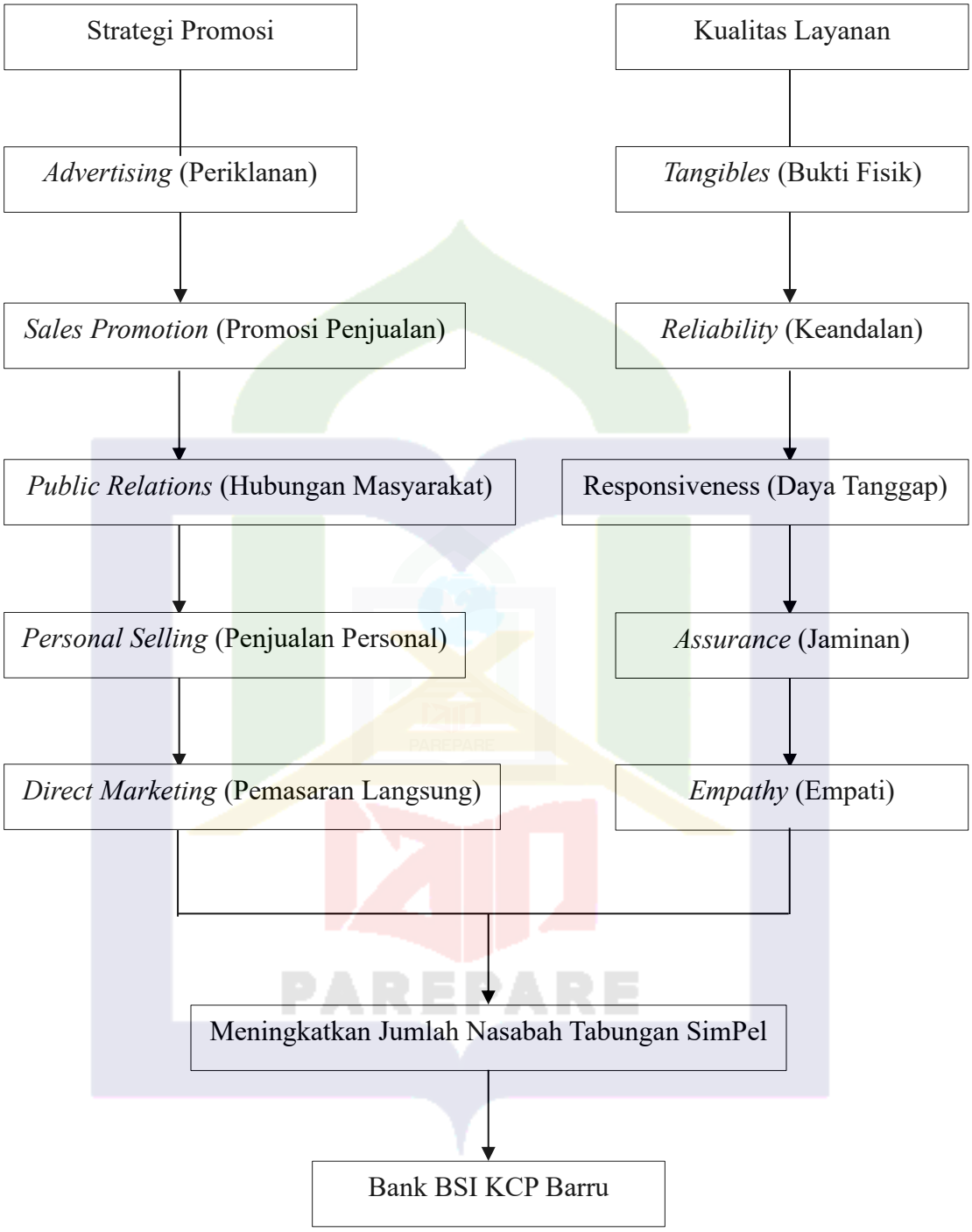
3. Jumlah Nasabah

Jumlah nasabah merupakan ukuran dari banyaknya nasabah yang menggunakan produk tabungan SimPel di Bank Syariah Indonesia KCP Barru. Jumlah nasabah akan meningkat sebagai hasil dari kombinasi strategi promosi yang efektif dan peningkatan kualitas layanan. Dengan demikian, kedua faktor ini saling mendukung dalam menciptakan pengalaman positif bagi nasabah.

D. Kerangka Pikir

Untuk mengetahui masalah yang akan dibahas, maka perlu adanya kerangka pemikiran yang merupakan gambaran tentang pola hubungan antara konsep atau variabel secara koheren yang merupakan gambaran yang utuh terhadap fokus penelitian kemudian dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Merujuk pada permasalahan yang diteliti, penelitian ini termasuk dalam kategori lapangan *(field research)*. Yakni meneliti peristiwa-peristiwa atau kejadian yang ada di lapangan sebagaimana adanya. Berdasarkan masalahnya, penelitian ini digolongkan sebagai penelitian kualitatif, artinya penelitian ini berupa mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif menggunakan instrumen penelitian. Kebersihan dalam pengumpulan data banyak ditentukan oleh kemampuan peneliti menghayati situasi sosial yang dijadikan fokus penelitian. Peneliti dapat melakukan wawancara dengan objek yang diteliti. Seorang peneliti harus mampu mengamati situasi sosial yang terjadi dalam konteks yang sesungguhnya, mengambil gambar fenomena, simbol, dan tanda yang terjadi, mungkin pula dapat merekam dialog yang terjadi. Hal ini dapat dilakukan. Peneliti tidak akan mengakhiri fase pengumpulan data sebelum yakin bahwa data yang terkumpul dari berbagai sumber yang berbeda dan berfokus pada situasi sosial yang diteliti telah mampu menjawab penelitian.[42]

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk menggali dan memahami strategi promosi serta peningkatan kualitas layanan dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan SimPel pada Bank

[42] Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 372.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Syariah Indonesia KCP Barru. Pendekatan kualitatif dipilih agar peneliti dapat memperoleh pemahaman mendalam tentang fenomena yang terjadi secara natural dan kontekstual.

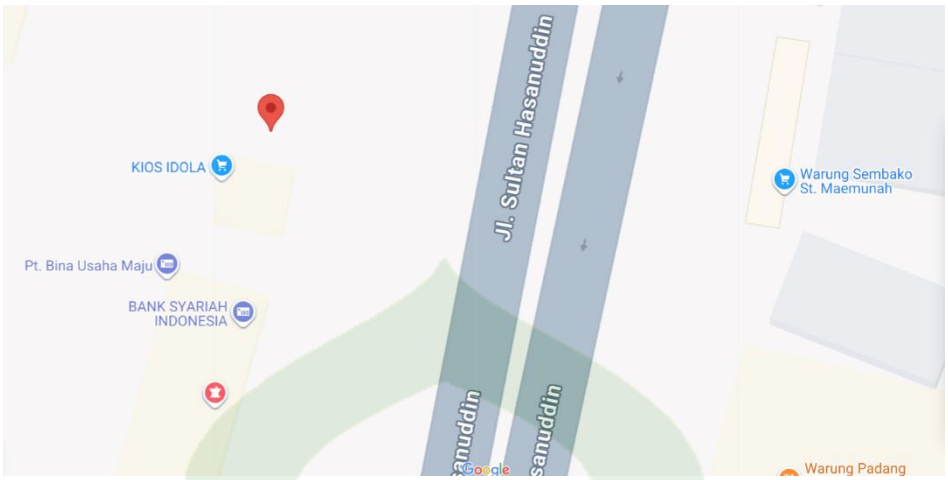
Proses dan makna lebih ditonjolkan dalam jenis penelitian ini dengan landasan teori yang dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Berbeda dengan kuantitatif, pada jenis penelitian ini peneliti ikut serta dalam peristiwa atau kondisi yang diteliti. Untuk itu, hasil dari riset kualitatif memerlukan kedalaman analisis dari peneliti. Secara umum, penelitian kualitatif memperoleh data utama dari wawancara dan observasi.[43]

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia KCP Barru Perum. Griya UBM Blok A.5, Jl. A.A Bau Massepe Ling Desa/Kelurahan Coppo, Kecamatan Barru, Kabupaten Barru, Provinsi Sulawesi Selatan, Kode Pos 90711, dengan waktu penelitian berlangsung selama ± 1 bulan. Penulis memilih lokasi tersebut karena melihat situasi yang ada di sana sangat strategis dan lebih sesuai dengan yang ingin diteliti.

[43] Ramdhan, "Metode Penelitian," dalam *Metode Penelitian Kualitatif* (2021), hlm. 43.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE



Gambar 3.1 Lokasi Penelitian

C. Fokus Penelitian

Penelitian kualitatif, fokus penelitian adalah fokus kajian penelitian atau subjek yang akan diteliti, berisi penjelasan tentang dimensi apa yang menjadi pusat perhatian dan mana yang akan dibahas secara mendalam dan menyeluruh.[44] Fokus penelitian diperlukan untuk memperjelas gambaran apa yang diteliti. Penelitian ini berfokus pada strategi promosi yang diterapkan dan upaya peningkatan kualitas layanan yang dilakukan untuk menarik dan mempertahankan nasabah Tabungan SimPel.

D. Jenis dan Sumber Data

Pada sebuah penelitian, perlu dilakukan pengumpulan data dengan menggunakan beberapa metode. Data adalah bentuk jamak dari datum. Data adalah gambaran tentang sesuatu yang dapat berupa sesuatu yang diketahui, dianggap, atau ditanggapi. Dengan kata lain, suatu fakta yang digambarkan melalui angka, simbol,

[44] Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2003).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

kode, dan lain-lain.[45] Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, artinya data berupa kata-kata, bukan berupa angka-angka.

Menurut Sukmadinata, penelitian kualitatif bersifat induktif; peneliti membiarkan masalah muncul dari data atau dibiarkan terbuka untuk interpretasi. Pengumpulan data dilakukan secara hati-hati, termasuk deskripsi *in-context* secara rinci disertai dengan catatan wawancara mendalam. Serta hasil analisis dokumen dan catatan. Tujuan utama dari penelitian kualitatif yang pertama adalah untuk mendeskripsikan dan mengungkapkan (mendeskripsikan dan mengeksplorasi) dan yang kedua adalah untuk mendeskripsikan dan menjelaskan (mendeskripsikan dan menjelaskan). Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai, penelitian kualitatif menggunakan instrumen pengumpulan data yang sesuai.[46]

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu primer dan sekunder.

1. Data Primer

   Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan melalui pihak pertama. Sumber data primer yang digunakan penulis adalah data dari observasi secara langsung di lapangan dan wawancara mendalam dengan pihak Bank Syariah Indonesia KCP Barru dan staf layanan pelanggan, yang kemudian penulis catat.

---

[45] Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), hlm. 21.

[46] Bachtiar S. Bachri, "Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif," *Jurnal Teknologi Pendidikan*, hlm. 50.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

2. Data Sekunder

Peneliti memperoleh data melalui perpustakaan, seperti buku dan jurnal, serta melalui situs/website. Data sekunder dibutuhkan untuk melengkapi data primer.[47] Data sekunder diperoleh dari dokumentasi internal seperti laporan keuangan, laporan pemasaran, dan data statistik jumlah nasabah Tabungan SimPel.

Teknik yang digunakan dalam menentukan narasumber, yakni menentukan jumlah narasumber yang akan diwawancarai untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan, biasa disebut sebagai teknik *purposive sampling.* Jumlah informan dalam penelitian ini merujuk pada pendapat Dukes, yaitu antara 3–10 orang informan, dengan melakukan wawancara mendalam dengan informan yang memenuhi kriteria. Berikut ini kriteria yang menjadi informan dalam penelitian ini:

1. Karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Barru.
2. Terlibat dalam menentukan strategi promosi dan peningkatan kualitas layanan Bank Syariah Indonesia KCP Barru.
3. Terlibat dalam upaya peningkatan jumlah nasabah produk tabungan SimPel Bank Syariah Indonesia KCP Barru.
4. Memahami permasalahan penelitian atau mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian.

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian dan suatu cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Terdapat proses pengumpulan data pada penelitian ini sebagai berikut:

[47] Mohammad Nazir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988), hlm. 46.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

1. Observasi

Peneliti mengumpulkan data/informasi dengan melakukan pengamatan langsung pada Bank Syariah Indonesia. Observasi yaitu suatu metode atau teknik pengumpulan data dengan mengamati suatu objek penelitian dan kemudian menyimpulkan dari apa yang telah diamati. Pengamatan adalah kunci keberhasilan dan ketetapan hasil penelitian yang memberi makna tentang apa yang diamatinya dalam realitas dan dalam konteks yang alami (natural setting). Peneliti yang bertanya dan dia pulalah yang melihat bagaimana hubungan antara satu aspek dengan aspek yang lain pada objek yang diamatinya.[48]

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana, dapat dikatakan bahwa wawancara adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai melalui komunikasi langsung. Dapat pula dikatakan bahwa wawancara merupakan percakapan tatap muka antara pewawancara dengan sumber informasi, di mana pewawancara bertanya langsung tentang suatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya.

Kemudian, wawancara yang dilakukan oleh penulis untuk meneliti yaitu wawancara secara langsung terhadap staf atau pegawai bank dan juga pelaku nasabah bank. Adapun jumlah informan yang akan diwawancarai adalah sebanyak

[48] Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 384.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

± 5 orang. Dan narasumber bisa saja bertambah jika informasi yang didapatkan di lapangan belum cukup atau valid.

3. Dokumentasi

Dokumentasi ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, dan data yang relevan dengan penelitian. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan, misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa, dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya, misalnya seni, dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain.[49]

Dokumentasi memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi dari berbagai macam sumber, seperti alamat, latar belakang pendidikan, dan sebagainya. Mengungkapkan bahwa terdapat kelebihan dan kekurangan dalam metode dokumentasi. Keunggulan dari dokumentasi adalah memberikan gambaran informasi tentang informan pada waktu lampau berupa rekaman atau dokumentasi lainnya, dan selanjutnya ialah merekam berbagai jenis data tentang responden seperti identitas diri responden, identitas orang tua responden, keadaan dan latar belakang keluarga responden, data psikis, prestasi belajar, lingkungan sosial, data pendidikan, data kesehatan, serta menyajikan informasi mengenai hubungan antara informasi pada masa lampau dengan kondisi saat ini.

