**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Masalah**

Dalam dunia modern sekarang ini, peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Oleh karena itu, saat ini dan dimasa yang akan datang kita tidak akan dapat lepas dari dunia perbankan, jika hendak menjalankan aktivitas keuangan, baik perorangan maupun lembaga, baik sosial atau perusahaan.

Begitu pentingnya dunia perbankan, sehingga ada anggapan bahwa bank merupakan “nyawa” untuk menegakkan roda perekonomian suatu negara. Anggapan ini tentunya tidak salah, karena fungsi bank sebagai lembaga keuangan sangatlah vital, misalnya dalam hal penciptaan uang, mengedarkan uang, menyediakan uang untuk menunjang kegiatan usaha, tempat mengamankan uang, tempat melakukan investasi dan jasa keuangan lainnya.[[1]](#footnote-1)

Di dalam dunia perekonomian yang terus berubah seiring berjalannya waktu, tidak dapat dipungkiri adanya persaingan bisnis antar perusahaan untuk dapat terus bertahan dalam kondisi perekonomian yang semakin kompetitif. Hal inilah yang menjadi acuan suatu perusahaan untuk terus berusaha melakukan inovasi-inovasi terhadap suatu produk dan jasa yang menjadi pendukung utama keberhasilan perusahaan untuk mampu bersaing.

Di era globalisasi, sebuah lembaga keuangan dalam hal ini perbankan harus mampu mengikuti perubahan yang terjadi baik di dalam bank maupun di luar bank itu sendiri. Salah satu faktor terjadinya perubahan suatu bank adalah adanya persaingan. Dinamika kompetisi perbankan sekarang ini semakin tinggi, mengakibatkan suatu keuntungan kompetitif (*competitive advantage*) yang dimiliki oleh suatu bank makin tidak berkelanjutan (*sustainable*). Dengan demikian, sebuah bank harus melakukan berbagai upaya pembaharuan yang tidak kenal henti untuk dapat menjadi pemain utama pada segmennya. Sehingga, dapat menjadi preferensi utama pelanggan (*customer*) yang berujung pada kepuasan dan bahkan loyalitas.

Seiring dengan berkembangnya suatu bisnis yang membuat persaingan menjadi ketat. Oleh karena itu, setiap bank tentunya memliki strategi masing-masing dalam menghadapi persaingan, Permasalahannya adalah tepatkah strategi itu dipergunakan oleh bank  tersebut. Karena apabila strategi yang diterapkan oleh bank kurang tepat, maka strategi tersebut bisa mengakibatkan sebuah kerugian bagi bank tersebut.

Kemunculan bank-bank dan lembaga keuangan Islam sebagai organisasi baru, relative menimbulkan tantangan baru terutama mengenalkan produk-produk yang ada dalam lembaga keuangan Islam seperti Perbankan Syariah Indonesia. Penyajian informasi dan mempromosikan produk yang ada di bank. Inilah salah satu tantangan yang dihadapi oleh perbankan i untuk mengajak masyarakat menabung di bank tersebut.

Pada saat ini, perkembangan perbankan syariah sebagai bagian dari aplikasi sistem ekonomi syariah di Indonesia telah memasuki babak baru. Pertumbuhan industri perbankan syariah telah bertransformasi dari hanya sekedar memperkenalkan suatu alternatif praktik perbankan syariah menjadi bagaimana bank syariah menempatkan posisinya sebagai pemain utama dalam percaturan ekonomi di tanah air. Bank syariah memiliki potensi besar untuk menjadi pilihan utama dan pertama bagi nasabah dalam pilihan transaksi mereka. Hal itu ditunjukkan dengan akselerasi pertumbuhan dan perkembangan perbankan syariah di Indonesia. Ditambah dengan diberlakukannya Undang-undang No 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah pada Juli 2008 lalu semakin memperkuat basis perbankan syariah di Indonesia. Payung hukum ini juga bisa digunakan oleh perbankan syariah untuk menyejajarkan diri dengan perbankan konvensional di Indonesia.

Indonesia yang merupakan mayoritas penduduknya muslim tentunya akan menjadi nilai plus untuk perkembangan bank syari’ah. Akan tetapi, dalam perkembangannya bank syari’ah mengalami hambatan, terutama dalam pemasarannya sehingga diperlukan strategi yang tepat, agar perbankan syariah dapat diterima oleh masyarakat.

