

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Paparan Data

##### 1. Sejarah dan Profil Bank BNI Syariah KCP Tulungagung

Terpaan krisis moneter pada tahun 1997, telah membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. prinsip syariah dengan tiga pilarnya yaitu adil, transparan dan masalahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada undang-undang No.10 tahun 1998, pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.<sup>1</sup>

Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (*office channelling*) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia. Didalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. dengan dewan pengawas syariah (DPS) yang saat ini diketahui oleh KH. Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.<sup>2</sup>

Berdasarkan keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT. Bank BNI Syariah.

---

<sup>1</sup> Dikutip dari [www.bnisyariah.co.id](http://www.bnisyariah.co.id) diakses tanggal 15 Januari 2018.

<sup>2</sup> *Ibid.*

Dan didalam corporate UUS BNI tahun 2013 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan spin off tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu spin off bulan juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif dengan diterbitkannya UU No. 19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

Disamping itu, komitmen pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat. Pada juni 2014 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 kantor cabang, 161 Kantor cabang Pembantu, 17 kantor kas, 22 mobil layanan gerak dan 20 payment point.

Kemudian pada tanggal 16 Mei 2012 kantor cabang pembantu baru telah resmi dibuka di Tulungagung. BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung diresmikan oleh Bupati Tulungagung yang saat itu diwakili oleh Wakil Bupati pada tanggal 16 Mei 2012 dengan personil terdiri dari 7 orang pegawai regular dan 5 orang pegawai dasar, yaitu diantaranya: Sub Branch Manager, Teller, Customer Service, Sales Assistant, Funding Assistant, Processing & Collection Assistant, dan Operational & Support Assistant, serta tiga orang satpam, seorang Office Boy dan seorang Driver.

Pertama kali menempati sebuah bangunan ruko di Komplek Ruko Nirwana Plaza Blok A-12 Jl. W.R. Supratman No. 41 Jepun Tulungagung, yang saat ini ditempati oleh Prodia Laboratorium. Sejak tanggal 13 Maret 2017 BNI Syariah Kantor Cabang

Pembantu Tulungagung menempati sebuah bangunan ruko di Komplek Ruko Panglima Sudirman Blok 7 Jl. Hasanudin Kenayan Tulungagung. Dengan jumlah personil saat ini yaitu 8 orang pegawai regular dan 5 orang pegawai dasar, antara lain: Sub Branch Manager, Operational & Service Head, Teller, Customer Service, Sales Assistant, Funding Assistant, Processing & Collection Assistant, dan Operational & Support Assistant, serta tiga orang satpam, seorang Office Boy dan seorang Driver.<sup>3</sup> Pada 2018 ini, BNI Syariah berhasil membuka 1.490 kantor cabang di seluruh Indonesia.<sup>4</sup>

Profil Bank BNI Syariah yaitu meliputi nama perusahaan, alamat kantor, alamat website, dasar hukum dan lain-lain. Nama perusahaan yang tentu telah kita ketahui bersama, yaitu PT. Bank BNI Syariah. Alamat website perusahaan yaitu [www.bnisyariah.co.id](http://www.bnisyariah.co.id). Alamat perseroan yaitu di Gedung Tempo Pavilion 1 Jl. HR Rasuna Said Kav 10-11, Lt 3-6, Jakarta 12950, Indonesia. Dasar Hukum Pendirian yaitu Surat Keputusan Menteri Hukum & HAM Nomor: AHU-15574, AH.01.01.TAHUN 2010, Tanggal 25 Maret 2010. Jaringan BNI Syariah saat ini adalah 67 kantor cabang, 165 kantor cabang pembantu, 17 kantor kas, 8 kantor fungsional, 22 mobil layanan gerak, 20 payment point, 202 mesin ATM BNI, dan 1500 outlet. Kepemilikan BNI Syariah saat ini yaitu 99,9% oleh PT. BANK NEGARA INDONESIA, dan 0,1% oleh PT. BNI LIFE INSURANCE.<sup>5</sup>

Adapun keunggulan BNI Syariah yaitu BNI Syariah didirikan dengan memanfaatkan jaringan BNI Konvensional yang ada baik fasilitas ATM maupun

---

<sup>3</sup> Bapak Miftachul H, Wawancara Pimpinan (Sub Branch Manager) BNI Syariah KCP Tulungagung, (beralamatkan di Ruko Panglima Sudirman Blok 7 Jl. Hasanudin, Kenayan, Tulungagung), tanggal 6 Februari 2018, Pukul 13.00 WIB.

<sup>4</sup> Dikutip dari [www.bnisyariah.co.id](http://www.bnisyariah.co.id) diakses tanggal 15 Januari 2018.

<sup>5</sup> *Ibid.*

Kantor cabang BNI Konvensional dengan melalui *Syariah Production Counter*. Dengan demikian layanan syariah, selain di cabang syariah yang bersangkutan, juga dapat dilakukan dan dilayani di Kantor Cabang Konvensional, misalnya transaksi pembukaan rekening tabungan maupun giro. Hal ini dapat disebut sebagai salah satu kemudahan akses bagi nasabah/ calon nasabah BNI Syariah.

Mungkin keberadaan BNI Syariah akan menimbulkan pertanyaan di masyarakat umum mengenai hubungannya dengan BNI Konvensional. Berdasarkan keterangan yang penulis dapat dari pimpinan BNI Syariah KCP Tulungagung didapatkan penjelasan bahwa, BNI Syariah merupakan salah satu unit dari BNI Konvensional, sehingga memiliki direktur yang sama. Akan tetapi khusus pengelolaan dana masyarakat yang masuk ke BNI Syariah dikelola secara terpisah dengan BNI Konvensional. Hal ini dilakukan untuk menjamin bahwa pengelolaan dana masyarakat yang diinvestasikan di BNI Syariah dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> *Ibid.*, Bapak Miftachul H, Wawancara... , tanggal 6 Februari 2018, Pukul 13.00 WIB.

## 2. Visi dan Misi Bank BNI Syariah

Visi BNI Syariah adalah “Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja”. Sedangkan misi BNI Syariah ada 5 poin yaitu:

- a. Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- b. Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- c. Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- d. Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
- e. Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.<sup>7</sup>

---

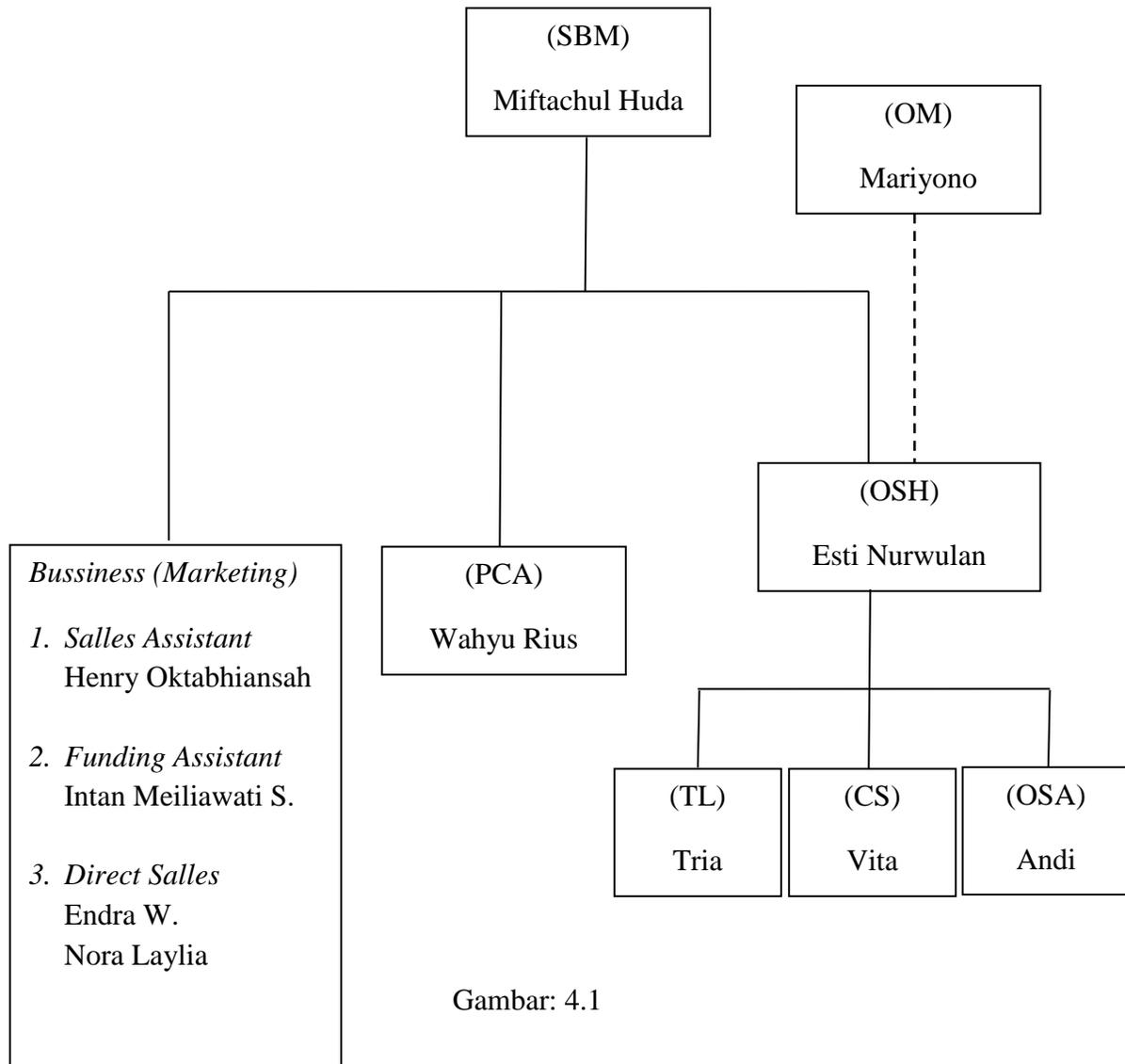
<sup>7</sup> Dikutip dari [www.bnisyariah.co.id](http://www.bnisyariah.co.id) diakses tanggal 15 Januari 2018.

3. Struktur dan Susunan Organisasi Bank BNI Syariah KCP Tulungagung per 31 Desember 2017

Struktur Organisasi PT. Bank BNI Syariah

Kantor Cabang Pembantu Tulungagung

per 31 Desember 2017



Gambar: 4.1

Keterangan:

a. Board of Manager

1. *Sub Branch Manager (SBM)* : Miftachul Huda
  2. *Operational Manager (OM)* : Mariyono
- b. *Supervisor*
1. *Operational And Service Head* : Esti Nurwulan
- c. *Business Devision*
1. *Funding Assisstant (FA)* : Intan Meiliawati Suyono
  2. *Direct Salles (DS)* : Nora Laylia dan Endra Wahyu
  3. *Process and Collecting Assistant (PCA)* : Wahyu Rius Puranda
  4. *Salles Assistant (SA)* : Henry Oktabhiansah
- d. *Service Devision*
1. *Customer Service (CS)* : Novita Dian Pratiwi
  2. *Teller (TL)* : Nurfitriani Suwarno

Berdasarkan struktur organisasi tersebut, beberapa pembagian tugas dan tanggung jawab dari masing-masing pada Bank BNI Syariah Tulungagung adalah sebagai berikut:

a. *Sub Branch Manager*

*Sub branch manager* merupakan posisi jabatan perusahaan yang bertugas membantu Branch Manager melaksanakan kegiatan serta mengawasi kegiatan yang dijalankan oleh cabang. Pada BNI Syariah wilayah Tulungagung yang statusnya merupakan Kantor Cabang Pembantu, atasan langsung *sub branch manager* merupakan *branch manager* yang bertempat di kantor cabang BNI Syariah Kediri. Bawahan langsung *Sub Branch Manager* adalah *commercial & consumer supervisor* dan *operational supervisor*. Tugas *Sub Branch Manager* adalah mengkoordinasi dan mengawasi aktivitas operasional perbankan di kantor cabang pembantu sesuai

kewenangannya baik terkait layanan, anggaran, penetapan rencana bisnis bank, pengembangan SDM, maupun manajemen resiko nya.

b. *Operational and Service Head*

Sesuai dengan namanya, jabatan *operational and service head* memiliki tugas mengawasi dan mengkoordinasi aktivitas operasional dan layanan di Kantor Cabang Pembantu. Atasan langsung jabatan ini adalah *operational manager* yang bertempat di kantor cabang. Bawahan langsung *operational and service head* adalah *operational and service assistant, teller, dan customer service*.

c. *Funding Assistant*

Seorang *funding assistant* atau istilah lainnya *funding officer* bekerja untuk mengajak nasabah atau pihak ketiga yang mempunyai dana agar mereka bersedia menginvestasikan dana mereka di perusahaan. Atau bersedia membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Tugas *funding officer* adalah mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan menawarkan produk yang sesuai, melakukan penetrasi (pengendalian) pasar, mengelola *account* nasabah sesuai *service standart* perusahaan, melakukan upaya pencegahan dan deteksi dini terhadap process kredit agar berjalan sesuai ketentuan, serta melakukan pendekatan secara rutin terhadap nasabah ataupun pihak ketiga sehingga membuat mereka loyal terhadap perusahaan/ bank tempat *funding officer* bekerja.

d. *Direct Sales*

*Direct selling* adalah kegiatan penjualan yang dilakukan secara langsung kepada para target market. Seorang *direct sales* bertugas menawarkan produk pembiayaan kepada nasabah dan membantu nasabah dalam melengkapi data pribadinya,

menawarkan *merchant/ mesin edc* kepada nasabah yang mempunyai usaha, menawarkan dan membantu nasabah mengisi aplikasi untuk pengajuan kartu kredit, dan lain sebagainya.

e. *Process and Collecting Assistant*

Sesuai namanya, seorang *process and collecting assistant* bekerja memproses data nasabah pembiayaan, mulai dari *survey* (pengecekan kebenaran data nasabah pembiayaan), taksasi, *appraisal*, sampai *collection*.

f. *Sales Assistant*

Tugas *sales assistant* yaitu memperkenalkan, menawarkan dan menjual produk kepada pelanggan, yang dalam dunia perbankan adalah produk pembiayaan. *Sales assistant* biasanya bertanggung jawab atas pencapaian target penjualan. *Sales assistant* juga bertugas memelihara relasi/ hubungan yang loyal dengan *customer* untuk membantu *sales* (atasan langsung *sales assistant*) mencapai target penjualan.

g. *Customer Service*

Pengertian *customer service* adalah setiap kegiatan yang ditujukan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang secara memuaskan. Arti kata *customer service* sendiri dalam bahasa Indonesia berarti pelayanan pelanggan. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan, membantu pelanggan menghadapi masalah tertentu dan lain-lain. Dalam dunia perbankan, *customer service* bertugas melayani nasabah/ calon nasabah dalam pembukaan rekening, penutupan rekening dan menerima keluhan nasabah. Tanggung

jawab *customer service* yaitu menciptakan kepuasan pelanggan dan menciptakan *goodwill* serta citra yang positif.

*h. Teller*

*Teller* adalah petugas bank yang pekerjaan sehari-harinya adalah berhadapan dengan nasabah dan masyarakat umum. Perbedaanya dengan *customer service* adalah, *teller* melayani nasabah dalam hal yang bersifat nominal. Contohnya seperti membantu nasabah menyetor uangnya ke dalam rekening, membantu nasabah mengambil uangnya dari dalam rekening, mencetak buku rekening nasabah, dan lain sebagainya.<sup>8</sup>

4. Bidang Usaha Bank BNI Syariah KCP Tulungagung

PT. BNI Syariah bergerak di bidang usaha perbankan syariah sesuai dengan anggaran dasar BNI Syariah No. 160 Tanggal 22 Maret 2010. Jasa perbankan syariah yaitu menghimpun dana masyarakat (dalam bentuk berbagai macam jenis tabungan, giro, dan deposito dengan prinsip akad wadiah dan mudharabah) dan menyalurkan dana masyarakat (dalam bentuk berbagai macam pembiayaan baik produktif maupun konsumtif dengan prinsip akad murabahah, mudharabah, musyarakah, ijarah, kafalah) serta memberikan jasa perbankan (berupa kiriman uang dalam negeri maupun luar negeri, surat keterangan bank, dll).<sup>9</sup>

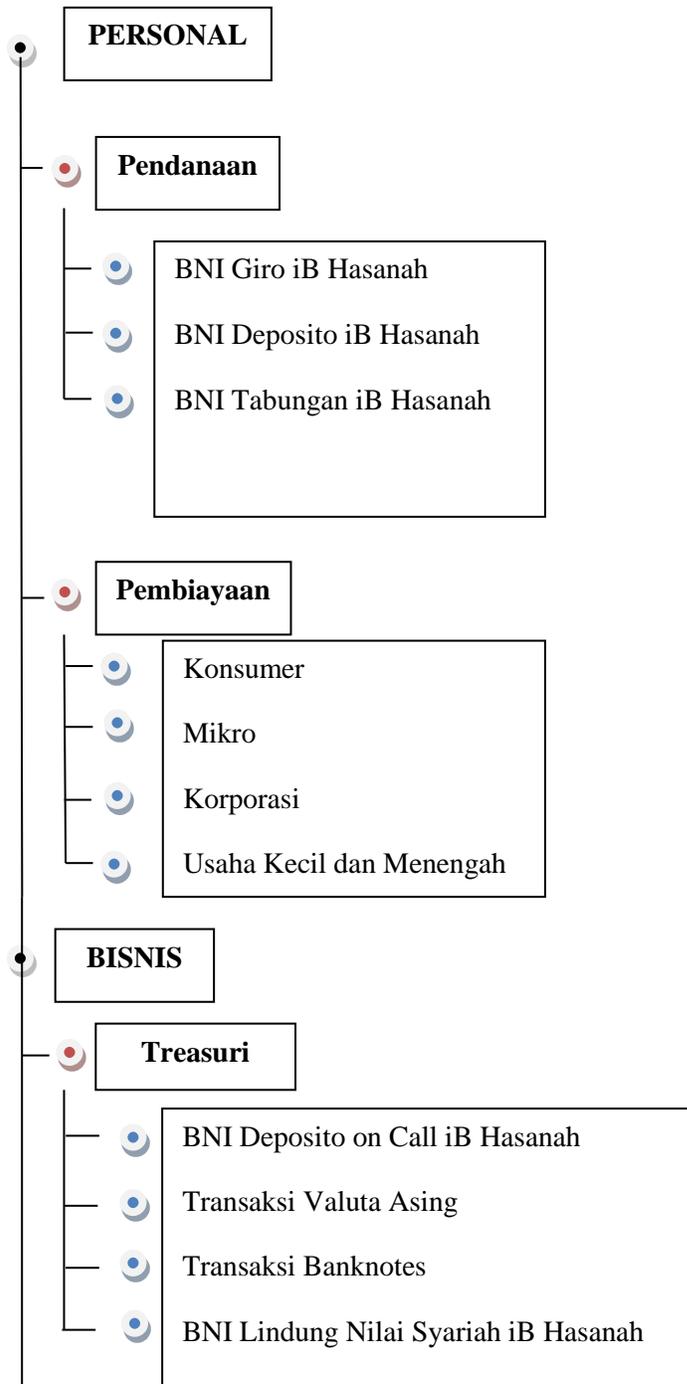
---

<sup>8</sup> Dikutip dari [www.bnisyariah.co.id](http://www.bnisyariah.co.id), diakses tanggal 12 Februari 2018 pukul 12.00 wib.

<sup>9</sup> Bapak Miftachul H, Wawancara Pimpinan (Sub Branch Manager) BNI Syariah KCP Tulungagung, (beralamatkan di Ruko Panglima Sudirman Blok 7 Jl. Hasanudin, Kenayan, Tulungagung), tanggal 6 Februari 2018, Pukul 13.00 WIB.

BNI Syariah mempunyai banyak sekali produk dan layanan. Berikut adalah bagan produk dan layanan yang ada di bank BNI Syariah:

Gambar: 4.2



## **Internasional**

- BNI Pembiayaan Anjak Piutang iB Hasanah
- BNI Pembiayaan Peminjaman iB Hasanah
- SKBDN
- Letter of Credit L/C
- BNI Bank Guarantee & Standby L/C
- BNI Remittance iB Hasanah
- Transaksi Impor
- Transaksi Ekspor

## **Corporate Banking & Small Business**

- Collections
- Transaksi Kiriman Uang Luar Negeri
- Surat Kredit Berdokumen dalam Negeri
- Surat Keterangan Bank
- Internet Banking Corporate
- Bank Garansi
- Kiriman Uang
- Cash Management

## **LAYANAN E-BANKING**

- ATM
- SMS Banking
- Internet Banking
- Tapcash iB Hasanah
- Mobile Banking
- Phone Banking

## **B. Temuan Penelitian**

Temuan hasil penelitian ini disajikan oleh peneliti sesuai dengan fokus penelitian yang sudah ada.

### **1. Peran *Personal Selling* dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pembiayaan di BNI Syariah.**

Personal Selling, seperti yang telah penulis uraikan pada bab sebelumnya, merupakan jenis promosi yang dilakukan dengan cara tatap muka langsung. Peran dan efektifitas personal selling dalam meningkatkan penjualan, bisa dilihat dari cara seorang *direct sales* dalam melakukan promosi tersebut. Untuk dapat mempromosikan produk pembiayaan dengan baik, seorang *direct sales* dituntut untuk bisa melakukan *personal selling* dengan baik pula. Yaitu dengan melakukan *personal selling* sesuai dengan sistem operasional yang ditentukan oleh perusahaan.

Di BNI Syariah, sistem operasional personal selling dilakukan dengan cara mengoptimalkan tenaga pemasaran, yaitu *direct sales*, untuk melakukan pengenalan produk yang ada dan menawarkan produk yang dimiliki pihak BNI Syariah kepada nasabah, baik perorangan maupun instansi pemerintah ataupun swasta yang diutamakan pada pengumpulan data. Seperti yang disampaikan pimpinan BNI Syariah KCP Tulungagung:

*“Dalam melakukan personal selling, kita (BNI Syariah) melakukan pendekatan-pendekatan ke berbagai instansi yang ada di Tulungagung maupun sekitarnya, ke nasabah personal seperti pegawai negeri maupun swasta, anggota TNI/ POLRI, serta pengusaha/ professional melalui PIC (personal in charge), juga ke beberapa nasabah*

*inti kita, dengan cara meminta referensi (nasabah) atau bisa juga disebut dengan sistem getok tular.”<sup>10</sup>*

Kemudian bapak Huda menambahkan pendapatnya sebagai berikut:

*“Yang menjadi target pasar personal Selling, kita membidik karyawan-karyawan, professional dan pengusaha baik untuk pembelian rumah dikomplek perumahan ataupun diluar komplek perumahan, kemudian tanah kavling siap bangun, juga bagi nasabah yang ingin membangun atau merenovasi rumahnya.”<sup>11</sup>*

Kemudian selain itu, tenaga pemasaran juga bertugas dalam melakukan kunjungan kepada calon nasabah yang ingin menggunakan produk dalam hal pembiayaan, dan juga memberi pemaparan kepada calon nasabah yang berminat pada produk yang ditawarkan. Selanjutnya, bagian pemasaran juga bertugas menjelaskan mengenai produk, seperti kelebihan atau manfaat produk pembiayaan di BNI Syariah, keunggulan yang dimiliki dibanding produk yang sama pada bank lain, serta menjelaskan ketentuan-ketentuan yang harus dilakukan dalam melakukan akad. Seperti yang telah disampaikan oleh bagian pemasaran BNI Syariah KCP Tulungagung:

*“Usaha-usaha yang kita lakukan agar personal selling dapat meningkatkan penjualan yaitu dengan membuat jadwal kunjungan ke perumahan-perumahan dengan cara pendekatan ke pemilik maupun marketernya, kemudian setelah melakukan kunjungan, kita melakukan action dan follow up hasil kunjungan kepada*

---

<sup>10</sup> Bapak Miftachul H, Wawancara Pimpinan (Sub Branch Manager) BNI Syariah KCP Tulungagung, (beralamatkan di Ruko Panglima Sudirman Blok 7 Jl. Hasanudin, Kenayan, Tulungagung), tanggal 6 Februari 2018, Pukul 13.00 WIB.

<sup>11</sup> Bapak Miftachul H, Wawancara Pimpinan (Sub Branch Manager) BNI Syariah KCP Tulungagung, (beralamatkan di Ruko Panglima Sudirman Blok 7 Jl. Hasanudin, Kenayan, Tulungagung), tanggal 6 Februari 2018, Pukul 13.00 WIB

*nasabah (menanyakan kembali kepada nasabah setelah bagian pemasaran melakukan promosi)''<sup>12</sup>*

Dari penyampaian diatas didapatkan pula, salah satu usaha yang dilakukan agar *personal selling* berperan aktif dalam meningkatkan penjualan yaitu dengan melakukan *follow up*. Langkah *Follow Up* sendiri sangat penting setelah melakukan suatu promosi. Tujuannya agar pihak bank mendapat jawaban langsung dari calon nasabah yang telah diberi tawaran. *Follow Up* dilakukan melalui telepon, sms atau email, ataupun melalui pertemuan langsung. Semakin sering melakukan *follow up*, bagian pemasaran akan lebih bisa melakukan closing dengan nasabah. Kemudian nasabah pun secara tidak langsung akan lebih loyal dan tidak segan mereferensikan BNI Syariah kepada keluarga maupun kerabat untuk menabung bahkan melakukan pembiayaan di kemudian hari.

Setelah melakukan *follow up*, apabila nasabah bersedia melakukan pembiayaan, maka dilakukan action atau tindakan. Action atau tindakan ini bisa berupa proses melengkapi data persyaratan pembiayaan dan lain-lain yang akan di kerjakan oleh bagian pemasaran. Apabila setelah melakukan follow up, nasabah belum bersedia mengambil pembiayaan, bisa dilakukan evaluasi dengan tetap menjaga komunikasi dengan baik antara bank dengan nasabah.

Dilihat dari beberapa penjelasan diatas, peran *personal selling* sangat penting dan berpengaruh dalam peningkatan penjualan produk pembiayaan karena dapat dengan efektif melakukan pendekatan pada nasabah. Seperti yang telah disampaikan bagian pemasaran BNI Syariah KCP Tulungagung:

---

<sup>12</sup>Bapak Endra, Wawancara bagian pemasaran (direct sales) BNI Syariah KCP Tulungagung, (beralamatkan di Ruko Panglima Sudirman Blok 7 Jl. Hasanudin, Kenayan, Tulungagung), tanggal 7 Februari 2018, Pukul 15.00 WIB.

*“Peran personal selling sangat efektif dan langsung ke sasaran sehingga dapat meningkatkan penjualan produk secara riil”*.<sup>13</sup>

Menurut hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan, bahwa personal selling dinilai sangat berperan karena bisa dengan tepat melakukan promosi pada target promosi itu sendiri. Kemudian, hasil dari promosi juga dapat dirasakan secara langsung bagi peningkatan penjualan berupa kejelasan jawaban nasabah setelah dilakukan promosi.

## **2. Peran Advertising dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pembiayaan di BNI Syariah.**

Selain melakukan promosi secara skala wilayah kabupaten/ kota, BNI Syariah melalui kantor pusat juga melakukan promosi dengan cara advertising, yaitu iklan melalui media elektronik maupun cetak. Jenis promosi ini bertujuan menginformasikan seluk beluk produk melalui media, sehingga memungkinkan setiap orang menerima pesan yang sama tentang produk yang di iklankan. Berbeda dengan jenis promosi personal selling, yang disampaikan oleh individu yang berbeda. Promosi maupun informasi yang disampaikan oleh individu yang berbeda akan memberikan kesan dan pesan yang berbeda pula.

Sedangkan iklan yang disampaikan melalui media, informasi yang sampai dan diterima penonton maupun pendengarnya rata-rata akan sama atau seragam. Jadi, keunggulan jenis promosi ini adalah cakupan target promosi akan sangat luas, bukan hanya wilayah, daerah, tapi sampai nasional bahkan internasional.

---

<sup>13</sup> Bapak Miftachul H, Wawancara Pimpinan (Sub Branch Manager) BNI Syariah KCP Tulungagung, (beralamatkan di Ruko Panglima Sudirman Blok 7 Jl. Hasanudin, Kenayan, Tulungagung), tanggal 6 Februari 2018, Pukul 13.00 WIB.

Sistem operasional periklanan pada Bank BNI Syariah saat ini masih dilingkupi nasional, yaitu terpusat seluruh Indonesia di kantor pusat BNI Syariah, jadi sementara untuk daerah hanya melalui Koran, radio dan media sosial yaitu facebook dan instagram. Sesuai dengan pendapat yang disampaikan bapak Huda:

*“Untuk periklanan masih di lingkup nasional, dik. Jadi sementara untuk daerah hanya iklan melalui Koran dan radio, lainnya pakai media sosial yaitu akun kami di instagram @bniskediri\_activity dan di facebook Bni Syariah Kediri”<sup>14</sup>*

Dari wawancara diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa, untuk mengetahui peran advertising bagi penjualan produk pembiayaan, harus diketahui pula kesesuaian sistem operasional perusahaan dengan yang telah terjadi di lapangan. Nah, ini yang menjadi kesulitan bagi penulis karena sistem operasional periklanan hanya ada di kantor pusat. Sedangkan periklanan pada kantor cabang maupun cabang pembantu hanya berupa media sosial dan media cetak.

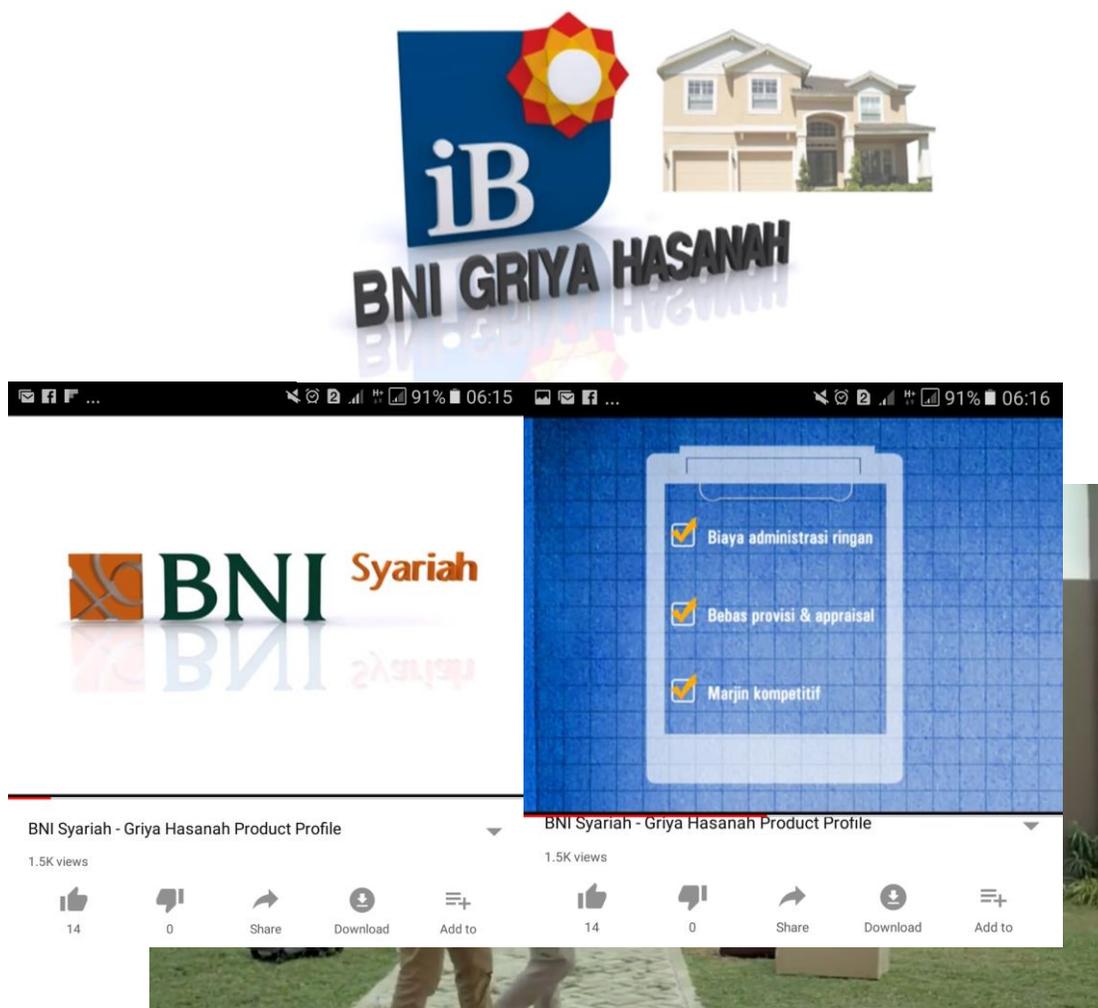
Namun, advertising juga memiliki peran penting dalam meningkatkan penjualan pembiayaan di BNI Syariah KCP Tulungagung. Dengan adanya promosi ini, calon nasabah pembiayaan dapat mengetahui produk-produk serta keunggulannya melalui media dan calon nasabah akan tertarik mengambil pembiayaan di BNI Syariah sebelum bagian pemasaran melakukan promosi kepadanya. Sesuai yang disampaikan pimpinan BNI Syariah KCP Tulungagung:

*“Jenis promosi advertising cukup berpengaruh dan menarik minat nasabah untuk lebih tau lagi mengenai produk dan keunggulannya. Dengan mengetahui keunggulannya, tentu nasabah akan tertarik mengambil pembiayaan”<sup>15</sup>*

---

<sup>14</sup> Bapak Miftachul H, Wawancara Pimpinan (Sub Branch Manager) BNI Syariah KCP Tulungagung, (beralamatkan di Ruko Panglima Sudirman Blok 7 Jl. Hasanudin, Kenayan, Tulungagung), tanggal 6 Februari 2018, Pukul 13.00 WIB.

Apalagi iklan yang berupa media visual atau iklan yang menyajikan gambar bisa lebih menarik perhatian dan membuat sugesti bagi penontonnya. Jadi, jenis promosi ini juga banyak mempunyai keunggulan. Seperti pada beberapa contoh bentuk iklan media berikut ini. Sumber: youtube.



---

<sup>15</sup> Bapak Miftachul H, Wawancara Pimpinan (Sub Branch Manager) BNI Syariah KCP Tulungagung, (beralamatkan di Ruko Panglima Sudirman Blok 7 Jl. Hasanudin, Kenayan, Tulungagung), tanggal 6 Februari 2018, Pukul 13.00 WIB.

Gambar: 4.3 Sumber: Youtube.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Youtube, BNI Syariah Channel. (Januari 2018). TVC BNI Syariah “Hasanah Banking Partner” 60s. diperoleh dari <https://youtu.be/ECRsrmHxNY> .

Kemudian bank BNI Syariah KCP Tulungagung, mengenai periklanan ini, hanya dapat melakukan upaya-upaya agar periklanan dapat meningkatkan penjualan produk pembiayaan, yaitu dengan melakukan sistem jemput bola. Sistem jemput bola yaitu sistem promosi dengan menawarkan produk secara langsung ke lapangan atau biasa disebut marketing door to door. Sesuai dengan pendapat yang disampaikan pak Endra: *“Kita biasanya melakukan sistem jemput bola atau promosi door to door untuk menawarkan produk pembiayaan. Atau melalui sebuah acara tertentu, seperti acara gathering yang diadakan suatu PT dengan para konsumennya, dan lain-lain. kemudian Action dan follow up dilakukan setelah diluncurkannya iklan tersebut.”*<sup>17</sup>

Dari hasil wawancara diatas, dapat diketahui bahwa advertising juga cukup berperan dalam meningkatkan penjualan pembiayaan di BNI Syariah KCP Tulungagung.

---

<sup>17</sup>Bapak Endra, Wawancara bagian pemasaran (direct sales) BNI Syariah KCP Tulungagung, (beralamatkan di Ruko Panglima Sudirman Blok 7 Jl. Hasanudin, Kenayan, Tulungagung), tanggal 7 Februari 2018, Pukul 15.00 WIB

### **3. Jenis Promosi yang Lebih Berperan Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pembiayaan di BNI Syariah Tulungagung.**

Sesuai dengan penjelasan pada dua poin sebelumnya, dapat diketahui bahwa promosi yang dilakukan BNI Syariah KCP Tulungagung saat ini masih promosi berjenis Personal Selling. Promosi berjenis Advertising atau periklanan masih skala nasional yaitu dilakukan oleh BNI Syariah kantor pusat. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan bapak Huda, pimpinan BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung:

*“Sistem marketing BNI Syariah secara nasional yaitu dilakukan melalui web: <https://www.bnisyariah.co.id>, kemudian melalui media sosial antara lain twitter, instagram, facebook, dan lain-lain. Juga melalui media cetak yaitu Koran nasional dan media elektronik seperti Televisi, youtube maupun radio. Untuk di daerah, Sistem operasional marketing BNI Syariah itu menggunakan personal selling, promosi door to door, getok tular, open table di sekolah atau instansi, sebar brosur, sosial media, serta adakalanya melalui radio”<sup>18</sup>*

Jadi, promosi yang saat ini dilakukan oleh BNI Syariah KCP Tulungagung yaitu promosi berjenis face to face (bertemu langsung dengan nasabah). Seperti personal selling, door to door, dan getok tular. Walaupun adakalanya melakukan promosi melalui radio dan sebar brosur.

---

<sup>18</sup> Bapak Miftachul H, Wawancara Pimpinan (Sub Branch Manager) BNI Syariah KCP Tulungagung, (beralamatkan di Ruko Panglima Sudirman Blok 7 Jl. Hasanudin, Kenayan, Tulungagung), tanggal 6 Februari 2018, Pukul 13.00 WIB.

Bapak Huda menambahkan: *“Memang untuk advertising, dilakukan oleh pusat karena terkendala anggaran. Agar anggaran lebih terpusat dan efektif, advertising dihandle (ditangani) oleh BNI Syariah pusat (read: Jakarta).”*<sup>19</sup>

Menurut bapak Huda, advertising tidak dilakukan disetiap kantor cabang memang merupakan strategi promosi dari kantor pusat agar anggaran dan informasi juga bisa lebih terpusat dan efektif. Jika setiap cabang meluncurkan iklan, bisa jadi informasi yang tersampaikan pada nasabah juga tidak seragam. Jadi hal tersebut adalah salah satu strategi pemasaran BNI Syariah agar advertising bisa efektif dan benar-benar tersampaikan dengan seragam pada nasabah.

Kemudian bapak Endra menambahkan pendapatnya sebagai berikut:

*“Advertising selama ini masih dalam skala nasional baik melalui media cetak maupun elektronik. Jadi yang terlihat hasil riil nya personal selling”*<sup>20</sup>

Dari wawancara diatas, dapat diketahui bahwa antara personal selling dan advertising, promosi yang lebih efektif dan berperan dalam meningkatkan penjualan produk pembiayaan di BNI Syariah KCP Tulungagung adalah personal selling. Sesuai yang disampaikan oleh bapak endra, bagian pemasaran BNI Syariah KCP Tulungagung:

*“berdasarkan pengalaman kerja dan pencapaian penjualan selama ini, Sistem personal selling dengan pendekatan kepada developer atau marketing adalah yang*

---

<sup>19</sup> *Ibid.* Bapak Miftachul H, ... Pukul 13.00 WIB.

<sup>20</sup> Bapak Endra, Wawancara bagian pemasaran (direct sales) BNI Syariah KCP Tulungagung, (beralamatkan di Ruko Panglima Sudirman Blok 7 Jl. Hasanudin, Kenayan, Tulungagung), tanggal 7 Februari 2018, Pukul 15.00 WIB.

*paling efektif. Dan sistem referensi atau getok tular. Karena sistem tersebut sangat efektif langsung ke sasaran.*”<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> Bapak Endra, Wawancara bagian pemasaran (direct sales) BNI Syariah KCP Tulungagung, (beralamatkan di Ruko Panglima Sudirman Blok 7 Jl. Hasanudin, Kenayan, Tulungagung), tanggal 7 Februari 2018, Pukul 15.00 WIB.