[49] Sudaryono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 90.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Sedangkan pengolahan data dapat diartikan sebagai rangkaian proses mengelola data yang diperoleh, kemudian diartikan dan diinterpretasikan sesuai dengan tujuan, rancangan dan sifat penelitian. Metode pengolahan data dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

a. Editing Data, yaitu proses pemeriksaan data dari hasil penelitian yang bertujuan untuk mengecek kembali data dan mengetahui relevansi (hubungan) dan keabsahan data yang akan dideskripsikan dalam menemukan jawaban atas permasalahan. Hal ini dilakukan dengan tujuan mendapatkan data faktual dan berkualitas sesuai dengan literatur yang didapat dari sumber bacaan.
b. Coding Data, yaitu proses untuk mengklasifikasi jawaban-jawaban menurut kriteria atau macam-macam yang ditetapkan.
c. Identifikasi Data, yaitu dengan mengumpulkan beberapa literatur, kemudian memilah-milah dan memisahkan yang akan dibahas.

F. Uji Keabsahan Data

Penelitian kualitatif uji keabsahan data merupakan tahapan penelitian yang tidak dapat dipisahkan dari tubuh pengetahuan. Selain itu, uji keabsahan data dapat dijadikan tolok ukur untuk mendapatkan sebuah kesimpulan yang menjamin keabsahan data yang diperoleh peneliti. Penelitian kualitatif meliputi uji *credibility* (validasi internal), uji *transferability* (validitas eksternal), uji *dependability* (reliabilitas) dan uji *confirmability* (objektivitas).

1. Uji *Credibility*

Penelitian ini memiliki kredibilitas yang tinggi karena terkait erat dengan perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia, relevan dengan prinsip syariah, serta berkontribusi terhadap peningkatan inklusi keuangan dan

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

pemberdayaan ekonomi lokal. Selain itu, penelitian ini sangat relevan baik untuk akademisi maupun praktisi di bidang perbankan syariah.

2. Uji *Transferability*

Penelitian ini memiliki potensi untuk diterapkan di lembaga keuangan syariah lain, baik di Indonesia maupun di negara dengan pasar syariah yang berkembang. Transferabilitasnya sangat tinggi, terutama dalam hal inovasi produk berbasis syariah, pemanfaatan teknologi digital, dan strategi inklusi keuangan. Namun, adaptasi harus mempertimbangkan konteks lokal, regulasi, dan kebutuhan spesifik pasar masing-masing.

3. Uji *Dependability*

Dalam penelitian kualitatif, dikatakan memenuhi dependabilitas ketika peneliti berikutnya dapat mereplikasi rangkaian proses pada peneliti tersebut. Uji dependabilitas dapat dilakukan melalui kegiatan audit terhadap seluruh proses penelitian. Hasil penelitian tidak dapat dikatakan *dependable* jika peneliti tidak dapat membuktikan bahwa telah dilakukannya rangkaian proses penelitian secara nyata.

4. Uji *Confirmability*

Penelitian ini didasarkan pada pengumpulan data yang transparan dan dapat dipertanggungjawabkan, serta proses analisis yang sistematis dan objektif. Peneliti harus memastikan bahwa temuan penelitian dapat dikonfirmasi melalui dokumentasi yang jelas, verifikasi data dengan sumber lain, dan refleksi terhadap potensi bias. Dengan langkah-langkah ini, penelitian dapat memastikan bahwa

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

hasilnya mencerminkan kondisi nyata di lapangan dan bukan hanya interpretasi subjektif peneliti.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan pekerjaan yang diambil dari mencari dan menemukan data, kemudian dipilih atau disortir, mencari mana yang penting sebagai unit-unit yang mampu dikelola dan dipelajari melalui pola, serta mengakhiri apa yang hendak dikomunikasikan dengan orang lain. Kajian data yaitu sebuah proses mendeteksi serta membentuk data yang tersusun dari hasil konsultasi, pemberitahuan bidang, dan dokumen. Mengolah data ke dalam bagian, membaginya sebagai unit-unit, memilih apa yang bernilai dan mampu dipelajari, dan menarik kesimpulan yang dapat diketahui oleh pembaca.

Oleh karena itu, data yang diperoleh dianalisis dengan memanfaatkan bentuk analisis data kualitatif interaktif Miles dan Huberman yang terdiri dari: reduksi data, penyajian data, serta kesimpulan, di mana prosesnya terjalin secara sirkular selama studi berlangsung.[50]

1. Reduksi Data

   Data yang diperoleh dari lapangan cukup banyak, maka harus dicatat dengan cermat dan detail sebagaimana yang sudah disebutkan. Semakin lama seorang peneliti berada di lapangan, semakin banyak data yang diperoleh, dan semakin kompleks. Oleh karena itu, analisis data wajib cepat dijalani dengan memakai penyusutan data. Pengecilan data berarti menciptakan ringkasan, menapis poin-poin bernilai, mendapatkan perhatian pada isu-isu bernilai, mencari

[50] Salim dan Syahrum, *Metode Penelitian Kualitatif: Konsep Dan Aplikasi Dalam Ilmu Sosial, Keagamaan Dan Pendidikan* (Bandung: Cita Pustaka Media, 2012), hlm. 147–150.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

tema serta pola. Fakta yang direduksi dengan teknik ini memberikan gambaran yang lebih jelas serta mempermudah peneliti untuk menjumlahkan data dan mencarinya saat dibutuhkan.

2. Penyajian data (Data *Display*)

Penyajian data direduksi, maka tahap kemudian merupakan penyajian data maupun mendisplay data. Dalam riset kualitatif, penyajian data sanggup dilakukan dalam struktur penjelasan sedikit, skema, jalinan dampingi kategori, flowchart serta sejenisnya. Penyajian data hendak memudahkan pemahaman tentang apa yang terjadi, mengagendakan fungsi, kemudian berdasarkan apa yang dimengerti.

3. Kesimpulan/Verifikasi

Tahapan setelah penyajian data dalam menganalisis data kualitatif yakni menarik kesimpulan dan konfirmasi serta hendak bertukar apabila tidak ditemui bukti-bukti yang kuat yang menunjang pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Namun, bila kesimpulan dikemukakan pada tahap dahulu oleh bukti-bukti yang konsisten kala pengamat balik ke arena mengambil data, sehingga kesimpulan yang dikemukakan yakni kesimpulan yang kribel.

PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Profil Bank Syariah Indonesia KCP Barru

PT Bank Syariah Indonesia Tbk. (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Barru merupakan salah satu unit pelayanan di wilayah Kabupaten Barru, Provinsi Sulawesi Selatan. BSI sendiri berdiri resmi pada 1 Februari 2021 sebagai hasil penggabungan tiga bank syariah milik BUMN: PT Bank Syariah Mandiri, PT BNI Syariah, dan PT BRI Syariah. BSI KCP Barru berlokasi di Perumahan Griya UBM Blok A.5, Jl. A.A Bau Massepe, Kelurahan Coppo, Kecamatan Barru.

Kantor cabang ini berfokus pada penyediaan layanan perbankan syariah bagi masyarakat Barru, mulai dari masyarakat umum, pelaku usaha, hingga kalangan pelajar dan santri. Salah satu produk unggulan yang dikembangkan untuk segmen pelajar adalah Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) yang dirancang khusus untuk anak berusia di bawah 17 tahun dengan persyaratan mudah dan bebas biaya administrasi bulanan.

Adapun pengelola pada Bank Syariah Indonesia KCP Barru diantaranya adalah:

a. *Branch Manager*

Pimpinan tertinggi di BSI KCP Barru yang bertanggung jawab penuh terhadap seluruh kegiatan operasional, bisnis, dan pencapaian target di wilayah Barru. Tugas utamanya:

1) Menyusun rencana kerja dan strategi demi mencapai target pendanaan (*funding*) dan pembiayaan (*financing*).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

2) Memastikan seluruh kegiatan perbankan di KCP Barru mematuhi regulasi internal, OJK, BI, dan Dewan Pengawas Syariah (DPS).

3) Membina hubungan baik dengan tokoh masyarakat, pemerintah daerah (Pemkab Barru), dan mitra bisnis lokal.

4) Mengawasi dan mengevaluasi kinerja seluruh staf di bawahnya.

b. *Supervisor Operation*

1) Bertanggung jawab atas lalu lintas keuangan, administrasi, dan kepatuhan operasional KCP.

2) Melakukan verifikasi dan otorisasi transaksi yang berada di luar limit kewenangan *Teller* atau *CS*.

c. *Customer Service (CS)*

1) Menjadi pintu utama pelayanan informasi bagi nasabah (pembukaan rekening, tabungan, komplain, aktivasi mobile banking BSI, dll)

2) Melakukan *cross-selling* produk-produk dasar BSI kepada nasabah.

d. *Teller*

1) Melayani transaksi tunai dan nontunai nasabah, seperti setoran, penarikan, transfer, dan pembayaran tagihan.

2) Bertanggung jawab penuh terhadap kesesuaian fisik uang kas dengan sistem perbankan setiap harinya.

e. *Consumer Sales Executive* (*CSE*)

Tenaga pemasar (*sales*) yang berfokus pada pengembangan bisnis ritel. Tugas utamanya adalah menghimpun dana nasabah dengan memasarkan produk perbankan seperti tabungan, giro, deposito, hingga produk pembiayaan konsumen.

f. *Operation Officer* (*OO*)

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Supervisor mengawasi jalannya operasional harian kantor cabang dan mengontrol administrasi.

g. *Security* (Satpam) & *Driver*

Mendukung keamanan dan kenyamanan nasabah serta operasional jemput bola (seperti mengemudikan mobil kas keliling).

h. *Consumer Officer (CO) / Retail Banking Officer*

Fokus pada pemasaran produk pembiayaan konsumen, seperti BSI Griya (perumahan), BSI Oto (kendaraan), dan Mitra Guna (pembiayaan ASN/pegawai swasta resmi di Barru).

i. *Micro Business Officer (MBO) / Member of Micro Staff*

1) Fokus pada penyaluran pembiayaan sektor UMKM, termasuk program Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah.
2) Melakukan analisis kelayakan usaha nasabah sebelum pembiayaan disetujui.

j. *Pawning Officer (PO)* / Staff Gadai

Khusus menangani produk-produk berbasis emas, seperti gadai emas BSI dan cicil emas BSI yang biasanya menjadi salah satu produk favorit di daerah.

Pada bab ini, peneliti akan menguraikan serta menerangkan data dan hasil penelitian mengenai permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya. Berisi paparan data yang disajikan dengan topik sesuai pernyataan penelitian dan analisis data. Hasil analisis data yang merupakan temuan penelitian disajikan dalam bentuk pola, tema, kecenderungan dan motif yang muncul dari data.[51] Penelitian ini dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia KCP Barru. Adapun tahapan penelitian yaitu

[51] Muhammad Kamal Zubair, dkk., ed., *Penulisan Karya Ilmiah Berbasis Teknologi Informasi* (Parepare: IAIN Parepare, 2020), hlm. 58–59.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

melalui tahapan observasi, wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada pihak Bank Syariah Indonesia KCP Barru juga kepada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Barru.

2. Karakteristik Informan Penelitian

Tabel 1. Informan yang dipilih secara *purposive sampling:*

No.	Nama Informan	Jabatan/Peran	Tanggal Wawancara
1.	Bpk. Najamuddin	*Consumer Sales Executive (CSE)*	15 Desember 2025
2.	Bpk. Syaiful Islam	*Customer Service Representative (CSR)*	15 Desember 2025
3.	Ibu Afdaliah	Orang tua siswa / Nasabah	16 Desember 2025
4.	Ibu Rosnawati Buhari	Orang tua siswa / Nasabah	16 Desember 2025
5.	Ibu Sukria	Orang tua siswa / Nasabah	16 Desember 2025

Berikut uraian dari hasil wawancara:

1. Pelaksanaan Strategi Promosi Berdasarkan Teori *Promotion Mix*

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, strategi promosi BSI KCP Barru disusun sebagai berikut:

a. *Advertising* (Periklanan)

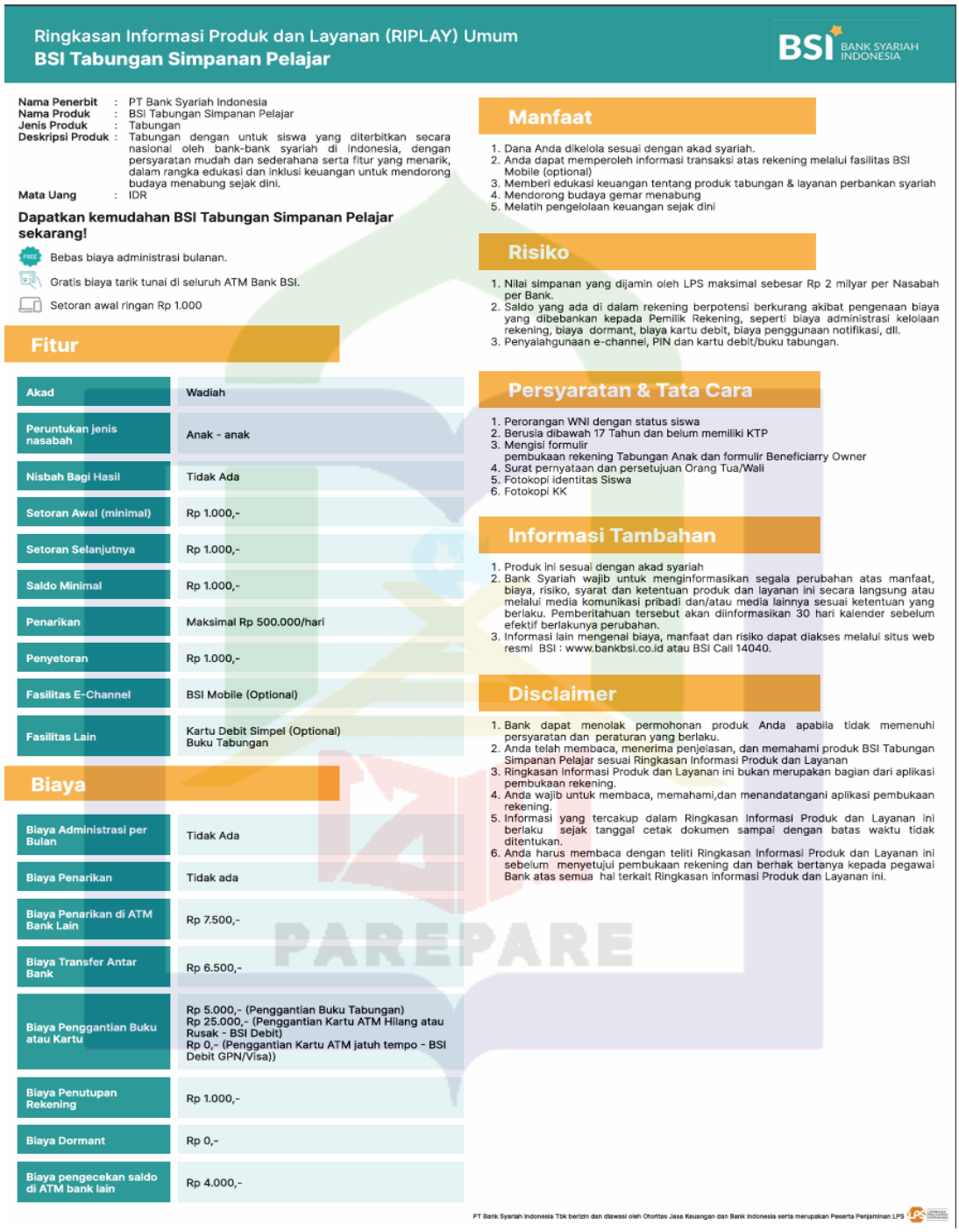
Pihak bank menyebarkan brosur saat kunjungan ke sekolah serta memuat informasi produk di akun media sosial resmi BSI berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan bersama dengan Bpk. Najamuddin selaku *Consumer Sales Executive* (*CSE*) yaitu:

> "Kami menyebarkan brosur resmi Tabungan SimPel saat melakukan kunjungan ke sekolah, selain itu informasi mengenai produk ini juga sesekali kami naikkan di media sosial resmi agar orang tua siswa di Barru bisa membaca keunggulannya."[52]

[52] Wawancara dengan Najamuddin. CSE Bank Syariah Indonesia KCP Barru, 15 Desember 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Gambar 1. Brosur Umum BSI Tabungan SimPel[53]



Ringkasan Informasi Produk dan Layanan (RIPLAY) Umum
BSI Tabungan Simpanan Pelajar

BSI BANK SYARIAH INDONESIA

Nama Penerbit : PT Bank Syariah Indonesia
Nama Produk : BSI Tabungan Simpanan Pelajar
Jenis Produk : Tabungan
Deskripsi Produk : Tabungan dengan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank syariah di Indonesia, dengan persyaratan mudah dan sederahana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.
Mata Uang : IDR

Dapatkan kemudahan BSI Tabungan Simpanan Pelajar sekarang!

- Bebas biaya administrasi bulanan.
- Gratis biaya tarik tunai di seluruh ATM Bank BSI.
- Setoran awal ringan Rp 1.000

Fitur

Akad	Wadiah
Peruntukan jenis nasabah	Anak - anak
Nisbah Bagi Hasil	Tidak Ada
Setoran Awal (minimal)	Rp 1.000,-
Setoran Selanjutnya	Rp 1.000,-
Saldo Minimal	Rp 1.000,-
Penarikan	Maksimal Rp 500.000/hari
Penyetoran	Rp 1.000,-
Fasilitas E-Channel	BSI Mobile (Optional)
Fasilitas Lain	Kartu Debit Simpel (Optional) Buku Tabungan

Biaya

Biaya Administrasi per Bulan	Tidak Ada
Biaya Penarikan	Tidak ada
Biaya Penarikan di ATM Bank Lain	Rp 7.500,-
Biaya Transfer Antar Bank	Rp 6.500,-
Biaya Penggantian Buku atau Kartu	Rp 5.000,- (Penggantian Buku Tabungan) Rp 25.000,- (Penggantian Kartu ATM Hilang atau Rusak - BSI Debit) Rp 0,- (Penggantian Kartu ATM jatuh tempo - BSI Debit GPN/Visa))
Biaya Penutupan Rekening	Rp 1.000,-
Biaya Dormant	Rp 0,-
Biaya pengecekan saldo di ATM bank lain	Rp 4.000,-

Manfaat

1. Dana Anda dikelola sesuai dengan akad syariah.
2. Anda dapat memperoleh informasi transaksi atas rekening melalui fasilitas BSI Mobile (optional)
3. Memberi edukasi keuangan tentang produk tabungan & layanan perbankan syariah
4. Mendorong budaya gemar menabung
5. Melatih pengelolaan keuangan sejak dini

Risiko

1. Nilai simpanan yang dijamin oleh LPS maksimal sebesar Rp 2 milyar per Nasabah per Bank.
2. Saldo yang ada di dalam rekening berpotensi berkurang akibat pengenaan biaya yang dibebankan kepada Pemilik Rekening, seperti biaya administrasi kelolaan rekening, biaya dormant, biaya kartu debit, biaya penggunaan notifikasi, dll.
3. Penyalahgunaan e-channel, PIN dan kartu debit/buku tabungan.

Persyaratan & Tata Cara

1. Perorangan WNI dengan status siswa
2. Berusia dibawah 17 Tahun dan belum memiliki KTP
3. Mengisi formulir pembukaan rekening Tabungan Anak dan formulir Beneficiarry Owner
4. Surat pernyataan dan persetujuan Orang Tua/Wali
5. Fotokopi identitas Siswa
6. Fotokopi KK

Informasi Tambahan

1. Produk ini sesuai dengan akad syariah
2. Bank Syariah wajib untuk menginformasikan segala perubahan atas manfaat, biaya, risiko, syarat dan ketentuan produk dan layanan ini secara langsung atau melalui media komunikasi pribadi dan/atau media lainnya sesuai ketentuan yang berlaku. Pemberitahuan tersebut akan diinformasikan 30 hari kalender sebelum efektif berlakunya perubahan.
3. Informasi lain mengenai biaya, manfaat dan risiko dapat diakses melalui situs web resmi BSI : www.bankbsi.co.id atau BSI Call 14040.

Disclaimer

1. Bank dapat menolak permohonan produk Anda apabila tidak memenuhi persyaratan dan peraturan yang berlaku.
2. Anda telah membaca, menerima penjelasan, dan memahami produk BSI Tabungan Simpanan Pelajar sesuai Ringkasan Informasi Produk dan Layanan
3. Ringkasan Informasi Produk dan Layanan ini bukan merupakan bagian dari aplikasi pembukaan rekening.
4. Anda wajib untuk membaca, memahami,dan menandatangani aplikasi pembukaan rekening.
5. Informasi yang tercakup dalam Ringkasan Informasi Produk dan Layanan ini berlaku sejak tanggal cetak dokumen sampai dengan batas waktu tidak ditentukan.
6. Anda harus membaca dengan teliti Ringkasan Informasi Produk dan Layanan ini sebelum menyetujui pembukaan rekening dan berhak bertanya kepada pegawai Bank atas semua hal terkait Ringkasan Informasi Produk dan Layanan ini.

PT Bank Syariah Indonesia Tbk berizin dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan dan Bank Indonesia serta merupakan Peserta Penjaminan LPS

[53] PT Bank Syariah Indonesia (Persero) Tbk, *Ringkasan Informasi Produk dan Layanan (RIPLAY) Personal BSI Tabungan Simpanan Pelajar* (Jakarta: PT Bank Syariah Indonesia (Persero) Tbk, 2026), hlm. 20.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

b. *Sales Promotion* (Promosi Penjualan)

Daya tarik utama yang ditawarkan BSI KCP Barru untuk produk Tabungan SimPel meliputi setoran awal yang sangat terjangkau mulai dari Rp1.000, bebas biaya administrasi bulanan, serta pemberian suvenir seperti pulpen, buku catatan, atau tumbler bagi siswa yang membuka rekening pada saat kegiatan sosialisasi massal. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Bpk. Najamuddin selaku Consumer Sales Executive (CSE):

> "Kami menawarkan kemudahan setoran awal hanya Rp1.000 dan bebas biaya admin setiap bulan. Selain itu, kami juga menyiapkan hadiah-hadiah menarik seperti alat tulis dan tumbler untuk siswa yang berani membuka rekening langsung saat kami melakukan kunjungan sosialisasi ke sekolah."[54]

Kemudahan dan insentif ini bertujuan untuk memotivasi siswa maupun orang tua agar segera mengambil keputusan membuka rekening tanpa ragu dengan biaya tambahan.

c. *Public Relations* (Hubungan Masyarakat)

Pihak BSI KCP Barru menjalin kerja sama resmi berupa nota kesepahaman (MoU) dengan Dinas Pendidikan Kabupaten Barru. Kerja sama ini menjadi dasar izin resmi untuk melakukan sosialisasi dan pembukaan rekening ke seluruh jenjang pendidikan mulai dari PAUD hingga SMA/SMK serta pondok pesantren di wilayah Barru. Menurut penjelasan Bpk. Najamuddin:

> "Langkah pertama yang kami lakukan adalah menjalin kerja sama resmi dengan Dinas Pendidikan Kabupaten Barru. Dengan adanya MoU ini, kami mendapatkan izin resmi untuk masuk dan menyosialisasikan produk Tabungan SimPel ke sekolah-sekolah di seluruh wilayah Barru, termasuk daerah pelosok."[55]

---

[54] Wawancara dengan Najamuddin. CSE Bank Syariah Indonesia KCP Barru, 15 Desember 2025

[55] Wawancara dengan Najamuddin. CSE Bank Syariah Indonesia KCP Barru, 15 Desember 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Melalui kerja sama ini, kepercayaan pihak sekolah dan orang tua terhadap produk yang ditawarkan juga semakin meningkat karena didukung oleh lembaga pendidikan resmi.

d. *Personal Selling* (Penjualan Personal)

Strategi utama melalui program BSI Goes to School dengan metode "jemput bola" dan dukungan layanan mobil kas keliling. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan bersama dengan Bpk. Najamuddin selaku *Consumer Sales Executive* (*CSE*) yaitu:

> "Strategi paling efektif kami memang langsung datang ke sekolah-sekolah. Kami sosialisasi di depan guru dan siswa, lalu kami bawa mobil kas keliling untuk melayani mereka yang ingin langsung menyetor."[56]

Wawancara dengan Ibu Afdaliah (Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Barru) yaitu:

> "Strategi promosi BSI KCP Barru dalam meningkatkan jumlah nasabah Tabungan SimPel berfokus pada metode jemput bola melalui program BSI *Goes to School.* Langkah ini diawali dengan membangun kerja sama dengan Dinas Pendidikan setempat guna mendapatkan akses resmi ke sekolah-sekolah di wilayah Barru, mulai dari tingkat PAUD hingga SMA."[57]

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi Tabungan SimPel BSI KCP Barru berfokus pada metode jemput bola melalui program BSI *Goes to School.* Pelaksanaannya diawali dengan membangun kerja sama resmi dengan Dinas Pendidikan setempat untuk mendapatkan akses sosialisasi dan penjaringan nasabah di sekolah-sekolah di wilayah Barru, mulai dari tingkat PAUD hingga SMA.

---

[56] Wawancara dengan Najamuddin. CSE Bank Syariah Indonesia KCP Barru, 15 Desember 2025

[57] Wawancara dengan Afdaliah. Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Barru 16 Desember 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

e. *Direct Marketing* (Pemasaran Langsung)

Pihak bank juga menjalin komunikasi terjadwal secara langsung melalui pesan WhatsApp resmi dengan kepala sekolah atau guru pembina tabungan. Komunikasi ini dilakukan untuk mengingatkan jadwal kunjungan, menyampaikan informasi terbaru mengenai produk, serta meminta kelengkapan dokumen persyaratan pembukaan rekening. Hal ini disampaikan oleh Bpk. Najamuddin:

> "Kami juga rutin berkomunikasi langsung melalui WhatsApp dengan kepala sekolah atau guru yang ditunjuk sebagai pembina tabungan. Kami sampaikan jadwal kunjungan kami, meminta bantuan untuk mengingatkan orang tua melengkapi berkas, serta menjawab pertanyaan yang masuk kapan saja."[58]

Cara ini memudahkan koordinasi antara pihak bank dan sekolah sehingga proses pelaksanaan sosialisasi dan pembukaan rekening dapat berjalan lebih terencana dan lancar.