Bagi dunia perbankan yang merupakan badan usaha yang berorientasi profit, kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan utama dan sudah merupakan suatu keharusan untuk dijalankan. Tanpa kegiatan pemasaran jangan diharapkan kebutuhan dan keinginan pelanggannya akan terpenuhi. Karena itu, bagi dunia usaha apalagi seperti usaha perbankan perlu mengemas kegiatan pemasarannya secara terpadu dan terus menerus melakukan riset.[[2]](#footnote-2)

Strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk keberhasilan usaha perusahaan umumnya dan bidang pemasaran khususnya. Strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran.

Banyak bank yang berlomba-lomba membuat strategi pemasaran untuk menarik pelanggannya. Hal tersebut juga terjadi pada industri perbankan syariah. Demikian juga halnya Bank BNI Syari’ah KCP Serang terus melakukan kegiatan pemasaran secara terpadu. Terutama sekali melalui pengembangan produk dan beragam kegiatan promosi guna memacu pertumbuhan permintaan terhadap produknya.

Bank BNI Syari’ah KCP Serang sebagai lembaga keuangan yang menghasilkan jasa keuangan juga membutuhkan strategi pemasaran untuk memasarkan produknya. Dalam melakukan pemasaran, Bank BNI Syari’ah KCP Serang memiliki beberapa sasaran yang hendak dicapai, artinya nilai pemasaran bank terletak dari tujuan yang ingin dicapai, tersebut seperti dalam hal meningkatkan mutu pelayanan dan menyediakan ragam produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah.

Selain itu penentuan strategi penghimpunan dana oleh bank akan mempermudah bank dalam mewujudkan pencapaian rencana penghimpunan dana. Strategi penghimpunan dana bank merupakan suatu urutan langkah kegiatan bank dan merupakan petunjuk bagi bank dalam melangkah untuk mencapai rencana penghimpunan dana.

Strategi penghimpunan dana yang ditetapkan oleh bank merupakan gambaran dari pelaksanaan rencana kegiatan atau program kerja bank dalam penghimpunan dana untuk mencapai target jumlah, jenis dan status dana bank. Program kerja bank dalam penghimpunan dana merupakan penentuan target dana yang ingin dihimpun oleh bank sehingga dengan target tersebut dapat diukur apakah bank dapat mencapai rencana kerja atau tidak.

Dalam target dana yang dihimpun oleh bank termuat juga penentuan tentang tingkat bunga yang menguntungkan bagi bank atas dana yang ingin dihimpun. Oleh karena itu, strategi penghimpunan dana yang ditetapkan oleh bank akan menentukan apakah dengan jumlah dana tertentu bank menguntungkan atau tidak, termasuk apakah bank dapat memenuhi likuiditas dan solvabilitasnya.[[3]](#footnote-3)

Selain menghimpun dana Bank juga senantiasa menawarkan produk pembiayaannya kepada para nasabah seperti Kredit investasi, kredit konsumtif, dan kredit produktif. Produk pembiayaan bank syariah ini tentunya berbeda dengan jenis pembiayaan yang ditawarkan oleh bank konvensional yang telah hadir terlebih dahulu. Oleh karena itu dengan adanya perbedaan yang menjadikan suatu keunggulan bagi bank syariah tentunya dapat menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah terebut, apa lagi Indonesia merupakan penduduk mayoritas muslim.

Berdasarkan latar belakang di atas, dengan ini Penulis tertarik untuk membahasnya lebih lanjut dalam sebuah penelitian yang berjudul “**STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA DAN PEMASARAN PEMBIAYAAN UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA BANK BNI SYARI’AH KANTOR CABANG PEMBANTU (KCP) SERANG.**

1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dalam penelitian ini penulis menemukan suatu permasalahan diantaranya :

1. Kurangnya pemahaman masyarakat tentang perbankan syari’ah.
2. Masih banyaknya masyarakat yang berfikir bahwa bunga halal dan diperbolehkan.
3. Kurang tersebarnya kantor-kantor cabang Bank Syari’ah secara merata terutama di pedesaan
4. Pola fikir masyarakat yang belum berubah bahwa lebih *simple* menyimpan uang dibawah bantal.
5. **Batasan Masalah**

Dari berbagai macam permasalahan diatas maka Penulis dalam penelitian ini memberikan batasan masalah yang hanya meneliti tentang Strategi yang digunakan oleh bank BNI Syariah KCP Serang dalam menghimpun dana dan pemasaran pembiayaan**.** Serta pengaruhnya terhadap peningkatan jumlah nasabah.

1. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka dapat disusun rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana Strategi penghimpunan dana dan pemasaran pembiayaan pada Bank BNI Syari’ah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Serang ?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi Bank BNI Syari’ah KCP Serang serta bagaimana cara menghadapi hambatan dalam menjalankan strategi penghimpunan dana dan pemasaran pembiayaan ?
3. Bagaimana pengaruh strategi marketing yang dilakukan oleh Bank BNI Syari’ah KCP Serang terhadap peningkatan jumlah nasabah ?
4. **Tujuan dan Kegunaan Penelitian**
5. **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka dapat ditetapkan tujuan dari penelitian ini adalah :

* + - 1. Untuk mengetahui strategi apakah yang digunakan oleh bank dalam memasarkan penghimpunan dana dan pemasaran pembiayaan.
      2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi oleh bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Serang serta cara menghadapi hambatan tersebut dalam menjalankan strategi penghimpunan dana dan pemasaran pembiayaan.
      3. Untuk mengetahui pengaruh strategi marketing yang dilakukan oleh Bank BNI Syari’ah KCP Serang terhadap peningkatan jumlah nasabah

1. **Kegunaan Penelitian**
   * + - 1. **Kegunaan Teoritis**

Untuk memberikan sumbangan pemikiran bagi penelitian selanjutnya dan sebagai bahan referensi dalam memberikan pengetahuan kepada pembaca mengenai kajian - kajian teori yang diharapkan dapat menambah wawasan pembaca terutama tentang sejauh mana strategi yang digunakan oleh bank untuk meningkatkan jumlah nasabah.

* + - * 1. **Kegunaan Praktis**

Temuan yang akan didapatkan dalam penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan dan masukan bagi Bank BNI Syari’ah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Serang sehingga dapat meningkatkan kinerjanya.

1. **Metodologi Penelitian**
2. **Desain Penelitian**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptitf kualitatif yaitu penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk kata- kata dan gambar, kata-kata disusun dalam kalimat, misalnya kalimat hasil wawancara antara peneliti dan informan. Penelitian kualitatif bertolak dari filsafat konstruktivisme yang berasumsi bahwa kenyataan itu berdimensi jamak, interaktif dan suatu pertukaran pengalaman sosial yang diinterpretasikan oleh individu-individu.

Penelitian kualitatif ditujukan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dari sudut perspektif partisipan. Partisipan adalah orang-orang yang diajak berwawancara, diobservasi, diminta memberikan data, pendapat, pemikiran, persepsinya. Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan.[[4]](#footnote-4)

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menekankan pada quality atau hal yang terpenting dari sifat suatu barang/jasa. Hal terpenting dari suatu barang atau jasa berupa kejadian/fenomena/gejala sosial adalah makna dibalik kejadian tersebut yang dapat dijadikan pelajaran berharga bagi suatu pengembangan konsep teori.

Penelitian kualitatif dapat didesain untuk memberikan sumbangannya terhadap teori, praktis, kebijakan, masalah-masalah sosial dan tindakan.[[5]](#footnote-5) Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*), disebut juga sebagai metode etnographi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya, disebut metode kualitatif, karena data yang terkumpul analisisnya lebih bersifat kualitatif.[[6]](#footnote-6)

Ada beberapa istilah yang digunakan untuk penelitian kualitatif, yaitu penelitian atau inkuiri naturalistik atau alamiah, etnografi, interaksionis simbolik, persepektif ke dalam, etnometodologi, *the Chicago School*, fenomenologis, studi kasus, interpretatif, ekologis, dan deskriptif. Pemakaian istilah inkuri naturalistik atau alamiah pada dasarnya kurang menyetujui penggunaan istilah penelitian kualitatif karena menganggap bahwa penelitian kualitatif merupakan istilah yang terlalu disederhanakan, bahkan sering dipertentangkan dengan penelitian kuantitatif. Sebenarnya alasan yang dikemukakan oleh para pengarang buku inkuiri alamiah tersebut hanyalah merupakan alasan pembenaran istilah inkuiri alamiah yang digunakan oleh mereka.

