BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah yang selalu berperan sebagai *intermediasi* keuangan antara unit-unit Ekonomi yang mempunyai kelebihan dana dengan unit-unit lain yang mengalami kekurangan dana oleh karena itu masyarakat membutuhkan dana untuk memenuhi kebutuhan akan dana karena pada dasarnya bank adalah penghubung.[1]

"Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak" yang tercantum dalam Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 Tanggal 10 November Pasal 1.[2]

Perbankan Syariah mempunyai prinsip bagi hasil yang berbeda dengan prinsip bank Konvensional yang ternyata lebih terbukti mampu bertahan pada saat sistem *moneter.* Sistem perbankan sekarang lebih berkembang menjadi alternatif menarik bagi semua kalangan sebagai pelaku bisnis yang mana operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-quran dan Hadis Nabi Saw. Serta tidak lepas dari Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang bertugas untuk mengawasi operasional bank dan produk-produknya agar sesuai dengan garis-garis syariah.[3]

Dengan keadaan sekarang yang mendorong telah munculnya berbagai jenis produk dan sistem usaha dalam berbagai keunggulan kompetitif. Keadaan tersebut menuntut para pelaku perusahaan untuk lebih mempertahankan kelangsungan

---

[1]Burhanuddin S, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah* (Yogyakarta: Graha Ilmu 2010), hlm. 2.

[2]Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 26

[3]Nurul Huda, *Pengertian Bank Syariah* (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2008), hlm. 26

hidup perusahaan tersebut, karena kondisi ini telah menciptakan suatu sistem dan persaingan baru dalam dunia perbankan.[4]

Oleh karena itu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank yang mengharuskan bank tersebut lebih kreatif dan inovatif dalam mencari peluang-peluang yang lebih menguntungkan serta menciptakan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan nasabah guna meningkatkan jumlah nasabah. Dengan adanya perubahan yang sesuai nasabah tersebut teknologi dan persaingan yang sangat pesat, membuat PT. Bank BRISyariah Kantor Cabang Banjarmasin mampu bersaing secara terus-menerus dalam hal menjual produk dan jasanya agar tetap dapat *eksis* selalu di dunia perbankan.[5]

Pada dasarnya produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah khususnya pada PT. Bank BRISyariah Kantor Cabang Banjarmasin Jl. Ahmad Yani Km. 3,5 No. 147C Banjarmasin 70235 Kebun Bunga ini telah meluncurkan berbagai macam produk tabungan antara lain Tabungan Impian, Tabungan Haji, Tabunganku, Simpanan Pelajar (SimPel) dan Tabungan Faedah. Tabungan Impian adalah tabungan berjangka dengan Prinsip bagi hasil yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabah dengan terencana. Tabungan Haji adalah produk simpanan dari Bank BRISyariah bagi calon jemaah Haji Reguler yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH). Produk Tabunganku adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah yang telah diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Simpanan Pelajar (SimPel) adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan *Inklusi* keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini kemudian yang terakhir ialah Tabungan Faedah (Fasilitas Serba Mudah) adalah tabungan yang banyak memberikan fasilitas dalam bertransaksi, yang hadir dengan memberikan tawaran yang sangat memudahkan

---

[4]Siamat Dahlan, *Manajemen Lembaga Keuangan* (Jakarta: LPFE, 2004), hlm. 127

[5]Muhammad, *Bank Syariah Analisis Kekuatan, Peluang, Kelemahan dan Ancaman* (Yogyakarta: Ekonosia, 2002), hlm. 2

dengan saldo awal hanya Rp100.000,- sudah bisa membuka tabungan dan bebas dari biaya administrasi bulanan. Program tabungan ini selain memudahkan nasabah juga berbasis syariah, dalam artian tidak ada unsur riba yang diharamkan di dalamnya.[6]