2. Penerapan Kualitas Layanan Berdasarkan Teori SERVQUAL

Berdasarkan hasil wawancara, kualitas layanan BSI KCP Barru pada produk Tabungan SimPel diuraikan sesuai dengan lima dimensi teori SERVQUAL:

a. *Tangibles* (Bukti Fisik)

Fasilitas kantor nyaman, bersih, serta tersedia fitur penilaian kepuasan melalui pemindaian *barcode*. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Sukria (Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Barru) yaitu:

> "Ruang tunggu di BSI KCP Barru sudah sangat nyaman, ruangannya bersih, AC-nya dingin, dan penataan kursinya rapi sehingga meskipun antre tidak terasa menjenuhkan. Terkait fasilitas digital seperti *barcode*

[58] Wawancara dengan Najamuddin. CSE Bank Syariah Indonesia KCP Barru, 15 Desember 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

> penilaian kepuasan, saya pikir itu inovasi yang bagus dan sangat praktis. Kita tinggal *scan* pakai HP setelah dilayani untuk memberikan penilaian atau masukan. Ini menunjukkan kalau pihak bank betul-betul terbuka dan peduli dengan kritik atau kepuasan dari masyarakat di Barru."[59]

b. *Reliability* (Keandalan)

Prosedur pembukaan rekening sederhana, serta tersedia solusi manual melalui sistem inti perbankan saat aplikasi BYOND mengalami gangguan. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara yang diperoleh dari Bpk. Syaiful Islam selaku CSR Bank Syariah Indonesia KCP Barru:

> "Ketika terjadi gangguan pada aplikasi BYOND atau *m-banking*, keandalan sistem pelayanan kantor cabang tetap kami jaga agar tidak lumpuh. Solusi alternatif instan yang langsung diberikan oleh petugas adalah mengarahkan nasabah untuk mengalihkan transaksinya ke mesin ATM atau menggunakan layanan *Internet Banking* via *browser* yang biasanya berjalan di jalur server berbeda. Jika nasabah mendesak ingin melakukan transfer atau pembayaran hari itu juga dan sistem *mobile* masih *error*, petugas CS atau Teller akan melayaninya secara manual melalui sistem komputerisasi internal kantor cabang (*core banking*) di konter pelayanan, sehingga transaksi nasabah tetap bisa dieksekusi di tempat."[60]

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa saat aplikasi BYOND atau *m-banking* mengalami gangguan, pelayanan di kantor cabang tetap berjalan normal. Sebagai solusinya, petugas akan mengarahkan nasabah untuk bertransaksi lewat mesin ATM atau *internet banking*. Namun, jika transaksi tersebut sangat mendesak, petugas *Customer Service* (CS) atau Teller akan langsung membantu memprosesnya secara manual di konter pelayanan menggunakan sistem komputer kantor sehingga transaksi hari itu tetap selesai di tempat.

c. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

---

[59] Wawancara dengan Sukria. Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Barru 16 Desember 2025

[60] Wawancara dengan Syaiful Islam. CSR Bank Syariah Indonesia KCP Barru 15 Desember 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Petugas merespons pertanyaan dengan cepat, memberikan panduan sabar, serta menyesuaikan jadwal kunjungan agar tidak mengganggu jam pelajaran. Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari Bpk. Syaiful Islam selaku CSR Bank Syariah Indonesia KCP Barru:

> "Benar, petugas kami dibekali dengan *product knowledge* dan standar edukasi krisis yang baik. Saat gangguan terjadi, petugas tidak akan menghindari nasabah, melainkan memberikan penjelasan secara jujur, transparan, dan profesional mengenai estimasi waktu perbaikan sistem dari pusat. Penjelasan yang tenang dan kompeten ini terbukti mampu meredam kekhawatiran dan memulihkan kepercayaan nasabah."[61]

d. *Assurance* (Jaminan)

Penjelasan prinsip syariah bebas riba serta jaminan keamanan dana yang dijamin LPS dan diawasi DSN-MUI. Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari Bpk. Syaiful Islam selaku CSR Bank Syariah Indonesia KCP Barru:

> "Saldo dan dana mereka di dalam rekening dipastikan tetap aman 100% karena dilindungi oleh sistem enkripsi bank dan dijamin oleh LPS."[62]

Hal ini sejalan dengan hasil wawancara bersama Ibu Afdaliah (Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Barru) yaitu:

> "Penjelasan dari petugas BSI sangat membuat saya tenang. Cara penyampaian mereka sangat sopan, ramah, dan bahasanya mudah dipahami oleh masyarakat awam. Mereka tidak hanya menjelaskan keuntungan duniawi seperti bebas biaya admin atau kemudahan bertransaksi, tapi juga menjelaskan prinsip syariahnya yang bebas riba. Ditambah lagi dengan jaminan kalau uang kami aman karena diawasi oleh pemerintah dan DSN-MUI, hal itu membuat saya merasa jauh lebih aman, berkah, dan percaya penuh untuk menyimpan tabungan keluarga saya di BSI."[63]

---

[61] Wawancara dengan Syaiful Islam. CSR Bank Syariah Indonesia KCP Barru 15 Desember 2025

[62] Wawancara dengan Syaiful Islam. CSR Bank Syariah Indonesia KCP Barru 15 Desember 2025

[63] Wawancara dengan Afdaliah. Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Barru, 16 Desember 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penjelasan petugas BSI sangat menenangkan karena disampaikan dengan sopan, ramah, dan mudah dipahami oleh masyarakat umum. Selain menjelaskan keuntungan praktis seperti bebas biaya admin, petugas juga menerangkan prinsip syariah yang bebas riba serta adanya jaminan keamanan dari pemerintah dan DSN-MUI. Pendekatan ini membuat nasabah merasa aman, penuh berkah, dan percaya untuk menyimpan tabungan keluarganya di BSI.

Hasil wawancara yang telah dilakukan bersama dengan Ibu Rosnawati Buhari (Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Barru) yaitu:

> "Alasan utama saya memilih produk tabungan SimPel di BSI KCP Barru adalah prinsip syariah yang memberikan rasa aman karena bebas dari riba. Selain itu, lokasi KCP Barru yang mudah dijangkau memudahkan saya untuk melakukan transaksi atau konsultasi secara langsung tanpa harus menempuh jarak jauh."[64]

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa alasan utama memilih produk Tabungan SimPel di BSI KCP Barru adalah jaminan keamanan finansial berdasarkan prinsip syariah yang bebas dari riba. Selain itu, keunggulan tersebut didukung oleh lokasi kantor cabang yang strategis dan mudah dijangkau, sehingga memberikan kenyamanan bagi nasabah untuk bertransaksi maupun berkonsultasi secara langsung tanpa terkendala jarak.

Hasil wawancara yang telah dilakukan bersama dengan Ibu Rosnawati Buhari (Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Barru) yaitu:

> "Dalam memilih produk tabungan SimPel di Bank Syariah Indonesia KCP Barru dorongan terbesarnya adalah kemudahan akses bagi pelajar. Persyaratan pembukaan rekeningnya sangat ringan (cukup

[64] Wawancara dengan Rosnawati buhari. Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Barru, 16 Desember 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

> Kartu Pelajar/KIA) dan setoran awalnya sangat terjangkau. Selain itu, reputasi BSI sebagai bank syariah terbesar di Indonesia memberikan rasa percaya bahwa dana tabungan dikelola dengan aman dan profesional."[65]

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa proses pembukaan rekening Tabungan SimPel dirancang sangat sederhana, hanya memerlukan Kartu Identitas Anak (KIA) atau Kartu Pelajar dengan petugas yang responsif dalam membantu pengisian formulir.

Wawancara dengan Ibu Sukria (Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Barru) yaitu:

> "Fitur yang paling disukai adalah Bebas Biaya Administrasi Bulanan. Hal ini sangat menguntungkan bagi pelajar karena saldo tabungan tidak berkurang setiap bulan. Selain itu, adanya kartu ATM/Debit yang dapat digunakan di jaringan ATM yang luas juga sangat memudahkan jika sewaktu-waktu membutuhkan penarikan dana."[66]

Dari hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa salah satu daya tarik utama yang menjadi standar kualitas layanan SimPel adalah ketiadaan biaya administrasi bulanan atau fasilitas bebas biaya yang sangat membantu pelajar dalam menjaga saldo tabungannya.

e. *Empathy* (Empati)

Petugas mendengarkan keluhan tanpa memotong pembicaraan, meminta maaf dengan tulus, dan memberikan perhatian khusus bagi siswa yang belum paham prosedur. Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari Bpk. Syaiful Islam selaku CSR Bank Syariah Indonesia KCP Barru:

> "Sikap utama yang kami tunjukkan adalah menerapkan dimensi empati secara mendalam, yaitu mendengarkan keluhan nasabah dengan sabar tanpa memotong pembicaraan (*active listening*).

---

[65] Wawancara dengan Rosnawati buhari. Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Barru, 16 Desember 2025

[66] Wawancara dengan Sukria. Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Barru, 16 Desember 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

> Petugas akan meminta maaf dengan tulus atas ketidaknyamanan yang terjadi, menjaga nada bicara tetap tenang dan teduh, serta memberikan perhatian personal dengan cara menemani nasabah tersebut hingga mereka mendapatkan solusi konkret. Kami memahami bahwa dalam perbankan syariah, melayani nasabah yang panik bukan sekadar menyelesaikan transaksi keuangan, melainkan memberikan ketenangan jiwa (kemaslahatan) melalui pelayanan yang santun."[67]

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa saat menghadapi nasabah yang panik atau kecewa, petugas mengutamakan sikap empati dengan cara mendengarkan keluhan secara sabar tanpa memotong pembicaraan. Petugas akan meminta maaf dengan tulus, berbicara dengan nada tenang, dan mendampingi nasabah secara personal hingga masalahnya selesai. Bagi bank syariah, pelayanan yang santun ini bukan hanya sekadar menyelesaikan urusan uang, melainkan juga memberikan ketenangan dan kenyamanan bagi nasabah.

3. Kendala yang Dihadapi

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa kendala dalam pelaksanaan strategi promosi dan kualitas layanan:

a. Aspek Strategi Promosi: Sulit menyamakan jadwal kunjungan dengan agenda sekolah, akses sulit ke wilayah terpencil, sosialisasi hanya dilakukan saat penerimaan siswa baru, serta kurangnya kesadaran orang tua melengkapi dokumen.
b. Aspek Kualitas Layanan: Gangguan jaringan internet saat pembukaan rekening massal, keterbatasan jumlah personel, serta belum tersedianya fitur pemantauan saldo khusus pelajar pada aplikasi seluler.

[67] Wawancara dengan Syaiful Islam. CSR Bank Syariah Indonesia KCP Barru, 15 Desember 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Hasil wawancara yang telah dilakukan bersama dengan Bpk. Najamuddin selaku *Consumer Sales Executive* (*CSE*) yaitu:

> "Kendala utama dalam strategi promosi adalah sulitnya menyinkronkan jadwal sosialisasi dengan agenda padat sekolah, kendala geografis untuk menjangkau sekolah-sekolah terpencil di wilayah Barru, serta kurangnya kesadaran sebagian orang tua siswa dalam melengkapi dokumen syarat pembukaan rekening. Sementara dari sisi kualitas layanan, hambatan terbesar bersumber dari gangguan jaringan internet yang memperlambat proses pembukaan rekening massal secara digital di lapangan, keterbatasan jumlah personel petugas (SDM) untuk melayani kunjungan rutin ke sekolah-sekolah secara konsisten, serta belum adanya fitur pemantauan saldo khusus pelajar pada aplikasi *mobile banking.*"[68]

Wawancara dengan Ibu Afdaliah (Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Barru) yaitu:

> "Tentu ada, kendalanya itu minimnya durasi dan frekuensi pertemuan langsung. Sosialisasi sering kali dirasa terlalu singkat dan hanya dilakukan pada momen tertentu saja, seperti saat penerimaan siswa baru. Sehingga informasi mengenai keunggulan produk dan tata cara administrasi kurang terserap secara mendalam."[69]

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kendala utama sosialisasi adalah minimnya durasi dan frekuensi pertemuan langsung karena hanya dilakukan pada momen tertentu, seperti penerimaan siswa baru. Akibatnya, waktu sosialisasi menjadi terlalu singkat sehingga informasi mengenai keunggulan produk dan tata cara administrasi kurang dipahami secara mendalam oleh nasabah.

B. Pembahasan Penelitian

1. Analisis Pelaksanaan Strategi Promosi Berdasarkan Teori *Promotion Mix*

Teori *Promotion Mix* menurut Kotler dan Armstrong merumuskan bahwa strategi promosi yang efektif merupakan kombinasi terpadu dari lima elemen

---

[68] Wawancara dengan Najamuddin. CSE Bank Syariah Indonesia KCP Barru, 15 Desember 2025

[69] Wawancara dengan Afdaliah, Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Barru, 16 Desember 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

utama: periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan pemasaran langsung. Kelima elemen ini saling melengkapi untuk menyampaikan informasi produk, membangun citra lembaga, serta mendorong calon nasabah mengambil keputusan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan hasil penelitian, setiap elemen bauran promosi yang diterapkan BSI KCP Barru memiliki karakteristik khusus, yang selaras dengan temuan penelitian terdahulu sekaligus menunjukkan keunikan tersendiri pada penelitian saat ini:

a. *Advertising* (Periklanan)

Hasil Penelitian Saat Ini

Pihak BSI KCP Barru menggunakan media cetak berupa brosur yang dibagikan saat kunjungan ke sekolah, serta memuat informasi produk di akun media sosial resmi bank. Media cetak menjadi sarana utama penyampaian materi terperinci, sedangkan media sosial berfungsi sebagai pendukung untuk menyebarkan jangkauan informasi kepada orang tua siswa yang tidak dapat hadir saat kegiatan sosialisasi.

Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Damayanti (2021) dalam penelitiannya pada bank syariah di wilayah perkotaan menekankan bahwa promosi melalui media sosial dan platform digital menjadi sarana paling dominan dan efektif menjangkau nasabah muda. Sedangkan penelitian Putri & Hadi (2020) menemukan bahwa kombinasi iklan visual di media massa lebih berpengaruh pada minat nasabah di area perkotaan dibandingkan media cetak.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Perbedaan dan Temuan Penelitian Saat Ini

Berbeda dengan penelitian terdahulu yang menempatkan media digital sebagai prioritas utama, penelitian ini menemukan bahwa media cetak tetap menjadi sarana periklanan yang paling utama dan dapat diandalkan di wilayah Kabupaten Barru. Hal ini disesuaikan dengan kenyataan bahwa akses dan kebiasaan mengikuti informasi melalui media sosial belum merata di seluruh kalangan orang tua siswa di wilayah ini, sehingga brosur menjadi acuan yang lebih nyata dan mudah disimpan untuk dipelajari kembali.

b. *Sales Promotion* (Promosi Penjualan)

Hasil Penelitian Saat Ini

Daya tarik utama yang ditawarkan meliputi setoran awal sangat terjangkau mulai dari Rp1.000, bebas biaya administrasi bulanan, serta pemberian suvenir seperti pulpen, buku catatan, atau tumbler bagi siswa yang membuka rekening pada saat kegiatan sosialisasi massal. Insentif ini dirancang khusus untuk menghilangkan keraguan biaya sekaligus memberikan kesan positif bagi siswa.

Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Rahayu (2020) menyebutkan bahwa promosi penjualan pada produk tabungan pelajar umumnya hanya berfokus pada kemudahan biaya, tanpa menambahkan insentif khusus bagi siswa yang membuka rekening secara langsung. Sedangkan penelitian Wais (2020) menambahkan bahwa pemberian hadiah seringkali hanya berupa materi promosi umum, belum disesuaikan dengan kebutuhan harian pelajar.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Perbedaan dan Temuan Penelitian Saat Ini

Penelitian ini menunjukkan bahwa penyesuaian insentif dengan kebutuhan pelajar seperti alat tulis dan perlengkapan sekolah menjadi nilai tambah yang belum banyak dibahas pada penelitian terdahulu. Selain itu, bebas biaya administrasi bulanan menjadi daya tarik paling menonjol karena sesuai dengan kondisi ekonomi siswa yang belum memiliki penghasilan sendiri.

c. *Public Relations* (Hubungan Masyarakat)

Hasil Penelitian Saat Ini

Pihak BSI KCP Barru menjalin kerja sama resmi berupa nota kesepahaman (MoU) dengan Dinas Pendidikan Kabupaten Barru sebagai dasar izin resmi untuk melakukan sosialisasi ke seluruh jenjang pendidikan mulai dari PAUD hingga SMA/SMK serta pondok pesantren. Kerja sama ini juga berfungsi meningkatkan kepercayaan pihak sekolah dan masyarakat.

Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Rahayu (2020) menyebutkan bahwa dukungan lembaga pendidikan umumnya hanya dianggap sebagai pelengkap izin masuk ke sekolah, bukan faktor penentu keberhasilan sosialisasi. Sedangkan penelitian Damayanti (2021) tidak membahas secara mendalam peran kerja sama kelembagaan pemerintah daerah dalam promosi produk tabungan pelajar.

Perbedaan dan Temuan Penelitian Saat Ini

Berbeda dengan penelitian terdahulu, penelitian ini menemukan bahwa kerja sama resmi dengan Dinas Pendidikan menjadi pondasi utama dan faktor penentu keberhasilan promosi. Tanpa dukungan ini, pihak bank sulit

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

mendapatkan akses menyeluruh ke seluruh sekolah di wilayah Barru, terutama daerah pelosok. Kepercayaan yang muncul karena dukungan lembaga resmi juga terbukti lebih efektif dibandingkan sekadar promosi mandiri bank.

d. *Personal Selling* (Penjualan Personal)

Hasil Penelitian Saat Ini

Merupakan strategi paling utama melalui program BSI Goes to School dengan metode "jemput bola" dan dukungan layanan mobil kas keliling. Pendekatan tatap muka ini memungkinkan petugas menjelaskan secara rinci manfaat produk, prinsip syariah, serta menjawab keraguan secara langsung.

Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Damayanti (2021) menekankan bahwa promosi tatap muka sudah mulai ditinggalkan dan digantikan dengan promosi daring karena dianggap lebih efisien. Sedangkan penelitian Wais (2020) justru menemukan bahwa metode kunjungan langsung atau sistem "jemput bola" jauh lebih efektif untuk wilayah kabupaten dan daerah terpencil dibandingkan promosi digital semata.

Perbedaan Penelitian Saat Ini

Penelitian ini memperkuat temuan Wais (2020) sekaligus memperluasnya dengan menunjukkan bahwa penjualan personal menjadi strategi paling efektif bukan hanya karena keterbatasan teknologi, melainkan karena memungkinkan penjelasan mendalam mengenai prinsip syariah dan nilai literasi keuangan yang sulit disampaikan melalui media lain. Dukungan

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

mobil kas keliling juga menjadi bentuk penjualan personal yang spesifik disesuaikan dengan kondisi geografis wilayah Barru.

e. *Direct Marketing* (Pemasaran Langsung)

Hasil Penelitian Saat Ini

Dilakukan melalui komunikasi terjadwal secara langsung melalui pesan WhatsApp resmi dengan kepala sekolah atau guru pembina tabungan. Komunikasi ini digunakan untuk mengingatkan jadwal kunjungan, menyampaikan informasi terbaru, serta meminta kelengkapan dokumen persyaratan pembukaan rekening.

Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Putri & Hadi (2020) umumnya menggunakan pemasaran langsung untuk menawarkan produk secara langsung kepada calon nasabah individu, bukan sebagai sarana koordinasi kelembagaan. Sedangkan penelitian Rahayu (2020) tidak membahas penggunaan pesan instan sebagai sarana pemasaran langsung yang terintegrasi dengan persiapan teknis kegiatan.

Perbedaan Penelitian Saat Ini

Penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran langsung tidak berfungsi sebagai sarana penawaran semata, melainkan sebagai jembatan koordinasi yang menyatukan informasi promosi dengan persiapan teknis persyaratan administrasi. Hal ini menjadi temuan baru yang belum banyak dibahas pada penelitian terdahulu, di mana komunikasi langsung dengan pihak sekolah terbukti mengurangi kendala keterlambatan persiapan dokumen dan kesalahpahaman jadwal kegiatan.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Strategi yang diterapkan telah selaras dengan teori *Promotion Mix* Kotler dan Armstrong, namun memiliki karakteristik khas yang berbeda dengan penelitian terdahulu yang umumnya dilakukan di wilayah perkotaan. Di Kabupaten Barru, kombinasi kerja sama kelembagaan, pendekatan tatap muka, dan penyesuaian insentif dengan kebutuhan pelajar menjadi kunci keberhasilan, sedangkan promosi digital berperan sebagai pendukung saja. Hal ini membuktikan bahwa efektivitas setiap elemen bauran promosi sangat bergantung pada karakteristik lokasi, segmen sasaran, serta nilai budaya masyarakat setempat.

2. Analisis Kualitas Layanan Berdasarkan Teori SERVQUAL

Bagian ini menganalisis temuan di lapangan melalui pisau analisis lima dimensi kualitas layanan menurut Zeithaml, Parasuraman, dan Berry, serta membandingkannya dengan hasil penelitian terdahulu dan menempatkannya pada konteks penelitian saat ini.

a. *Tangibles* (Bukti Fisik)

Berdasarkan hasil wawancara, nasabah menilai fasilitas kantor BSI KCP Barru sudah sangat memadai: ruangan bersih, pendingin ruangan berfungsi baik, penataan kursi rapi, serta tersedia fitur penilaian kepuasan melalui pemindaian kode batang yang dinilai inovatif dan menunjukkan keterbukaan bank terhadap masukan.

Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Sari & Utama (2019) dalam penelitiannya menekankan bahwa kelengkapan fasilitas teknologi dan tampilan fisik modern menjadi indikator utama penilaian nasabah di wilayah perkotaan. Sedangkan penelitian Damayanti (2021) menambahkan bahwa fasilitas digital pendukung layanan menjadi keunggulan

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

yang lebih diutamakan dibandingkan kenyamanan ruang fisik bagi nasabah muda.

Perbedaan dan Temuan Penelitian Saat Ini

Berbeda dengan penelitian terdahulu yang menempatkan fasilitas teknologi sebagai prioritas utama, penelitian ini menemukan bahwa bagi nasabah di wilayah Barru, kenyamanan ruang tunggu, kebersihan, dan kerapian petugas menjadi faktor bukti fisik yang lebih menonjol. Kehadiran fitur pemindaian *barcode* menjadi nilai tambah yang unik karena menunjukkan keseriusan bank dalam mendengar aspirasi masyarakat setempat, hal yang jarang dibahas secara mendalam pada penelitian terdahulu.

b. *Reliability* (Keandalan)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa prosedur pembukaan rekening dirancang sangat sederhana, serta bank memiliki solusi alternatif yang jelas saat aplikasi BYOND mengalami gangguan: nasabah dapat dialihkan ke ATM, layanan internet banking, atau dilayani secara manual melalui sistem inti perbankan di konter sehingga transaksi tetap selesai di tempat.

Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Sari & Utama (2019) menyimpulkan bahwa kemampuan memberikan layanan pengganti saat gangguan sistem menjadi faktor penentu kepuasan nasabah yang paling signifikan. Sedangkan penelitian Wais (2020) menemukan bahwa di wilayah kabupaten, nasabah sangat menghargai konsistensi layanan meskipun teknologi sedang mengalami kendala.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Perbedaan dan Temuan Penelitian Saat Ini

Penelitian ini memperkuat temuan Sari & Utama, namun menambahkan temuan baru bahwa ketersediaan solusi manual yang siap digunakan langsung di lokasi menjadi keunggulan khusus BSI KCP Barru, berbeda dengan penelitian terdahulu yang umumnya hanya menyarankan pengalihan ke saluran lain. Kesederhanaan persyaratan yang hanya memerlukan KIA atau kartu pelajar juga menjadi bentuk keandalan prosedur yang lebih disesuaikan dengan karakteristik pelajar.

c. *Responseveness* (Daya Tanggap)

Petugas terbukti merespons pertanyaan dengan cepat, memberikan panduan sabar, menyesuaikan jadwal kunjungan agar tidak mengganggu jam pelajaran, serta menjelaskan gangguan sistem dengan jujur dan transparan beserta estimasi waktu perbaikan sehingga kekhawatiran nasabah dapat diredam.

Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Putri & Hadi (2020) menekankan bahwa kecepatan merespons keluhan menjadi faktor utama yang membedakan layanan bank unggul dan kurang baik. Sedangkan penelitian Rahayu (2020) menemukan bahwa penyesuaian jadwal layanan dengan kebutuhan pengguna meningkatkan kepercayaan nasabah secara signifikan.

Perbedaan dan Temuan Penelitian Saat Ini

Penelitian ini memperluas temuan terdahulu dengan menunjukkan bahwa daya tanggap tidak hanya berarti cepat melayani, tetapi juga cepat menjelaskan dan mengelola ekspektasi nasabah, terutama saat terjadi gangguan. Hal ini menjadi

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

aspek yang belum banyak dibahas pada penelitian terdahulu mengenai layanan perbankan syariah. Penyesuaian jadwal kunjungan ke sekolah juga menjadi bentuk daya tanggap yang spesifik untuk segmen pelajar.

d. *Assurance* (Jaminan)

Penjelasan prinsip syariah bebas riba, jaminan keamanan dana yang dilindungi LPS dan diawasi DSN-MUI, serta kesopanan dan kemudahan bahasa yang digunakan petugas membuat nasabah merasa tenang, aman, dan penuh kepercayaan. Selain itu, kemudahan persyaratan dan lokasi yang strategis juga menjadi alasan kepercayaan nasabah.

Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Sari & Utama (2019) umumnya mengukur jaminan dari segi kompetensi teknis petugas dan keamanan sistem. Sedangkan penelitian Damayanti (2021) menekankan reputasi merek sebagai bentuk jaminan yang paling berpengaruh bagi nasabah muda.

Perbedaan dan Temuan Penelitian Saat Ini

Penelitian ini memiliki perbedaan yang nyata dengan penelitian terdahulu: jaminan nilai syariah menjadi faktor penentu kepercayaan yang paling utama, bahkan lebih tinggi daripada sekadar keamanan teknis atau reputasi. Hal ini sesuai dengan karakteristik nasabah di wilayah Barru yang sangat mempertimbangkan prinsip agama dalam memilih layanan keuangan. Jaminan praktis seperti bebas biaya administrasi dan lokasi mudah dijangkau juga menjadi pendukung yang melengkapi aspek kepercayaan.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

e. *Empathy* (Empati)

Petugas menerapkan sikap mendengarkan secara sabar tanpa memotong pembicaraan, meminta maaf dengan tulus, berbicara dengan nada tenang, serta mendampingi nasabah hingga masalah selesai. Dalam konteks syariah, pelayanan santun juga dipandang sebagai bentuk memberikan ketenangan jiwa dan kemaslahatan bagi nasabah.

Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Sari & Utama (2019) mendefinisikan empati sebagai perhatian personal dan pemahaman atas kebutuhan spesifik nasabah. Sedangkan penelitian Wais (2020) menemukan bahwa di wilayah kabupaten, kedekatan emosional dan kesopanan menjadi faktor penentu kepuasan lebih besar daripada kelengkapan fitur teknologi.

Perbedaan dan Temuan Penelitian Saat Ini

Penelitian ini memperkaya konsep empati dengan memadukannya dengan nilai-nilai syariah: pelayanan santun bukan sekadar standar layanan, melainkan wujud pelaksanaan prinsip kemaslahatan dan ketenangan jiwa. Hal ini merupakan perbedaan utama dengan penelitian terdahulu yang umumnya menggunakan konsep empati secara umum tanpa menautkannya dengan nilai dasar perbankan syariah.

Secara keseluruhan, penerapan kelima dimensi SERVQUAL pada BSI KCP Barru telah berjalan dengan baik, namun disesuaikan secara khas dengan kondisi wilayah, karakteristik segmen pelajar, serta nilai-nilai dasar perbankan syariah yang menjadi keunggulan tersendiri dibandingkan temuan penelitian terdahulu.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Ketersediaan solusi alternatif saat gangguan sistem selaras dengan temuan Sari dan Utama (2019), yang menyatakan bahwa kemampuan memberikan layanan cadangan secara signifikan meningkatkan kepuasan nasabah. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang cenderung menekankan kelengkapan fitur teknologi, penelitian ini justru menemukan bahwa bagi nasabah di wilayah Barru, kesederhanaan prosedur dan pendekatan berbasis nilai syariah menjadi aspek yang jauh lebih diutamakan.

3. Analisis Kendala yang Dihadapi

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bpk. Najamuddin (CSE) dan Ibu Afdaliah (nasabah), serta temuan di lapangan, terdapat dua kelompok kendala utama yang dihadapi BSI KCP Barru dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah Tabungan SimPel, yaitu kendala pada aspek strategi promosi dan kendala pada aspek kualitas layanan. Berikut adalah analisis mendalam beserta perbandingannya dengan penelitian terdahulu:

a. Kendala pada Aspek Strategi Promosi

Berdasarkan hasil penelitian, kendala yang paling menonjol pada tahap promosi meliputi: kesulitan menyamakan jadwal kunjungan dengan agenda sekolah yang padat, akses geografis yang sulit menuju sekolah-sekolah di wilayah terpencil Kabupaten Barru, pelaksanaan sosialisasi yang hanya terbatas pada momen penerimaan siswa baru sehingga durasi dan frekuensinya sangat minim, serta rendahnya kesadaran sebagian orang tua dalam melengkapi dokumen persyaratan pembukaan rekening. Kondisi ini diperkuat oleh pernyataan Ibu Afdaliah yang menyebutkan bahwa sosialisasi yang terlalu

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

singkat menyebabkan informasi mengenai keunggulan produk dan tata cara administrasi kurang terserap secara mendalam oleh siswa maupun orang tua.

Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Rahayu (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kendala utama promosi tabungan pelajar adalah persaingan antar produk dan minimnya penyebaran informasi secara umum, tanpa membahas aspek keterbatasan waktu pelaksanaan sosialisasi. Sedangkan penelitian Wais (2020) menemukan bahwa kendala promosi di wilayah kabupaten lebih banyak dipengaruhi oleh kondisi pandemi dan keterbatasan jangkauan media digital, namun belum menyoroti kendala sinkronisasi jadwal dengan institusi pendidikan.

Perbedaan Temuan Penelitian Saat Ini

Penelitian ini memperkaya temuan terdahulu dengan mengidentifikasi bahwa keterbatasan waktu pelaksanaan promosi yang hanya berpusat pada momen penerimaan siswa baru menjadi kendala paling krusial, bukan sekadar kurangnya jumlah kegiatan promosi. Selain itu, kendala spesifik berupa kesulitan akses geografis wilayah Barru serta rendahnya kesiapan dokumen dari orang tua menjadi temuan baru yang belum banyak dibahas pada penelitian terdahulu.

b. Kendala pada Aspek Kualitas Layanan

Dari sisi kualitas layanan, kendala yang dihadapi meliputi: gangguan jaringan internet yang sering terjadi saat pelaksanaan pembukaan rekening massal di lokasi sekolah, keterbatasan jumlah personel petugas yang menyebabkan kunjungan ke sekolah tidak dapat dilakukan secara rutin dan

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

merata, serta belum tersedianya fitur pemantauan saldo khusus pelajar pada aplikasi seluler BSI yang memudahkan pemantauan tabungan secara mandiri.

Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Sari & Utama (2019) menekankan bahwa kendala layanan yang dominan adalah ketidaktepatan waktu pelayanan dan kurangnya kesopanan petugas, namun tidak membahas hambatan teknis di lokasi luar kantor maupun keterbatasan fitur digital khusus segmen tertentu. Sedangkan penelitian Damayanti (2021) menyebutkan bahwa kendala layanan lebih banyak berupa kurangnya integrasi layanan antar saluran digital, tanpa menyoroti keterbatasan sumber daya manusia dan kendala infrastruktur di wilayah kabupaten.

Perbedaan Temuan Penelitian Saat Ini

Berbeda dengan penelitian terdahulu yang umumnya berfokus pada kendala di lingkungan kantor cabang, penelitian ini menemukan bahwa hambatan layanan terbesar justru muncul saat pelayanan dilakukan di lokasi sekolah, yaitu gangguan jaringan yang menghambat proses administrasi. Selain itu, penelitian ini juga menegaskan bahwa keterbatasan fitur layanan digital yang disesuaikan dengan kebutuhan pelajar menjadi kendala yang belum teridentifikasi secara mendalam pada studi-studi sebelumnya.

Secara keseluruhan, kendala yang dihadapi BSI KCP Barru merupakan gabungan dari faktor eksternal (kondisi geografis, jadwal sekolah) dan faktor internal (keterbatasan SDM, infrastruktur, pengembangan fitur). Dibandingkan dengan penelitian terdahulu yang lebih banyak menyoroti persaingan pasar dan kualitas interaksi layanan, penelitian ini menunjukkan bahwa di wilayah seperti Kabupaten Barru, penyesuaian jadwal promosi, penguatan dukungan infrastruktur

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

di lokasi pelayanan, dan pengembangan fitur khusus segmen pelajar menjadi hal yang jauh lebih mendesak untuk diatasi agar potensi pasar Tabungan SimPel dapat dimanfaatkan secara maksimal.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, pihak BSI KCP Barru telah merumuskan dan menerapkan sejumlah langkah konkret untuk mengatasi kendala yang dihadapi, dengan rincian sebagai berikut:

a. Upaya Mengatasi Kendala Aspek Strategi Promosi

1) Penyelarasan jadwal secara fleksibel: Pihak bank menjalin komunikasi rutin dengan kepala sekolah dan dinas pendidikan untuk menyusun jadwal kunjungan yang tidak bentrok dengan ujian atau kegiatan sekolah lainnya, serta memanfaatkan jam istirahat atau pertemuan wali murid.
2) Penjangkauan wilayah terpencil: Mengoptimalkan penggunaan layanan mobil kas keliling yang dilengkapi peralatan pendukung sosialisasi, serta menjadwalkan kunjungan ke sekolah di wilayah pelosok secara bertahap dan berkelompok untuk menghemat waktu dan biaya.
3) Perluasan waktu sosialisasi: Selain momen penerimaan siswa baru, bank juga menyelenggarakan kegiatan literasi keuangan syariah pada pertengahan tahun ajaran dan saat pembagian rapor, serta menyediakan materi sosialisasi dalam bentuk video pendek yang dikirimkan melalui grup WhatsApp sekolah.
4) Penyuluhan persyaratan dokumen: Menyebarkan panduan lengkap persyaratan pembukaan rekening melalui surat resmi ke sekolah, grup

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

orang tua murid, serta membagikan lembar panduan saat kunjungan sosialisasi agar orang tua dapat mempersiapkan dokumen sejak dini.

b. Upaya Mengatasi Kendala Aspek Kualitas Layanan

1) Penguatan dukungan jaringan: Mengusulkan ke kantor pusat untuk penyediaan perangkat penunjang sinyal dan modem cadangan saat kegiatan pembukaan rekening massal di lapangan, serta bekerja sama dengan penyedia layanan internet lokal.
2) Optimalisasi sumber daya manusia: Mengatur jadwal tugas bergilir antar petugas agar kunjungan ke sekolah dapat dilakukan secara rutin, serta mengundang tenaga bantuan dari kantor cabang lain jika diperlukan pada momen padat.
3) Pengembangan fitur layanan: Mengajukan usulan resmi kepada kantor pusat untuk menambahkan fitur khusus pemantauan saldo dan transaksi pelajar pada aplikasi BYOND, serta menyediakan buku tabungan fisik sebagai alternatif pemantauan bagi siswa.

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai "Strategi Promosi dan Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan SimPel Bank Syariah Indonesia KCP Barru". Berikut ini intisari dari beberapa pertanyaan yang ada dalam pembahasan atau temuan dalam penelitian ini. Maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi promosi BSI KCP Barru mengutamakan penjualan personal melalui program BSI Goes to School dan kerja sama dengan Dinas Pendidikan, didukung elemen promosi lainnya.
2. Kualitas layanan telah memenuhi kelima dimensi SERVQUAL dengan penekanan pada kemudahan prosedur, solusi alternatif saat gangguan, serta penyampaian nilai syariah.
3. Kendala utama meliputi sinkronisasi jadwal, akses wilayah, gangguan jaringan, keterbatasan SDM, dan belum adanya fitur khusus pelajar pada aplikasi seluler.

B. Saran

1. Bagi Pihak Bank Syariah Indonesia KCP Barru: Perluas sosialisasi ke luar momen penerimaan siswa baru, optimalkan konten promosi digital, usulkan fitur pemantauan saldo pelajar, dan tambah frekuensi kunjungan ke wilayah terpencil.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

2. Bagi Pihak Sekolah dan Orang Tua Siswa: Sekolah siapkan jadwal khusus sosialisasi bank agar tidak bentrok dengan jam pelajaran, kemudian orang tua lengkapi dokumen persyaratan sejak awal agar proses berjalan dengan lancar.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya: Disarankan meneliti pengaruh promosi dan layanan secara kuantitatif dengan melibatkan jumlah sampel nasabah yang lebih banyak, serta membandingkan dengan bank lain di wilayah Kabupaten Barru.

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi nyata bagi perkembangan ilmu pengetahuan terkait syariat Islam dan dapat disempurnakan melalui penelitian tindak lanjut di masa depan.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

DAFTAR PUSTAKA

Agustini Sri Wahyuni. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Binapura Aksara, 1996.

Ali Hasan. *Marketing Bank Syariah*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010.

Asri Kunda, dkk. *Pengantar Bisnis: Manajemen, Pembiayaan, Pemasaran dan Operasional*. Sumatra Barat: PT Global Eksekutif Teknologi, 2023.

Bachri, Bachtiar S. "Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif." *Jurnal Teknologi Pendidikan*, hlm. 50.

Bank Syariah Indonesia. "BSI Tabungan Simpanan Pelajar." Diakses pada 15 Desember 2025. https://www.bankbsi.co.id/produk/tabungan/simpanan-pelajar/

Bank Syariah Indonesia. "Profil BSI KCP Barru." Diakses pada 10 Desember 2025. https://www.bankbsi.co.id/kantor-kami/kcp-barru/.

Bungin, Burhan. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2003.

Damayanti, R. "Strategi Promosi Digital untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Muda di Bank Syariah." *Jurnal Teknologi dan Manajemen* 10, no. 3 (2021): 102–110.

Damirah. *Pengantar Ilmu Manajemen*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2023.

David, Fred R. *Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: Salemba Empat, 2004.

Dian Aswari Nasution. "Analisis Strategi Pemasaran Simpanan Pelajar (iB) pada Bank Syariah Indonesia KC Gatot Subroto Kota Jambi." Skripsi Sarjana, UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2021.

Dwi Suwiknyo. *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.

Fandy Tjiptono. *Pemasaran Jasa.* Edisi Pertama. Malang: Bayumedia, 2006.

Fenny Rosa, dkk. *Manajemen Strategik dalam Perusahaan Internasional*. Jawa Tengah: Penerbit NEM, 2022.

Heri Sudarsono. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekonisia, 2013.

Indrayani. *Akuntansi Zakat, Infak dan Wakaf*. Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2025.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Cetakan I. Surakarta: Tiga Serangka Pustaka Mandiri, 2018.

Khaerul Umam. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.

Kosasih. *Manajemen Strategik*. Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021.

Laporan Tahunan 2023 PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Jakarta: BSI, 2024.

Misbahuddin dan Iqbal Hasan. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013.

Muhammad Kamal Zubair, dkk., ed. *Penulisan Karya Ilmiah Berbasis Teknologi Informasi*. Parepare: IAIN Parepare, 2020.

Muri Yusuf. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana, 2017.

Nana Herdiana Abdurahman dan Achmad Sanusi. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.

Nur Eka Efendi, dkk. *Strategi Pemasaran*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022.

Otoritas Jasa Keuangan. "Laporan Perkembangan Perbankan Syariah Indonesia 2021." Jakarta: OJK, 2021.

PT Bank Syariah Indonesia (Persero) Tbk. *Ringkasan Informasi Produk dan Layanan (RIPLAY) Personal BSI Tabungan Simpanan Pelajar*. Jakarta: PT Bank Syariah Indonesia (Persero) Tbk, 2026. Diakses pada 06 Juli 2026 dari https://www.bankbsi.co.id/storage/file_manager/pdf.

Putri, N. dan S. Hadi. "Pengaruh Promosi terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan di Bank KCP Surabaya." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 15, no. 2 (2020): 45–53.

Rahayu, Reza Sri. "Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bank Syariah Mandiri." Skripsi Sarjana, UIN Ar-Raniry, 2020.

Ramdhan. "Metode Penelitian Kualitatif." *Jurnal Pendidikan dan Sosial* 5, no. 2 (2021): 18–25.

Republik Indonesia. *Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 94. Jakarta: Sekretariat Negara Republik Indonesia, 2008.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Ruqayyah, Nurul Jannah. "Peran Tabungan IB Simpel Dalam Perkembangan PT Bank Sumut KCP Syariah Simpang Kayu Besar." *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen* 2, no. 1 (2022): 831–832.

Ruqayyah. "Peran Tabungan IB Simpel dalam Perkembangan PT Bank Sumut KCP Syariah Simpang Kayu Besar." *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi, dan Manajemen (JIKEM)* 2, No.1 (2022): 831

Salim dan Syahrum. *Metode Penelitian Kualitatif Konsep Dan Aplikasi Dalam Ilmu Sosial, Keagamaan Dan Pendidikan*. Bandung: Cita Pustaka Media, 2012.

Sangmi, M. "Digital Banking in Islamic Financial Institutions: Adapting to Competitive Pressures." *Journal of Islamic Financial Research* 10, no. 1 (2023): 87–101.

Sari, A. P. dan B. Utama. "Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Produk Tabungan di Bank Daerah." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 8, no. 1 (2019): 28–38.

Sari, R. K. dan A. Utama. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Di Bank Daerah." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 7, no. 1 (2019): 45–56.

Sumar'in. *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.

Suryati. *Pengelolaan Pengajaran*. Yogyakarta: Percetakan Bintang, 2021.

Syarifuddin, Ahmad Dzul Ilmi. *Bauran Pemasaran dan Sharia Compliance Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Parepare: LAA MAISYIR, 2020.

Vivi Fathonah dan R. Edi Komaruddin. "Menumbuhkan Minat Menabung Sejak Dini dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Prosiding Seminar Nasional KKN-DR UIN Sunan Gunung Djati Bandung* 1, no. 46 (Desember 2021): 71–78.

Wais, M. "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Bank Syariah Indonesia." Skripsi Sarjana, IAIN Palopo, 2020.

Zaenal Aripin. *Marketing Manajemen*. Sleman: Deepublish, 2021.

Zeithaml, Valarie. A., A. Parasuraman, dan Leonard L. Berry. *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press, 1990.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

LAMPIRAN-LAMPIRAN

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Lampiran 1. Pedoman Wawancara

	KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE** **FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM** **Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307**
	VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN PENULISAN SKRIPSI

PEDOMAN WAWANCARA

NAMA MAHASISWA	:	NUR AFNI HASMAN KAUSU
NIM	:	2120203862201003
FAKULTAS	:	EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PRODI	:	AKUNTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
JUDUL	:	STRATEGI PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN SIMPEL BANK SYARIAH INDONESIA KCP BARRU

A. Pertanyaan untuk Pengelola Bank Syariah Indonesia KCP Barru

1. Apa strategi utama dalam pengelolaan produk tabungan SimPel?
2. Bagaimana Anda menilai kepuasan nasabah terhadap layanan yang diberikan?
3. Apa tantangan terbesar yang dihadapi dalam pengelolaan Bank Syariah Indonesia KCP Barru?
4. Bagaimana Anda mengembangkan produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan nasabah?