Dilihat dari sisi lain, pada dasarnya istilah inkuiri alamiah menekan pada kealamiahan sumber data. Dengan kata lain, alasan yang digunakan oleh mereka sama saja dengan yang digunakan oleh peneliti yang masih tetap menggunakan penelitian kualitatif.[[7]](#footnote-7)

Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri. Oleh karena itu peneliti sebagai isntrumen juga harus “divalidasi” seberapa jauh peneliti kualitatif siap melakukan penelitian yang selanjutnya terjun ke lapangan.[[8]](#footnote-8) Selain itu pene;iti juga harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas jadi bisa bertanya, menganalisis, dan mengkonstruksi objek yang diteliti menjadi lebih jelas. Penelitian ini lebih menekankan pada makna dan terikat nilai.[[9]](#footnote-9)

1. **Jenis Data**

Berdasarkan sumbernya, jenis data dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya dan dicatat untuk pertama kali. Data sekunder adalah data hasil pengumpulan orang lain dengan maksud tersendiri dan mempunyai kategorisasi atau klasifikasi menurut keperluan mereka.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis data primer dan sekunder. Peneliti menggunakan data primer karena data yang diperoleh langsung dari sumbernya dan dicatat langsung oleh peneliti, Dalam hal ini data yang diambil langsung dari BNI Syari’ah Kantor Cabang Pembantu Serang. Dan data sekunder peneliti memperoleh data dari bebrapa buku seperti : Pemasaran Bank, Manajamenen Pemasaran, Dasar-dasar perbankan dan beberapa sumber buku yang lainnya.

1. **Populasi/Sampel**

Sampel di dalam penelitian kualitatif tidak dinamakan responden tetapi narasumber, partisipan, atau informan. Pada penelitian kualitatif, peneliti memasuki situasi sosial tertentu yang dapat berupa lembaga rumah atberikut keluarga dan aktivitasnya, atau orang-orang di sudut-sudut suatu negara. Situasi sosial tersebut, dapat dinyatakan sebagai obyek penelitian yang ingin diketahui “apa yang terjadi didalamnya”.[[10]](#footnote-10)

Penentuan sumber data pada orang yang diwawancarai dilakukan secara *purposive* yaitu dipilihi dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Hasil penelitian tidak akan digeneralisasikan ke populasi, karena pengambilan sampel tidak diambil secara *random*. Dalam penelitian ini narasumber yang digunakan oleh penulis adalah sebagai berikut :

* 1. Bapak Toton Adirama Kepala Kantor Cabang Pembantu BNI Syariah.
  2. Ibu Rina Kepala Operasional.
  3. Ibu Dinih Noviyanti Marketing atau *Funding Assistant*.
  4. Bapak Triawan *Sales Assitant.*
  5. Ibu Ifa Fadhilatunnisa *Customer service*

1. **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Data adalah bahan keterangan tentang sesuatu objek penelitian yang lebih menekankan pada aspek materi, segala sesuatu yang hanya berhubungan dengan keterangan tentang suatu fakta yang ditemui peneliti di lokasi penelitian.

Data (*datum*) artinya sesuatu yang diketahui. Sekarang diartikan sebagai informasi yang diterimanya tentang suatu kenyataan atau fenomena empiris, wujudnya dapat merupakan seperangkat ukuran atau berupa ungkapan kata-kata.[[11]](#footnote-11) Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

Wawancara Mendalam/*Indepth Interview*

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (***interviewer***) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (***interviewee***) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.[[12]](#footnote-12)

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan berhadapan secara langsung dengan yang diwawancarai tetapi dapat juga diberikan daftar pertanyaan dahulu untuk dijawab pada kesempatan lain. Wawancara merupakan alat re-cheking pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya.[[13]](#footnote-13)

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam, wawancara mendalam yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan informasi secara lisan melalui tanya jawab, yang berhadapan lansung dengan sejumlah informan yang dapat memberikan keterangan-keterangan yang berkaitan permasalahan penelitian.

Dalam rangka pengumpulan data, peneliti melakukan wawancara terstruktur maupun tidak terstruktur untuk mendapatkan keterangan-keterangan atau pendirian secara lisan dari seorang informan yang terlibat langsung dalam pelaksanaan pemasaran di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Serang.

Metode wawancara digunakan untuk mengumpulkan data primer yaitu memperoleh data atau informasi mengenai strategi marketing yang digunakan dari informan secara langsung untuk proses pengolahan selanjutnya.

* 1. Studi Kepustakaan

Studi pustaka yaitu mengumpulkan data dengan cara mencari data serta informasi berdasarkan penelaan literatur atau referensi, baik yang bersumber dari buku-buku dan dokumen-dokumen, laporan-laporan, jurnal-jurnal, kliping, majalah, makalah-makalah yang pernah diseminarkan. Artikel-artikel dari berbagai sumber, termasuk internet maupun catatan-catatan penting yang berkaitan dengan objek penelitian*. S*tudi kepustakaan dilakukan sebagai acuan untuk pengumpulan data sekunder.

* 1. Observasi Lapangan

Observasi adalah pengamatan terhadap satu kesamaan pemahaman bahwa observasi adalah pengamatan terhadap suatu objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian. Secara langsung adalah terjun ke lapangan terlibat seluruh pancaindra. Secara tidak langsung adalah pengamatan yang dibantu melalui media visual/audiovisual.[[14]](#footnote-14)

Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian. Instrumen yang dapat digunakan yaitu lembar pengamatan dan panduan pengamatan.[[15]](#footnote-15)

Observasi digunakan dalam teknik kualitatif karena suatu objek hanya dapat diungkap datanya apabila peneliti menyaksikannya langsung. Dalam hal ini Penulis melakukan pengamatan langsung ke objek penelitian yaitu pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Serang untuk melihat, mewancarai, mencatat secara sistimatik terhadap unsur-unsur, gejala-gejala dan tingkah laku aktual pada objek yang diteliti untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya mengenai strategi marketing yang digunakan serta pengaruhnya terhadap kinerja bank.

* 1. Metode Dokumentasi

Adalah mencari data tentang hal-hal yang berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini, yang berupa arsip-arsip, brosur, *website*, dan pedoman umum kegiatan operasional marketing Bank BNI Syari’ah Kantor Cabang Pembantu Serang.

1. **Subjek dan Objek Penelitian**

Objek Penelitian adalah tempat yang berkaitan dengan sasaran atau permasalahan penelitian dan juga merupakan salah satu jenis sumber data yang dapat dimanfaatkan oleh peneliti. Pemilihan lokasi atau *site selection* berkenaan dengan penentuan unit, bagian, kelompok, dan tempat dimana orang-orang terlibat didalam kegiatan atau peristiwa yang akan diteliti.

1. **Waktu dan Tempat Penelitian**

Penulis melakukan penelitian di Bank BNI Syariah kantor Cabang Pembantu dari tanggal 05 September sampai dengan 5 Oktober 2017. Adapun lokasi dalam penelitian ini adalah Bank BNI Syari’ah Kantor Cabang Pembantu Serang yang beralamat di Jl. Jend. Ahmad Yani N0. 34 Kelurahan Cipare Kecamatan : Serang Kota Serang No. Telpon : 0254 – 222808.

Alasan lokasi penelitian ini didasarkan kepada secara Bank BNI Syari’ah Kantor Cabang Pembantu Serang adalah salah satu lembaga keuangan syariah yang memiliki produk simpanan dan pembiayan yang memiliki keunggulan dibandingkan dengan produk simpanan dan pembiayaan di bank syariah lain. maka dari itu peneliti menganggap Instansi tersebut adalah instansi yang sangat representative untuk dijadikan lokasi penelitian/obyek penelitian.

1. **Metode Analisis Data**

Dalam penelitian ini Penulis menggunakan metode deskriptif analisis, yaitu suatu metode penelitian bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang subjek penelitian berdasarkan data dan variabel yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti. Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.[[16]](#footnote-16)

Teknik analisis data merupakan cara menganalisis data penelitian, termasuk alat-alat statistik yang relevan untuk digunakan dalam penelitian.[[17]](#footnote-17) Proses analisa data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang ditulis dari lapangan, dokumentasi dan sebagainya.

Setelah dibaca, dipelajari dan ditelaah maka langkah berikutnya adalah mengadakan reduksi data yang dilakukan dengan membuat abstraksi. Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses dan pernyataan-pernyataan yang diperlukan. Langkah selanjutnya adalah menyusun dalam satuan-satuan.Satuan-satuan itu kemudian dikategorikan pada langkah-langkah berikutnya. Kategori-kategori dilakukan sambil membuat Tahap akhir analisis data ini adalah mengadakan pemerikasaan keabsahan data.

1. **Sistematika Penulisan**

Untuk memperjelas dan mempermudah pembaca dalam pemahaman yang dibahas, maka konsep sistem yang telah disusun ini dibagi menjadi lima bab. Adapun sistematika penulisan thesis ini sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan, pada bab ini dibahas mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian, waktu & tempat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori, pada bab ini menjelaskan tentang teori dan konsep yang digunakan disesuaikan dengan permasalahan yang diteliti, dan review penelitian terdahulu.

Bab III Gambaran Umum Obyek Penelitian, pada bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum obyek penelitian, sejarah berdiri, struktur organisasi, jobdescription serta produk.

Bab IV Analisis dan Pembahasan, pada bab ini menguraikan tentang analisis data serta pembahasan.

Bab V Simpulan dan Saran, Pada bab ini menguraikan simpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Kasmir “***Dasar-Dasar Perbankan***”, ( Rajawali Pers, Jakarta, 2014), h. 3 [↑](#footnote-ref-1)
2. Kasmir, “***Pemasaran Bank***”, (Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2010), h. 52 [↑](#footnote-ref-2)
3. I Wayan Sudirman “***Manajemen Perbankan, Menuju Bankir Konvensional yang profesional”, (***Fajar Interpratama Mandiri, Jakarta, 2013), h. 82 [↑](#footnote-ref-3)
4. Juliansyah Noor, “***Metodologi Penelitian***” (Kencana Prenada Media Group : Jakarta, 2011), h. 34 [↑](#footnote-ref-4)
5. Djam’an Satori, Aan Komariah, “***Metodologi Penelitian Kualitatif***”, (Alfabeta : Bandung, 2013), h. 22 [↑](#footnote-ref-5)
6. Sugiyono, “ ***Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D***”, (Alfabeta : Bandung, 2014), h. 8 [↑](#footnote-ref-6)
7. Lexy J. Moleong, “***Metodologi Penelitian Kualitatif***”, ( PT. Remaja Rosdakarya : Bandung, 2013), h. 3 [↑](#footnote-ref-7)
8. Lexy J. Moleong, “***Metodologi Penelitian Kualitatif***”, ( PT. Remaja Rosdakarya : Bandung, 2013), h. 222 [↑](#footnote-ref-8)
9. Juliansyah Noor, “***Metodologi Penelitian***” (Kencana Prenada Media Group : Jakarta, 2011), h. 34 [↑](#footnote-ref-9)
10. Sugiyono, “ ***Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D***”, (Alfabeta : Bandung, 2014), h. 215 [↑](#footnote-ref-10)
11. Juliansyah Noor, “***Metodologi Penelitian***” (Kencana Prenada Media Group : Jakarta, 2011), h. 137 [↑](#footnote-ref-11)
12. Lexy J. Moleong, “***Metodologi Penelitian Kualitatif***”, ( PT. Remaja Rosdakarya : Bandung, 2013), h. 186 [↑](#footnote-ref-12)
13. Juliansyah Noor, “***Metodologi Penelitian***” (Kencana Prenada Media Group : Jakarta, 2011), h. 138-139 [↑](#footnote-ref-13)
14. Djam’an Satori, Aan Komariah, “***Metodologi Penelitian Kualitatif***”, (Alfabeta : Bandung, 2013), h. 105 [↑](#footnote-ref-14)
15. Juliansyah Noor, “***Metodologi Penelitian***” (Kencana Prenada Media Group : Jakarta, 2011), h. 140 [↑](#footnote-ref-15)
16. Lexy J. Moleong, “***Metodologi Penelitian Kualitatif***”, ( PT. Remaja Rosdakarya : Bandung, 2013), h. 248 [↑](#footnote-ref-16)
17. Juliansyah Noor, “***Metodologi Penelitian***” (Kencana Prenada Media Group : Jakarta, 2011), h. 63 [↑](#footnote-ref-17)