Dari beberapa produk Bank BRISyairah diatas terdapat beberapa strategi pemasaran yang diterapkan diantaranya Pada produk Tabungan Haji, strategi pemasarannya ditujukan untuk orang muslim yang melaksanakan ibadah haji dengan aman dan nyaman dengan disediakannya porsi keberangkatan haji kepada nasabah sesuai dengan persyaratan yang ditentukan Bank BRISyariah. Kemudian pada produk Tabunganku dan produk Simpanan Pelajar (SimPel) strategi pemasarannya berbeda dengan tabungan Haji, perbedaannya terletak pada sasaran nasabah. Produk Tabunganku ditujukan untuk masyarakat umum yang tidak hanya orang muslim saja bahkan semua agama bisa memakai produk ini dan untuk masyarakat tingkat pendapatan menengah kebawah untuk meningkatkan budaya menabung serta produk ini persyaratannya mudah dengan setoran sangat ringan tapi tidak mendapat kartu ATM. Berbeda halnya dengan produk Simpanan Pelajar (SimPel) yang sasaran nasabahnya sudah pasti ditujukan kepada siswa-siswi dengan strategi jemput bola yaitu mendatangi sekolah-sekolah untuk memasarkan produk ini.[7]

Lalu strategi pemasaran pada produk Tabungan Impian adalah dengan sarana promosi, yaitu mempromosikan kepada nasabah dengan komunikasi, komunikasi pemasaran merupakan bentuk komunikasi yang ditujukan untuk memperkuat strategi pemasaran, guna meraih segmentasi yang lebih luas. Jejaring sosial sekarang ini tidak hanya dijadikan sebagai media pertemanan, melainkan bisa dijadikan sebagai lahan promosi bisnis. Konten *Tweetpic* di *Twitter* berpeluang besar dalam kegiatan komunikasi pemasaran produk tabungan impian Bank BRISyariah yang baru saja diluncurkan untuk mendorong terjadinya *word of*

---

[6]Ullah, Karyawan Bank BRISyariah Kantor Cabang Banjarmasin Ahmad Yani, *Wawancara Pribadi,* Banjarmsin, 16 Desember 2016.

[7]*Ibid.,*

mouth. Dengan adanya *word of mouth* melalui *Tweetpic*, diharapkan produk tabungan impian lebih dikenal oleh masyarakat.[8]

Pada Produk Tabungan Faedah strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank BRISyariah lebih banyak dibanding produk-produk diatas sehingga produk ini menjadi produk unggulan karena lebih menarik dan nasabah merasakan manfaat serta keuntungan yang diberikan Bank BRISyariah sesuai dengan harapan masyarakat saat ini, misalnya pada strategi harga, karena fasilitasnya lebih murah dari setoran awal yang ringan. Bahkan, gratis biaya administrasi bulanan tabungan dan kartu ATM jika saldo nasabah minimum tidak kurang dari Rp50.000. Dilengkapi pula dengan berbagai fasilitas *e-channel* berupa *SMS Banking, Mobile Banking dan Internet Banking.*[9]

Selain itu, dengan kartu ATM Bank BRISyariah, nasabah dapat bertransaksi di 504 mesin ATM Bank BRISyariah, 20.000 mesin ATM Bank BRI, dan semua mesin ATM Bank lain dalam jaringan ATM Prima & ATM Bersama. Selanjutnya, ketersediaan Kantor Layanan Syariah (KLS) di Bank BRI, membuat nasabah dapat melakukan transaksi pembayaran dengan lebih mudah dan terjangkau. Kemudian pada produk tabungan Faedah strategi pemasarannya jika dilihat dari segi sasaran, sasaran pada produk ini memuat semua kalangan termasuk non muslim.[10]

Kebutuhan yang dapat memenuhi kebutuhan hidup mereka. Sebagian besar konsumen di Indonesia yang mempunyai dana lebih dan berperilaku sedemikian rupa, menjadi masyarakat konsumsi tinggi dalam memberi barang / jasa bahkan ada konsumen yang khusus ke luar negeri untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Konsumen memiliki kedudukan sebagai salah satu kekuatan kompetitif melalui daya tawarnya. Daya tawar konsumen menjadi sangat penting karena merekalah yang mempunyai kebutuhan dan keinginan.Untuk memenuhi

---

[8]Usup, Karyawan Bank BRISyariah Kantor Cabang Banjarmasin Ahmad Yani, *Wawancara Pribadi*, Banjarmsin, 18 Desember 2016.

[9]*Ibid.*,

[10]Ullah, *op. cit.*, 25 Desember 2016

kebutuhan itu mereka jugalah yang mempunyai sarana pembelian (waktu dan uang), menentukan pilihan dan mengambil keputusan.[11]

PT. Bank BRISyariah Kantor Cabang Banjarmasin adalah sebuah Bank Non Konvensional yang merupakan anak perusahaan dari Bank Rakyat Indonesia yang akan melayani kebutuhan perbankan masyarakat Indonesia dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia merupakan suatu respon dari kelompok ekonom dan praktisi perbankan muslim yang berupaya mengakomodasi desakan dari berbagai pihak yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai moral dan prinsip-prinsip syariah Islam. Utamanya yang berkaitan dengan pelarangan praktek riba, kegiatan yang bersifat spekulatif yang serupa dengan perjudian, ketidakpastian dan pelanggaran prinsip keadilan dalam transaksi serta keharusan penyaluran dana investasi pada kegiatan usaha yang etis dan halal secara syariah.[12]

Perkembangan sistem keuangan syariah semakin kuat dengan ditetapkannya dasar–dasar hukum operasional melalui Undang-undang Nomor 7 tahun 1992 tentang Perbankan yang telah diubah dalam Undang-undang Nomor10 tahun 1998 yang secara eksplisit menetapkan bahwa bank dapat beroperasi berdasarkan sistem bagi hasil.[13] Diubah lagi menjadi Undang-undang Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah.Kemudian, Undang-undang Nomor tahun 1999 tentang Bank Indonesia juga menetapkan bahwa Bank Indonesia dapat melakukan pengendalian moneter berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Kedua Undang-undang tersebut selanjutnya menjadi dasar hukum bagi keberadaan *dual system* bank di Indonesia, yaitu adanya dua sistem (konvensional dan syariah) yang beroperasi dalam sebuah bank.

---

[11]Usup, *op. cit.*, 28 Desember 2016

[12]Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah* (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN, 2002), hlm. 13

[13]*Ibid*, hlm.14

Menghadapi situasi demikian, maka perusahaan harus mampu melakukan adaptasi yang tepat terhadap kondisi pasar yang selalu berubah-ubah. Perusahaan dituntut untuk dapat menilai kebutuhan dan keinginan konsumen yang berubah-ubah dengan cara menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar *ekspektasi* konsumen terpenuhi dan mereka merasakan kepuasaan dalam menggunakan produk. Kepuasan konsumen jelas merupakan faktor penting dalam strategi pemasaran sebuah produk karena berpotensi menciptakan *loyalitas* dan mendatangkan konsumen baru sebagai akibat dari *sugesti* konsumen lama yang terprogram dengan baik hal ini tentu saja akan meningkatkan omzet perusahaan dalam jangka panjang.[14]

Perusahaan yang baik sudah pasti memiliki manajemen yang baik dalam pengelolaannya. Manajemen diperlukan untuk mengkoordinasikan semua kegiatan yang ada dalam perusahaan agar menghasilkan suatu totalitas tindakan yang efektif dan efisien dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. Untuk memahami dan mengerti dengan baik alat-alat manajemen yang dibutuhkan bagi kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan, maka diperlukan penerapan strategi pemasaran yang tepat dan optimal.

Menurut Setiadi , perencanaan dan penyusunan strategi pemasaran dapat ditinjau dari tiga faktor utama, yaitu segmentasi pasar, penentuan target pasar, dan penentuan posisi produk perusahaan.[15]Segmentasi pasar yaitu mengukur tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelompokkan pasar ke dalam segmen yang beragam. Melalui segmentasi pasar, perusahaan menentukan jenis produk dan peruntukannya secara lebih spesifik. Penentuan target pasar yaitu adalah penentuan kelompok pasar yang dijadikan sasaran dalam memasarkan produk.Sementara penentuan *positioning* produk merupakan tingkat capaian perusahaan dalam membangun nilai lebih atas produk yang ditawarkannya

---

[14]Ronald Nangoi, *Menentukan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan,* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 1996), hlm. 46.

[15]Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. (Jakarta: Cempaka 2005), hlm.55

dibenak konsumen sehingga konsumen tergerak untuk membeli atau memakainya.[16]

Maka dari itu, Bank BRI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam menawarkan produk Tabungan Faedah kepada masyarakat perlu disertai pemasaran yang handal berupa strategi yang tepat agar dapat meningkatkan jumlah nasabah Tabungan Faedah. Hal tersebut harus dilakukan mengingat persaingan antar bank yang semakin kompetitif baik bank syariah maupun bank konvensional dalam produk penghimpunan dana. Selain itu, dana dari pihak ketiga yang didapatkan melalui produk tabungan akan sangat membantu operasional Bank BRI Syariah untuk meningkatkan modal sebagai pemutar roda bisnis pada produk penyaluran dana.

Beranjak dari permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang terarah dan mendalam untuk sebuah skripsi berjudul : "Penerapan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Faedah" di PT. Bank BRISyariah Kantor Cabang Banjarmasin Jl. Ahmad Yani Km. 3,5 No. 147C Banjarmasin 70235 Kebun Bunga.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut di atas, maka dapat dirumuskan pokok-pokok permasalahan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan strategi pemasaran produk Tabungan Faedah pada PT. Bank BRISyariah Kantor Cabang Banjarmasin Jl. Ahmad Yani Km. 3,5 No. 147C Banjarmasin 70235 Kebun Bunga ?
2. Bagaimana kendala-kendala yang dihadapi PT. Bank BRISyariah Kantor Cabang Banjarmasin Jl. Ahmad Yani Km. 3,5 No. 147C Banjarmasin 70235 Kebun Bunga ?

[16]Ronald Nangoi, *op. cit.*, hlm. 50.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran produk Tabungan Faedah yang ada di PT. Bank BRISyariah Kantor Cabang Banjarmasin Jl. Ahmad Yani Km. 3,5 No. 147C Banjarmasin 70235 Kebun Bunga.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kendala-kendala yang dihadapi PT. Bank BRISyariah Kantor Cabang Banjarmasin Jl. Ahmad Yani Km. 3,5 No. 147C Banjarmasin 70235 Kebun Bunga.

D. Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini penulis berharap agar dapat memberikan kegunaan secara teoritis maupun praktis

Secara teoritis:

1. Bagi Peneliti

   Penelitian ini dapat dijadikan pengetahuan sebagai sumber sumbangan yang penting terhadap aplikasi langsung yang terjadi dilapangan atas pengetahuan secara teori yang didapat selama dibangku kuliah.

2. Bagi Lembaga Pendidikan

   Sebagai sebuah hasil karya yang dapat dijadikan sebagai salah satu bahan wacana dan bahan acuan bagi mahasiswa atau pihak lain yang memiliki ketertarikan meneliti dibidang penelitian sejenis.

3. Bantuan pemikiran dalam mengisis khazanah ilmu pengetahuan bagi perpustakaan Fakultas Syariah dan FEBI (Fakultas Bisnis Ekonimi Islam) khususnya dan perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin pada umumnya.

4. Sebagai bahan sumbangan pemikiran dalam bentuk karya ilmiah untuk mengisi khazanah pengetahuan khususnya disiplin ilmu kesyariahan dalam bermuamalah pada dunia perbankan.

5. Secara praktis yakni hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan masukan bagi pihak bank yang bersangkutan. Pihak bank juga dapat mengetahui sejauh mana deskripsi penerapan strategi pada tabungan PT.

Bank BRISyariah Kantor Cabang Banjarmasin Jl. Ahmad Yani Km. 3,5 No. 147C Banjarmasin 70235 Kebun Bunga.

E. Definisi Operasional

Agar lebih memudahkan dalam memahami proposal skripsi ini, maka penelitian ini mendefinisikan beberapa istilah, antara lain:

1. Penerapan adalah suatu perbuatan mempraktikan suatu teori atau metode dan hal lain untuk mencapai tujuan tertentu untuk suatu kepentingan yang diinginkan oleh suatu kelompok atau golongan yang telah terencana dan tersusun sebelumnya.[17]
2. Strategi adalah serangkaian alat untuk mencapai tujuan serta rencana pemasaran yang *komprehensif* yang mencangkup penentuan segmentasi pasar, penentuan pasar sasaran (market targeting), dan penentuan *positioning* produk berdasarkan rumusan bauran pemasaran yang selalu terkait dengan unsur-unsur 4p yakni produk, harga, tempat dan promosi.[18]
3. Pemasaran adalah suatu proses individu dimana individual atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya.[19]
4. Produk Tabungan Faedah yaitu program tabungan Faedah singkatan dari Fasilitas Serba Mudah, yang hadir dengan memberikan tawaran yang sangat memudahkan dengan saldo awal hanya Rp100.000,- sudah bisa membuka tabungan, bebas dari biaya administrasi bulanan, gratis biaya bulanan kartu ATM, Gratis biaya tarik tunai dan cek saldo di ATM BRI, ATM Bersama dan ATM Prima.[20]

---

[17]Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta : Balai Pustaka, 1990), hlm. 603.

[18]Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, (Bandung : Erlangga 2013), hlm, 24.

[19]Philip kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, Jilid 1 (Jakarta : Erlangga, 2006), hlm. 5

[20]Usup, *op. cit.*, 28 Desember 2016

5. Bank BRISyariah KC Banjarmasin yaitu bank milik negara yang berawal dari akuisisi bank dengan operasional konvensional menjadi bank yang beroperasional secara syariah, dan memiliki *brand* BRISyariah yang biasa disebut dengan singkatan BRIS.[21]

F. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah deskripsi ringkas tentang kajian atau penelitian yang sudah pernah dilakukan diseputar masalah yang akan diteliti sehingga terlihat jelas bahwa kajian yang akan dilakukan ini tidak merupakan pengulangan atau duplikasi dari kajian atau penelitian yang telah ada. Penulis menelusuri kajian pustaka yang memiliki objek penelitian yang hampir sama dengan objek penelitian ini. Penelitian sebelumnya sebagai berikut :

1. Muhammad Heryuniannor mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah IAIN Antasari Banjarmasin Tahun 2015 dengan judul penelitian *Strategi Marketing Mix Usaha Restoran Cepat Saji az-Zahra Express Food Banjarmasin.* Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif dengan data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa strategi yang digunakan restoran cepat saji az-Zahra Express Food Banjarmasin adalah meningkatkan kualitas rasa agar konsumen merasa puas dan kepercayaan konsumen tidak berkurang. Mengutamakan pelayanan yang baik dan ramah tamah. Kemudian memberikan varian-varian produk dengan menyesuaikan kemampuan konsumen baik dari praktik pengolahan sampai pendistribusian dan juga dari segi pemasaran, cara menghadapi tantangan dan dalam proses produksinya guna menjaga persaingan pasar usaha sejenis dalam pangsa pasarnya. Tidak ditemukan adanya unsur penyimpangan dalam bertentangan dengan hukum Islam, baik aspek pemasaran dan aspek produksinya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah terletak pada lokasi penelitian.

[21] *Ibid.,*

Penelitian yang penulis lakukan mengambil lokasi di bank syariah sedangkan penelitian ini mengambil lokasi di restoran atau rumah makan artinya terdapat perbedaan sektor, penelitian penulis pada sektor perbankan, sedangkan penelitian ini pada sektor kuliner.

2. Wisda Asma mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah IAIN Antasari Banjarmasin Tahun 2012 dengan judul penelitian *Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Muzakki (Studi pada lembaga Amil Zakat Dhuafa Tersenyum.* Penelitian ini merupakan penelitian lapangan *(field research*) bersifat deskriptif kualitatif dalam bidang ekonomi khususnya strategi promosi. Temuan-temuan yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: *pertama:* bentuk strategi promosi yang dilakukan sejak berdirinya LAZ Dhuafa Tersenyum sampai sekarang yaitu:

   (1) Periklanan, adapun media periklanan yang digunakan yaitu media cetak dengan menggunakan surat kabar, brosur, spanduk, dan mini *banner*,

   (2) promosi penjualan,

   (3) hubungan masyarakat dan

   (4) pemasaran langsung, dampak dari strategi promosi yang dilakukan oleh LAZ Dhuafa Tersenyum berhasil meningkatkan jumlah muzakki. Perbedaan penelitian penulis dan penelitian ini terletak pada dua poin, yakni lokasi dan fokus penelitian. Lokasi penelitian penulis adalah bank syariah yang merupakan lembaga komersial, sedangkan penelitian ini lokasi penelitian adalah lembaga amil zakat yang merupakan lembaga sosial. Kemudian fokus penelitian penulis lebih luas dikarenakan penulis meneliti dalam ruang lingkup pemasaran, sedangkan penelitian ini terbatas pada promosi yang merupakan bagian dari bauran pemasaran.

3. Rina Anggriani mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin dengan judul penelitian *pengaruh bauran promosi terhadap Volume Penjualan pada Toko Tas di Banjarmasin.* Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dan adapun sifat penelitian ini adalah penelitian kuantitatif.

Berdasarkan analisis data maka dapat disimpulkan bahwa variabel bauran promosi yang terdiri dari periklana, penjualan personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung berpengaruh secara simultan terhadap volume penjualan pada toko tas di Banjarmasin. Selain itu Promosi penjualan satu-satunya variabel yang berpengaruh secara parsial terhadap volume penjualan pada toko Tas di Banjarmasin. Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian ini terletak pada lokasi penelitian, fokus penelitian dan metode penelitian yang digunakan.

Dengan demikian terdapat pokok permasalahan yang berbeda antara penelitian yang telah penulis kemukakan seperti yang telah di sebutkan di atas. Maka dari itu secara singkatnya penelitian yang akan penulis lakukan lebih menitikberatkan pada Strategi Pemasaran Produk Tabungan Faedah Brisyariah Kantor Cabang Banjarmasin Jl. Ahmad Yani Km. 3,5 No. 147C Banjarmasin 70235 Kebun Bunga.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian sebagai berikut :

Bab 1 adalah pendahuluan. Dalam bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang pengambilan judul penelitian, kemudian dirumuskan dalam rumusan masalah. Ditentukan tujuan penelitian sebagai arah penelitian penulis. Memuat kajian pustaka sebagai bahan acuan bahwasanya penelitian penulis adalah murni buatan penulis dengan diterangkannya perbedaan penelitian. Definisi operaisonal diperlukan untuk mendefinsikan istilah penting penelitian. Diakhiri dengan sistematika penulisan.

Bab 2 adalah landasan teori, yang memuat tinjauan teoritis berkaitan dengan persoalan yang akan dilakukan dalam penelitia yaitu gambaran umum Bank Syariah dan pemasaran.

Bab 3 adalah metode penelitian, yang memuat jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data,dan analisis data. Semua hal tersebut menjadi bahan acuan penulis sebagai cara dalam meneliti di lapangan agar terarah, teratur dan dan sistematis.

Bab 4 adalah penyajian dan analisis data, yaitu berisi tentang hasil dan analisisdata serta jawaban atas rumusan masalah.

Selanjutnya adalah bab 5 merupakan penutup, bab ini berisikan simpulan dan saran dari hasil permasalahan penelitian, kemudian dilanjutkan dengan daftar pustaka serta lampiran lain-lainnya.