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

5. Apa saja inovasi terbaru yang telah diterapkan di Bank Syariah Indonesia KCP Barru untuk meningkatkan pengalaman nasabah?
6. Apa saja kendala dalam pelaksanaan strategi promosi dan kualitas layanan?
7. Bagaimana keandalan sistem pelayanan saat terjadi gangguan aplikasi BYOND atau M-Banking? Apa solusi alternatif yang langsung diberikan oleh petugas?
8. Apakah kompetensi dan penjelasan dari petugas saat terjadi gangguan mampu memberikan rasa aman dan menumbuhkan kembali kepercayaan nasabah?
9. Bagaimana sikap, keramahan, dan perhatian personal yang ditunjukkan petugas pelayanan dalam menghadapi nasabah yang sedang panik atau kecewa?

B. Pertanyaan untuk Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Barru

1. Apa yang Anda ketahui tentang strategi promosi BSI KCP Barru dalam meningkatkan jumlah nasabah produk Tabungan SimPel?
2. Apa alasan utama Anda memilih produk tabungan SimPel di Bank Syariah Indonesia KCP Barru?
3. Apa yang mendorong Anda memilih produk tabungan SimPel di Bank Syariah Indonesia?
4. Bagaimana pengalaman Anda dalam proses pembukaan rekening dan penggunaan tabungan SimPel?
5. Apa fitur atau layanan yang paling Anda sukai dari produk tabungan SimPel?
6. Apakah ada saran atau masukan untuk meningkatkan layanan produk tabungan SimPel di masa depan?
7. Apakah ada kendala selama pelaksanaan promosi produk Tabungan SimPel yang disosialisasikan oleh pihak BSI KCP Barru?
8. Bagaimana pendapat Anda mengenai kenyamanan ruang tunggu dan pemanfaatan fasilitas digital seperti *barcode* penilaian di BSI KCP Barru?
9. Apakah penjelasan petugas membuat Anda merasa tenang dan percaya untuk menyimpan uang di Bank Syariah Indonesia?

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Setelah mencermati instrumen dalam penelitian skripsi mahasiswa sesuai dengan judul di atas, instrumen tersebut dipandang telah memenuhi kelayakan untuk digunakan dalam penelitian yang bersangkutan.

Parepare, 20 Juni 2025
Mengetahui,
Pembimbing Utama

Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M.
NIP. 199110302019031006

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Lampiran 2. Transkrip Hasil Wawancara

	KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE** **FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM** **Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307**
	VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN PENULISAN SKRIPSI

PEDOMAN WAWANCARA

NAMA MAHASISWA	:	NUR AFNI HASMAN KAUSU
NIM	:	2120203862201003
FAKULTAS	:	EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PRODI	:	AKUNTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
JUDUL	:	STRATEGI PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN SIMPEL BANK SYARIAH INDONESIA KCP BARRU

HASIL WAWANCARA

A. Pertanyaan untuk Pengelola Bank Syariah Indonesia KCP Barru

1. Apa strategi utama dalam pengelolaan produk tabungan SimPel?

   Jawaban: Bank Syariah Indonesia dalam produk tabungan SimPel terkhusus di daerah Barru itu kebanyakan anak pesantren, salah satunya di Mangkoso. Jadi, pengelolaan produknya itu biasanya pihak Bank Syariah Indonesia KCP Barru mengadakan pertemuan dengan orang tua para santri tersebut, dan

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

nantinya pihak Bank Syariah Indonesia KCP Barru akan menjelaskan manfaat produknya. Setelah itu, untuk produk tabungannya, para santri yang menabung tiap bulan biasanya menabung pada ustad/gurunya, lalu gurunya yang akan membawa hasil tabungan yang telah dikumpulkan dari para santri tersebut ke Bank Syariah Indonesia KCP Barru tiap beberapa bulan. Akan tetapi, jika pihak pesantren tidak sempat untuk membawa tabungan tersebut ke Bank Syariah Indonesia KCP Barru, maka pihak Bank Syariah Indonesia KCP Barru akan terjun langsung ke pesantren untuk penjemputan dana tabungan SimPel.

2. Bagaimana Anda menilai kepuasan nasabah terhadap layanan yang diberikan?

   Jawaban: Kepuasan nasabah terutama di bagian pelayanan Bank Syariah Indonesia KCP Barru memiliki penilaian seperti barcode penilaian. Pada *barcode* penilaian ini, nasabah dapat memberikan nilai mengenai pelayanan yang diberikan dengan cara memindai kode lewat HP. Kepuasan nasabah juga dapat dilihat dari seberapa besar nasabah memberikan *referral* (referensi) dengan merekomendasikan pembukaan tabungan Bank Syariah Indonesia kepada keluarga maupun khalayak umum.

3. Apa tantangan terbesar yang dihadapi dalam pengelolaan Bank Syariah Indonesia KCP Barru?

   Jawaban: Terkhusus di bagian pelayanan, tantangan terbesarnya terjadi ketika terjadi gangguan jaringan dan error aplikasi, yang sangat berdampak pada sistem layanan. Jadi, ketika tiba-tiba ada gangguan, aplikasi nasabah tidak dapat diakses, seperti di aplikasi BYOND by BSI atau M-Banking BSI. Sebagai petugas Bank Syariah Indonesia, pastinya akan memberikan solusi kepada nasabah untuk penyelesaian masalah nasabah.

4. Bagaimana Anda mengembangkan produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan nasabah?

   Jawaban: Pengembangan produk dan layanan dengan melakukan promosi yang akan menjadi peluang besar, seperti mengadakan sosialisasi atau

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

membuat program berhadiah, biasanya menggunakan sistem grebek pasar. Sistem ini dilakukan dengan terjun langsung ke pasar untuk memperkenalkan kepada pedagang-pedagang produk emas yang paling laku digunakan di Bank Syariah Indonesia, yaitu gadai emas dan cicil emas.

5. Apa saja inovasi terbaru yang telah diterapkan di Bank Syariah Indonesia KCP Barru untuk mening katkan pengalaman nasabah?

   Jawaban: Inovasi terbaru di Bank Syariah Indonesia adalah aplikasi BYOND by BSI. Aplikasi ini dapat mempermudah semua kebutuhan nasabah agar terpenuhi. Misalnya, untuk pembayaran listrik, E-Wallet, belanja di Shopee, dan sebagainya. Dan yang paling terbaru adalah emas digital. Emas digital itu sekarang lagi ramai karena harga emas di pasar lagi naik. Sehingga Bank Syariah Indonesia mengeluarkan emas digital yang bisa dibeli siapa pun tanpa perlu datang ke BSI. Jadi, nasabah bisa membeli emas lewat rumah atau di mana pun dan kapan pun lewat aplikasi BYOND by BSI. BYOND by BSI juga lebih mudah serta harganya lebih bersaing dibandingkan dengan emas lainnya.

6. Apa saja kendala dalam pelaksanaan strategi promosi dan kualitas layanan?

   Jawaban: Kendala utama dalam strategi promosi adalah sulitnya menyinkronkan jadwal sosialisasi dengan agenda padat sekolah, kendala geografis untuk menjangkau sekolah-sekolah terperinci di wilayah Barru, serta kurangnya kesadaran sebagian orang tua dalam melengkapi dokumen persyaratan pembukaan rekening. Sementara dari sisi kualitas layanan, hambatan terbesar bersumber dari gangguan jaringan internet yang memperlambat proses pembukaan rekening massal secara digital di lapangan, keterbatasan jumlah personel petugas (SDM) untuk melayani kunjungan rutin ke sekolah-sekolah secara konsisten, serta belum adanya fitur pemantauan saldo khusus pelajar pada aplikasi *mobile banking.*

7. Bagaimana keandalan sistem pelayanan saat terjadi gangguan aplikasi BYOND atau M-Banking? Apa solusi alternatif yang langsung diberikan oleh

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

petugas?

Jawaban: Ketika terjadi gangguan pada aplikasi BYOND atau *m-banking*, keandalan sistem pelayanan kantor cabang tetap kami jaga agar tidak lumpuh. Solusi alternatif instan yang langsung diberikan oleh petugas adalah mengarahkan nasabah untuk mengalihkan transaksinya ke mesin ATM atau menggunakan layanan *Internet Banking* via *browser* yang biasanya berjalan di jalur server berbeda. Jika nasabah mendesak untuk melakukan transfer atau pembayaran hari itu juga dan sistem *mobile* masih *error*, petugas CS atau Teller akan melayaninya secara manual melalui sistem komputerisasi internal kantor cabang (*core banking*) di konter pelayanan, sehingga transaksi nasabah tetap bisa dieksekusi di tempat.

8. Apakah kompetensi dan penjelasan dari petugas saat terjadi gangguan mampu memberikan rasa aman dan menumbuhkan kembali kepercayaan nasabah?

   Jawaban: Benar, petugas kami dibekali dengan *product knowledge* dan standar edukasi krisis yang baik. Saat gangguan terjadi, petugas tidak akan menghindari nasabah, melainkan memberikan penjelasan secara jujur, transparan, dan profesional mengenai estimasi waktu perbaikan sistem dari pusat. Kami juga menekankan dan memberikan garansi kepada nasabah bahwa gangguan aplikasi hanya terjadi pada sistem akses menu digital saja, sedangkan saldo dan dana mereka di dalam rekening dipastikan tetap aman 100% karena dilindungi oleh sistem enkripsi bank dan dijamin oleh LPS. Penjelasan yang tenang dan kompeten ini terbukti mampu meredam kekhawatiran dan memulihkan kepercayaan nasabah.

9. Bagaimana sikap, keramahan, dan perhatian personal yang ditunjukkan petugas pelayanan dalam menghadapi nasabah yang sedang panik atau kecewa?

   Jawaban: Sikap utama yang kami tunjukkan adalah menerapkan dimensi empati secara mendalam, yaitu mendengarkan keluhan nasabah dengan sabar tanpa memotong pembicaraan (*active listening*). Petugas akan meminta maaf

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

dengan tulus atas ketidaknyamanan yang terjadi, menjaga nada bicara tetap tenang dan teduh, serta memberikan perhatian personal dengan cara menemani nasabah tersebut hingga mereka mendapatkan solusi konkret. Kami memahami bahwa dalam perbankan syariah, melayani nasabah yang panik bukan sekadar menyelesaikan transaksi keuangan, melainkan memberikan ketenangan jiwa (kemaslahatan) melalui pelayanan yang santun.

B. Pertanyaan untuk Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Barru

1. Apa yang Anda ketahui tentang strategi promosi BSI KCP Barru dalam meningkatkan jumlah nasabah produk Tabungan SimPel?

   Jawaban: Strategi promosi BSI KCP Barru dalam meningkatkan jumlah nasabah Tabungan SimPel berfokus pada metode jemput bola melalui program BSI *Goes to School.* Langkah ini diawali dengan membangun kerja sama dengan Dinas Pendidikan setempat guna mendapatkan akses resmi ke sekolah-sekolah di wilayah Barru, mulai dari tingkat PAUD hingga SMA.

2. Apa alasan utama Anda memilih produk tabungan SimPel di Bank Syariah Indonesia KCP Barru?

   Jawaban: Alasan utamanya adalah prinsip syariah yang memberikan rasa aman karena bebas dari riba. Selain itu, lokasi KCP Barru yang mudah dijangkau memudahkan saya untuk melakukan transaksi atau konsultasi secara langsung tanpa harus menempuh jarak jauh.

3. Apa yang mendorong Anda memilih produk tabungan SimPel di Bank Syariah Indonesia?

   Jawaban: Dorongan terbesar adalah kemudahan akses bagi pelajar. Persyaratan pembukaan rekeningnya sangat ringan (cukup Kartu Pelajar/KIA) dan setoran awalnya sangat terjangkau. Selain itu, reputasi BSI sebagai bank syariah terbesar di Indonesia memberikan rasa percaya bahwa dana tabungan dikelola dengan aman dan profesional.

4. Bagaimana pengalaman Anda dalam proses pembukaan rekening dan penggunaan tabungan SimPel?

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Jawaban: Pengalamannya sangat positif. Proses pembukaan rekening di kantor cabang tergolong cepat dan tidak berbelit-belit. Petugas sangat ramah dalam membimbing pengisian formulir. Dalam penggunaan sehari-hari, administrasinya sangat simpel karena nama rekening menggunakan nama siswa sendiri, yang membantu menumbuhkan rasa tanggung jawab dalam mengelola uang.

5. Apa fitur atau layanan yang paling Anda sukai dari produk tabungan SimPel?

   Jawaban: Fitur yang paling disukai adalah Bebas Biaya Administrasi Bulanan. Hal ini sangat menguntungkan bagi pelajar karena saldo tabungan tidak berkurang setiap bulan. Selain itu, adanya kartu ATM/Debit yang dapat digunakan di jaringan ATM yang luas juga sangat memudahkan jika sewaktu-waktu membutuhkan penarikan dana.

6. Apakah ada saran atau masukan untuk meningkatkan layanan produk tabungan SimPel di masa depan?

   Jawaban: Diharapkan ada fitur pemantauan saldo yang lebih mudah melalui aplikasi *BSI Mobile* khusus untuk pelajar agar bisa mengecek tabungan dari rumah, kemudian mengadakan program *reward* atau hadiah kecil bagi siswa yang rajin menabung setiap bulannya untuk menambah motivasi pelajar serta lebih sering mengadakan kunjungan ke sekolah-sekolah di wilayah Barru untuk memberikan edukasi literasi keuangan syariah secara langsung.

7. Apakah ada kendala selama pelaksanaan promosi produk Tabungan SimPel yang disosialisasikan oleh pihak BSI KCP Barru?

   Jawaban: Tentu ada. Kendalanya adalah minimnya durasi dan frekuensi pertemuan langsung. Sosialisasi sering kali dirasa terlalu singkat dan hanya dilakukan pada momen tertentu saja, seperti saat penerimaan siswa baru. Sehingga informasi mengenai keunggulan produk dan tata cara administrasi kurang terserap secara mendalam.

8. Bagaimana pendapat Anda mengenai kenyamanan ruang tunggu dan pemanfaatan fasilitas digital seperti *barcode* penilaian di BSI KCP Barru?

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Jawaban: Menurut saya, ruang tunggu di BSI KCP Barru sudah sangat nyaman, ruangannya bersih, AC-nya dingin, dan penataan kursinya rapi, sehingga meskipun antre, tidak terasa menjenuhkan. Terkait fasilitas digital seperti *barcode* penilaian kepuasan, saya pikir itu inovasi yang bagus dan sangat praktis. Kita tinggal *scan* pakai HP setelah dilayani untuk memberikan penilaian atau masukan. Ini menunjukkan kalau pihak bank betul-betul terbuka dan peduli terhadap kritik atau kepuasan dari masyarakat di Barru.

9. Apakah penjelasan petugas membuat Anda merasa tenang dan percaya untuk menyimpan uang di Bank Syariah Indonesia?

   Jawaban: Iya, penjelasan dari petugas BSI sangat membuat saya tenang. Cara penyampaian mereka sangat sopan dan ramah. Bahasanya mudah dipahami oleh masyarakat awam. Mereka tidak hanya menjelaskan keuntungan duniawi seperti bebas biaya admin atau kemudahan bertransaksi, tetapi juga menjelaskan prinsip syariahnya yang bebas riba. Ditambah lagi dengan jaminan bahwa uang kami aman karena diawasi oleh pemerintah dan DSN-MUI, hal itu membuat saya merasa jauh lebih aman, berkah, dan percaya penuh untuk menyimpan tabungan keluarga saya di BSI.

Setelah mencermati instrumen dalam penelitian skripsi mahasiswa sesuai dengan judul di atas, instrumen tersebut dipandang telah memenuhi kelayakan untuk digunakan dalam penelitian yang bersangkutan.

Parepare, 16 Desember 2025
Mengetahui,
Pembimbing Utama

Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M.
NIP. 199110302019031006

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Lampiran 3. Surat Pengantar Observasi dari Kampus

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

Nomor : B-5389/In.39/FEBI.04/PP.00.9/10/2025 22 Oktober 2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
H a l : Pengantar observasi

Yth. Pimpinan Bank Syariah Indonesia KCP Barru
Di-
Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, sehubungan dengan akan melakukan observasi terkait judul penelitian skripsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka dengan ini kami memohon kepada bapak/ibu berkenan kesediaanya menerima mahasiswa kami :

Nama : NUR AFNI HASMAN KAUSU
Tempat/Tgl. Lahir : WAITAWAR, 14 Desember 2002
NIM : 2120203862201003
Program Studi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah

Untuk melakukan observasi dan pengambilan data terkait judul penelitian :

STRATEGI PROMOSI DAN PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN SIMPEL BSI KCP BARRU

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan perkenaan Bapak/Ibu dihaturkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,

Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Lampiran 4. Surat Izin Penelitian dari Kampus

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

Nomor : B-5952/In.39/FEBI.04/PP.00.9/12/2025 — 11 Desember 2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. BUPATI BARRU
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di
KAB. BARRU

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	: NUR AFNI HASMAN KAUSU
Tempat/Tgl. Lahir	: KABUPATEN POLEWALI MANDAR, 14 Desember 2002
NIM	: 2120203862201003
Fakultas / Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis Islam / Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
Semester	: IX (Sembilan)
Alamat	: DESA TAMMANGALLE, DUSUN WAITAWAR, KEC. BALANIPA, KAB. POLEWALI MANDAR

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah BUPATI BARRU dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul :

STRATEGI PROMOSI DAN PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN SIMPEL BANK SYARIAH INDONESIA KCP BARRU

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 12 Desember 2025 sampai dengan tanggal 12 Januari 2026.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,

Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Tembusan :
1. Rektor IAIN Parepare

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Lampiran 5. Surat Izin Penelitian dari Pemerintah

PEMERINTAH KABUPATEN BARRU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Mal Pelayanan Publik Masiga Lt. 1-3 Jl. H. Andi Iskandar Unru Email: dpmptsptk.barru@gmail.com

Barru, 11 Desember 2025

Nomor : 567/IP/DPMPTSP/XII/2025
Lampiran : -
Perihal : Izin/Rekomendasi Penelitian

Kepada
Yth. Pimpinan BSI KCP Barru
di-
Tempat

Berdasarkan Surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare Nomor : B-5952/In.39/FEBI.04/PP.00.9/12/2025 tanggal, 11 Desember 2025 perihal tersebut di atas, maka ***Mahasiswi*** di bawah ini :

Nama	: Nur Afni Hasman Kausu
Nomor Pokok	: 2120203862201003
Program Studi	: Ekonomi Dan Bisnis Islam
Perguruan Tinggi	: IAIN Parepare
Pekerjaan/Lembaga	: Mahasiswi
Alamat	: Tamangalle Desa Tamangalle Kec. Balanipa Kab. Polewali Mandar

Diberikan izin untuk melakukan Penelitian/Pengambilan Data di Wilayah/Kantor Saudara yang berlangsung mulai tanggal **10 Desember 2025 s/d 20 Desember 2025** dalam rangka penyusunan ***Skripsi***, dengan judul :

STRATEGI PROMOSI DAN PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN SIMPEL BANK SYARIAH INDONESIA KCP BARRU

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, kepada yang bersangkutan melapor kepada Kepala SKPD (Unit Kerja) / Camat, apabila kegiatan dilaksanakan di SKPD (Unit Kerja) / Kecamatan setempat;
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan;
3. Mentaati semua Peraturan Perundang Undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat;
4. Menyerahkan 1(satu) eksampelar copy hasil penelitian kepada Bupati Barru Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Barru;
5. Surat Izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin ini tidak mentaati ketentuan tersebut di atas.

Untuk terlaksananya tugas penelitian tersebut degan baik dan lancar, diminta kepada Saudara (i) untuk memberikan bantuan fasilitas seperlunya.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan dipergunakan seperluhnya.

PLH. Kepala Dinas,

AZHAR HAMID, S.IP.,M.Si
Pangkat : Pembina, IV/a
NIP. 19820714 201206 1 001

TEMBUSAN : disampaikan Kepada Yth.
1. Bupati Barru (sebagai laporan);
2. Kepala Bappelitbangda Kab. Barru di Barru;
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare;
4. Mahasiswi yang bersangkutan.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Lampiran 6. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian



BSI BANK SYARIAH INDONESIA

PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk
KCP. BARRU
Perum Griya UBM Blok A5
Jl. A.A. Bau Massepe
Kab. barru 90712 Indonesia
T: 0427 3231741 - 0427 3231755

SURAT KETERANGAN PENELITIAN
No. :06/028-03/0121

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama	:	Nurlaela
Jabatan	:	Branch Operations & Service Manager
NIP	:	2184008805

Menerangkan bahwa :

Nama	:	NUR AFNI HASMAN KAUSU
NIM	:	2120203862201003
Program Studi	:	Perbankan Syariah
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Perguruan Tinggi	:	Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

adalah benar telah melaksanakan penelitian perihal "STRATEGI PROMOSI DAN PENINGKATAN KWALITAS LAYANAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN SIMPEL BANK SYARIAH INDONESIA KCP BARRU"

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Barru, 09 Februari 2026

PT. Bank Syariah Indonesia
***Branch Office* Barru**

BSI BANK SYARIAH INDONESIA KCP Barru

Nurlaela
Branch Operations & Service Manager

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Lampiran 7. Surat Keterangan Wawancara

IDENTITAS INFORMAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syaiful Islam

Alamat : Jl Veteran selatan

Jabatan/Pekerjaan : CSR

Menerangkan bahwa :

Nama : Nur Afni Hasman Kausu

NIM : 2120203862201003

Prodi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Nur Afni Hasman Kausu yang sedang melakukan penelitian berkaitan dengan **"Strategi Promosi dan Peningkatan Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan SimPel Bank Syariah Indonesia KCP Barru"**, demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan dengan sebagaimana mestinya.

Parepare,

.....

PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

IDENTITAS INFORMAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: NAJAMUDDIN
Alamat	: Perumahan Griya UBM Jl. A A Bau Massepe
Jabatan/Pekerjaan	: Consumer Sales Executive (CSE)

Menerangkan bahwa :

Nama	: Nur Afni Hasman Kausu
NIM	: 2120203862201003
Prodi	: Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Nur Afni Hasman Kausu yang sedang melakukan penelitian berkaitan dengan **"Strategi Promosi dan Peningkatan Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan SimPel Bank Syariah Indonesia KCP Barru"**, demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan dengan sebagaimana mestinya.

Parepare,

.....

PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

IDENTITAS INFORMAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SUKRIA

Alamat : JL A. ASIA PANRENGE

Jabatan/Pekerjaan : GURU PAUD

Menerangkan bahwa :

Nama : Nur Afni Hasman Kausu

NIM : 2120203862201003

Prodi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Nur Afni Hasman Kausu yang sedang melakukan penelitian berkaitan dengan **"Strategi Promosi dan Peningkatan Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan SimPel Bank Syariah Indonesia KCP Barru"**, demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan dengan sebagaimana mestinya.

Parepare,

SUKRIA

PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

IDENTITAS INFORMAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: ROSNAWATI. BUHARI
Alamat	: TAKKALA
Jabatan/Pekerjaan	: PNS

Menerangkan bahwa :

Nama	: Nur Afni Hasman Kausu
NIM	: 2120203862201003
Prodi	: Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Nur Afni Hasman Kausu yang sedang melakukan penelitian berkaitan dengan **"Strategi Promosi dan Peningkatan Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan SimPel Bank Syariah Indonesia KCP Barru"**, demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan dengan sebagaimana mestinya.

Parepare.

ROSNAWATI. BUHARI

PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

IDENTITAS INFORMAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: AFDALIAH
Alamat	: Lalabata
Jabatan/Pekerjaan	: Guru SMA

Menerangkan bahwa :

Nama	: Nur Afni Hasman Kausu
NIM	: 2120203862201003
Prodi	: Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Nur Afni Hasman Kausu yang sedang melakukan penelitian berkaitan dengan **"Strategi Promosi dan Peningkatan Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan SimPel Bank Syariah Indonesia KCP Barru"**, demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan dengan sebagaimana mestinya.

Parepare,

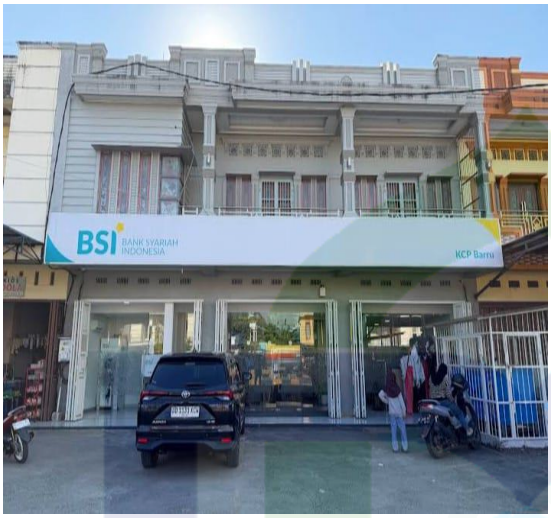
.....

PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Lampiran 8. Dokumentasi

Kantor Bank Syariah Indonesia KCP Barru





Wawancara dengan Narasumber



CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE





CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Lampiran 9. Biografi Penulis

BIOGRAFI PENULIS



Nur Afni Hasman Kausu (2120203862201003) adalah nama penulis skripsi ini. Penulis lahir dari orang tua Bapak Hasman Kausu, S.Pd.I. dan Ibunda Hj. Sanawiah, S.Pd.Sd. adalah anak ke-12 dari 12 bersaudara. Penulis dilahirkan di Kota Polewali Mandar pada tanggal 14 Desember 2002. Penulis menempuh pendidikan dimulai dari TK PKK Al-Qur'an Tammangalle (lulus tahun 2009), SDN 019 Balanipa (lulus tahun 2015), melanjutkan ke SMPN 2 Balanipa (lulus tahun 2018) dan SMKN 1 Tinambung (lulus tahun 2021). Kemudian pada tahun 2021 penulis terdaftar sebagai mahasiswi di Jurusan S1 Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah (ALKS) Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEBI) Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare melalui seleksi penerimaan mahasiswa baru jalur SPAN-PTKIN. Selama masa kuliah, penulis juga pernah mengikuti kegiatan sebagai peserta Pengenalan Budaya Akademik dan Kemahasiswaan (PBAK) yang diselenggarakan oleh IAIN Parepare pada tanggal 17 s.d. 19 Agustus 2021 dan telah dinyatakan LULUS. Penulis juga pernah mengikuti kegiatan sebagai peserta Latihan Kepemimpinan dan Pengembangan Keterampilan Mahasiswa (LKPKM) Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare, yang diselenggarakan pada tanggal 03-07 November 2021, di Balai Seni dan Budaya, dan telah dinyatakan LULUS. Penulis juga pernah mengikuti kegiatan sebagai panitia Kampoeng Ramadhan Fest yang diselenggarakan oleh Pengurus Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA-I) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare pada tanggal 09-15 April 2023 di Lapangan Zona Akreditasi IAIN Parepare. Penulis juga mengikuti ORMAWA (Organisasi Mahasiswa) PERKEMI Dojo IAIN Parepare, kemudian diberikan kepercayaan dan amanah untuk menjadi Bendahara Umum pada kepengurusan tahun 2024-2025. Penulis juga mengikuti program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Salarri, Kabupaten Polewali Mandar selama 45 hari. Setelah itu, melaksanakan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di KEMENAG Enrekang selama 1 bulan. Penulis juga sempat menjabat sebagai Pengurus Senat Mahasiswa IAIN Parepare (SEMA-I). Dengan motivasi dan semangat belajar dan berusaha, penulis telah berhasil menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Semoga penulisan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi dan bahan evaluasi dalam peningkatan Program Studi ALKS agar lebih baik lagi dan menjadikan masyarakat lebih memahami Bank Syariah Indonesia dengan berbagai produk yang dimiliki. Akhir kata, penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul **"Strategi Promosi dan Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan SimPel Bank Syariah Indonesia KCP Barru".**

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE