

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN *PRIORITY  
BANKING OFFICE (PBO)* DALAM  
MENINGKATKAN JUMLAH  
NASABAH *PRIORITY*  
(PADA PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN)**



**SKIRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

**Oleh**

**PURNAMA RAMADHANI  
NIM. 19 401 00196**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKHALIHASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
2023**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRIORITY  
BANKING OFFICE (PBO) DALAM  
MENINGKATKAN JUMLAH  
NASABAH PRIORITY  
(PADA PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN)**



**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
dalam Bidang Perbankan Syariah*

**Oleh**

**PURNAMA RAMADHANI  
NIM. 19 401 00196**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
2023**



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN *PRIORITY*  
*BANKING OFFICE* (PBO) DALAM  
MENINGKATKAN JUMLAH  
NASABAH *PRIORITY***

**(PADA PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**PURNAMA RAMADHANI**  
NIM. 19 401 00196

**PEMBIMBING I**

**Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M**  
NIP. 197907202011011005

**PEMBIMBING II**

**Ferri Alfadri, S.E.I., M.E.**  
NIP. 199409282020121007

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2023**

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. **Purnama Ramadhani**  
Lampiran : 6 (Enam Eksemplar)

Padangsidempuan, 14 November 2023  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam UIN Syahada Padangsidempuan  
Di-  
Padangsidempuan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Purnama Ramadhani** yang berjudul "**Analisis Strategi Pemasaran *Priority Banking Officer (PBO)* Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah *Priority* Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak kami ucapkan terima kasih.

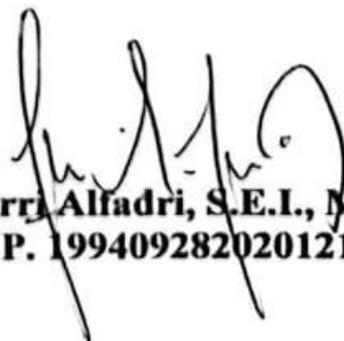
*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

**PEMBIMBING I**



**Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M.**  
**NIP. 197907202011011005**

**PEMBIMBING II**



**Ferri Alfadri, S.E.I., M.E.**  
**NIP. 199409282020121007**

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Purnama Ramadhani

NIM : 19 401 00196

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : **Analisis Strategi Pemasaran *Priority Banking Officer* (PBO) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah *Priority* Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 14 November 2023

Saya yang Menyatakan,



**PURNAMA RAMADHANI**  
**NIM. 19 401 00196**

# HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

---

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan,  
saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Purnama Ramadhani  
NIM : 19 401 00196  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Analisis Strategi Pemasaran *Priority Banking Officer (PBO)* Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah *Priority* Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan**". Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 14 November 2023

menyatakan,



**PURNAMA RAMADHANI**  
**NIM. 19 401 00196**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733  
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI**  
**SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**Nama** : PURNAMA RAMADHANI  
**NIM** : 19 401 00196  
**Fakultas/ Prodi** : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah  
**Judul Skripsi** : Analisis Strategi Pemasaran *Priority Banking Office (PBO)*  
Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Priority Pada PT. Bank  
Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

**Ketua,**

**Sekretaris,**

Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M.E.  
NIDN. 2027029303

Dr. Budi Gautama Siregar. S.Pd. M.M  
NIDN.2020077902

**Anggota**

Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M.E.  
NIDN. 2027029303

Dr. Budi Gautama Siregar. S.Pd. M.M  
NIDN.2020077902

Ferri Alfadr, M.E.  
NIDN.2028099401

Ananda Anugrah Nasution, M.Si.  
NIDN.0117109102

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

**uan**  
**Hari/ Tanggal** : Kamis, 30 November 2023  
**Pukul** : 09.00 WIB s/d Selesai  
**Hasil/ Nilai** : Lulus / 76 (B)  
**Indeks Prestasi Kumulatif** : 3,50  
**Predikat** : Sangat Baik



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

---

**PENGESAHAN**

**Judul Skripsi** : Analisis Strategi Pemasaran *Priority Banking Officer* (PBO) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Priority Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan.

**Nama** : Purnama Ramadhani

**NIM** : 19 401 00196

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi Salah Satu Tugas  
Dan Syarat-Syarat dalam Memperoleh Gelar  
**Sarjana Ekonomi (S.E)**  
dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, Desember 2023

Dekan



  
**Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si.**  
NIP. 19780818 200901 1 015

## ABSTRAK

**Nama : Purnama Ramadhani**  
**Nim : 19 401 00196**  
**Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran *Priority Banking Office (PBO)* Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah *Priority* Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pemasaran *Priority Banking Officer (PBO)* Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah *Priority* Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padangsidimpuan. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan strategi Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan dalam meningkatkan jumlah nasabah prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan, bagaimana peluang dan tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan Strategi Pemasaran *Priority Banking Officer* mampu meningkatkan jumlah nasabah prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan strategi Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan dalam meningkatkan jumlah nasabah prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan, untuk mengetahui peluang dan tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan Strategi Pemasaran *Priority Banking Officer* dengan meningkatkan jumlah nasabah prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan. Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian ini adalah pegawai/karyawan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan dan nasabah sebanyak 3 orang, sumber data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah metode wawancara, observasi, dokumentasi dan Nvivo. Metode yang digunakan adalah *Bellow The Line (BTL)*, seperti program bonus/hadiah, *event*, pembinaan konsumen dan lain sebagainya. Disamping melakukan strategi pemasaran yang bersifat *Bellow The Line (BTL)*, Bank Sumut Syariah juga memiliki strategi khusus dalam menjangkau nasabah *priority*, seperti: *Customer Is Our Family*, *Upgrade data*, *Referral*, *Priority Gathering*, *Direct Gift (Collection Item)*. Dan kendala yang dihadapi dalam melakukan strategi pemasaran *Priority Banking Officer* dalam meningkatkan jumlah nasabahnya adalah seperti merekrut nasabah baru yang telah menjadi nasabah prioritas di bank lain. Dan persaingan antar bank.

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran, *Priority Banking Officer*, Nasabah *Priority***

## KATA PENGANTAR



*Assalāmu'alaikum Warahmatullāhi Wabarakātuh*

*Alḥamdulillāh*, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *Salawāt* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: “**Analisis Strategi Pemasaran *Priority Banking Officer (PBO)* Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah *Priority* Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan.**,” ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN SYAHADA) Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang terbatas dan jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M. Ag., selaku Rektor UIN SYAHADA Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M. Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar,

M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan S.E. M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Dr. H. Armyn Hasibuan, M.Ag Selaku Wakil Dekan bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Ibu Dra. Replita, M.Si Selaku Wakil Dekan bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan. Ibu Sarmiana Batubara, M.A selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan. Terima kasih kepada seluruh dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang tidak bisa peneliti sebut satu persatu sehingga peneliti bisa menyangang gelar Sarjana Ekonomi (S.E).
3. Bapak Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M. Selaku Pembimbing I dan Bapak Ferri Alfadri, S.E.I., M.E. Selaku Pembimbing II, yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada Instansi PT. Bank Sumut Syariah KCP Padangsidempuan terimakasih atas telah memberikan izin untuk meneliti sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini.

5. Bapak Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu dosen beserta staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidimpuan.
7. Penghargaan teristimewa kepada Ayahanda Dhoni Achmadi Anas dan Ibunda Devi Elvina Wati Lubis tercinta atas doa dan upaya, kasih sayang, pengorbanan, materi, dan selama ini telah membimbing, mendukung dan tiada henti-hentinya memberikan semangat kepada peneliti dalam pengerjaan skripsi ini berjalan dengan lancar sesuai yang diharapkan.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

*Wassalāmu 'alaikum Warahmatullāhi Wabarakātuh.*

Padangsidimpuan, November 2023  
Peneliti

**Purnama Ramadhani**  
**NIM. 19 401 00196**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 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 lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf `Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	žā	ž	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 adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	dommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....ي.....	Kasrah dan ya	ī	i dan garis dibawah
و.....	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

### **C. Ta Mar butah**

Transliterasi untuk tamar butah ada dua :

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

### **D. Syaddah (Tasydid)**

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

### **E. Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

#### **F. Hamzah**

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

#### **G. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

#### **H. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku 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.

## **I. Tajwid**

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

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Cetakan Kelima*, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama, 2003.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	11
C. Batasan Istilah .....	11
D. Rumusan Masalah .....	13
E. Tujuan Penelitian.....	14
F. Kegunaan Penelitian.....	14
G. Sistematika Pembahasan .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>17</b>
A. Landasan Teori.....	17
1. Analisis.....	17
a. Pengertian Analisis .....	17
b. Kegunaan dan Tujuan Analisis .....	17
c. Langkah-langkah Dalam Analisis.....	18
d. Jenis – jenis model Analisis.....	19
2. Strategi.....	19
a. Pengertian Strategi .....	19
b. Fungsi Strategi .....	20
c. Jenis – jenis Strategi .....	20
d. Prinsip Strategi pandangan islam.....	21
3. Pemasaran .....	22
a. Pengertian Pemasaran.....	22
b. Konsep Pemasaran.....	23
c. Pemasaran Dalam Syariah .....	25
d. Nilai-nilai Pemasaran Syariah .....	26

4.	<i>Priority Banking Officer</i> .....	27
a.	Pengertian <i>Priority Banking Officer</i> .....	27
b.	Kriteria Nasabah <i>Priority</i> .....	28
c.	Syarat Menjadi Nasabah <i>Priority</i> .....	29
d.	Layanan <i>Priority</i> Dalam Perspektif Syariah .....	29
5.	Nasabah .....	32
a.	Pengertian Nasabah.....	32
b.	Macam – macam Nasabah .....	32
c.	Strategi Meningkatkan Jumlah Nasabah.....	33
d.	Loyalitas Nasabah dalam Islam .....	33
6.	Analisis Strategi Pemasaran <i>Priority Banking Officer</i> (PBO) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah <i>Priority</i> .....	34
B.	Penelitian Terdahulu .....	37
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>50</b>
A.	Waktu dan Lokasi Penelitian .....	50
B.	Jenis Penelitian.....	50
C.	Subjek dan objek Penelitian.....	51
D.	Sumber Data.....	52
1.	Data Primer .....	52
2.	Data Sekunder .....	52
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	53
1.	Observasi.....	53
2.	Wawancara.....	54
3.	Dokumentasi.....	55
F.	Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	55
G.	Teknik Pengecekan Keabsahan Data .....	58
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>		<b>60</b>
A.	Hasil Penelitian .....	60
1.	Sejarah Berdirinya Unit Usaha Syariah PT. Bank Sumut.....	60
2.	Makna Logo Bank Sumut Syariah .....	63
3.	Visi Misi Bank Sumut Syariah.....	64
4.	Produk Bank Sumut Syariah .....	64
B.	Analisis Data .....	66
1.	Hasil Pengolahan Data Dengan Nvivo.....	67
2.	Hasil wawancara karyawan dengan Nasabah <i>Priority</i> .....	69
C.	Pembahasan Hasil Penelitian .....	73
1.	Analisis Strategi Pemasaran <i>Priority Banking Officer</i> PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan .....	72
2.	Peluang Dan Tangan Nasabah dan Priority Banking Officer PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan .....	76
D.	Keterbatasan Penelitian .....	79
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>80</b>
A.	Kesimpulan .....	80
B.	Saran .....	81

**DAFTAR PUSTAKA  
DAFTAR RIWAYAT HIDUP  
DAFTAR LAMPIRAN**

## Daftar Tabel

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	29
--------------------------------------	----

## **Daftar Gambar**

Gambar IV.1 Logo Bank Sumut Syariah .....	58
Gambar IV.2 Struktur Organisasi .....	61

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Pegawai Bank Sumut Syariah

Lampiran 2 Instrumen Wawancara Ibu Nona Soraya (*Teller*)

Lampiran 3 Instrumen Wawancara Ibu Mifta (*Customer Service*)

Lampiran 4 Instrumen Wawancara Ibu Sonya Safitri (*Back Office*)

Lampiran 5 Instrumen Wawancara Ibu Putri Fadilah (Pengusaha)

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Bank merupakan bidang usaha yang bergerak dalam sektor keuangan yang memberikan peranan penting bagi pengusaha - pengusaha yang membutuhkan dana segar untuk mengembangkan usahanya, bahwa ketentuan pelaksanaan mengenai bank berdasarkan prinsip syariah yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.<sup>1</sup> Bank syariah atau bank Islam merupakan lembaga keuangan yang beroperasi tanpa dengan melibatkan yang namanya bunga melainkan berdasarkan prinsip syariah. Artinya semua aktivitas yang dilakukan harus sejalan dengan hukum Islam. Pada dasarnya pengembangan produk dan jasa dari bank syariah didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadist, sehingga bank syariah dalam melakukan transaksi ekonomi akan terbebas dari ribawi, maysir dan gharar.<sup>2</sup> Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah tersebut diharapkan individu maupun kelompok yang akan menjadi calon nasabah akan memperoleh pengetahuan yang cukup tentang produk dan jasa yang ditawarkan oleh Bank syariah itu.

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya terutama

---

<sup>1</sup> Reza Pratama, Mekanisme Produk dan Keuntungan Produk Tabungan Prioritas Yang Ditawarkan PT. Bank Sumut Syariah KCP Kisaran Kepada Nasabah. ( Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019), hlm.1.

<sup>2</sup> Budi Gautama Siregar, Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah, *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra (JMAS)* Volume 2 Nomor 4, Agustus 2021. Hal. 252–264.

sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.<sup>3</sup>

Fenomena secara teori dalam Pengetahuan tentang informasi mengenai produk, jasa serta yang berkaitan dengan prosedur yang ada dalam bank syariah tersebut akan menjadi tolak ukur dalam pengambilan keputusan untuk bertransaksi pada bank syariah tersebut atau tidak saat terdukung pada sistem yang baik, prosedur yang efektif dan efisien dengan sebuah penyediaan sarana dan prasarana yang dimiliki dari sebuah bank. Pelayanan yang prima tentu akan membuat nasabah loyal kepada suatu bank.<sup>4</sup>

Strategi pemasaran dalam sebuah Bank harus melakukan orang-orang yang mempunyai banyak uang dengan berbagai fasilitas. Selain layanan prima, berbagai produk investasi juga disediakan supaya nasabah mendapatkan manfaat dengan lebih banyak lagi. Bank pun terus berlomba untuk memberikan fitur-fitur yang berbeda dari bank-bank lainnya. Para nasabah kelas ataupun biasa disebut dengan Prioritas ini memang biasanya mendapatkan perlakuan istimewa dari bank-bank yang mengadakan layanan nasabah *priority* ini. Pada umumnya, bank akan memberikan semacam “karpet merah” dengan tujuan gambaran dengan pelayanan istimewa, seperti dalam hal pelayanan *airport executive lounge*, *fardhu kifayah*, *financial planning* dan lain sebagainya. Tapi pada dasarnya memang harus ada

---

<sup>3</sup>Asdi, Samsul Rizal, Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpedes Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sungguminasa, Makassar: Bongaya Journal For Research in Management, Volume 2, No.1, April 2019, hlm. 18.

<sup>4</sup>Helena Fitria, Strategi Servis (Pelayanan Prima) Bank Syariah Terhadap Nasabah Non-Muslim Studi Kasus Pada BPRS Amanah Ummah, *Jurnal Ekonomi Islam Al-Infaq*, Vol. III No.1, Maret 2012.

perlakuan yang berbeda dalam hal jumlah atau nominal uang yang disimpan di dalam suatu bank.

Peneliti juga melakukan wawancara dari salah satu pihak Teller Nona Soraya Pasaribu yang berada di Bank SUMUT Padangsidimpuan. Hasil wawancara dengan Ibu Nona Soraya Pasaribu seorang Teller cabang Syariah Bank SUMUT Padangsidimpuan mengatakan bahwa:

Kata beliau tidak adanya perlakuan secara khusus kepada nasabah prioritas dikarenakan tidak adanya fasilitas banking Hall dan karpet merah” dengan tujuan gambaran dengan pelayanan istimewa, seperti dalam hal pelayanan *airport executive lounge, fardhu kifayah, financial planning* dan lain sebagainya”. Nasabah Prioritas Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan mendapatkan Pelayanan sama hal seperti nasabah biasanya namun bebas dari antrian.<sup>5</sup> Kata beliau tidak adanya fluktuasi nasabah prioritas pada Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan hanya berjumlah 18 orang tidak ada peningkatan dari tahun ketahun. Untuk menjadi nasabah prioritas Bank SUMUT Cabang syariah Padangsidimpuan harus memiliki saldo minimal dan mengendap Rp. 250.000.000.<sup>6</sup>

Dengan melihat keunggulan prospek dan akselerasi perkembangan pelayanan kepada nasabah Prioritas, maka diperlukannya sebuah komunikasi yang efektif dan efisien sebagai sebuah alat “kampanye” terhadap masyarakat dengan tujuan memaksimalkan pelayanan bank, yaitu dengan penghimpunan dan penyaluran dana untuk mengembangkan perbankan itu sendiri. Maka dari itu, sangat diperlukan sebuah Strategi ilmu perencanaan yang harus dilakukan dalam upaya mencapai sebuah target pemasaran.

---

<sup>5</sup>Hasil wawancara dengan Ibu Nona Soraya Pasaribu, sebagai Teller Bank SUMUT Padangsidimpuan, pada tanggal Rabu 12 April 2023, pukul 14.08 WIB.

<sup>6</sup>Hasil wawancara dengan Ibu Nona Soraya Pasaribu, sebagai Teller Bank SUMUT Padangsidimpuan, pada tanggal Senin, 06 Maret 2023, pukul 11.30 WIB.

Terkhusus dalam pembelian dana dari masyarakat. Perlunya dilakukan oleh bank dengan cara melakukan berbagai strategi agar masyarakat berminat menanamkan dananya dalam bentuk simpanan. Agar masyarakat berminat untuk menyimpan uangnya di bank, maka pihak perbankan biasanya akan memberikan rangsangan berupabalas jasa yang akan diberikan kepada sipenjamin. Balas jasa tersebut dapat berupa bagi hasil, hadiah, pelayanan prima ataupun balas jasa lainnya. Semakin tinggi balas jasa yang diberikan oleh bank kepada nasabah, maka akan semakin menambah minat masyarakat untuk menyimpan uangnya. Oleh karena itu, pihak perbankan harus menyiapkan berbagai strategi sehingga masyarakat berminat untuk menanamkan dananya<sup>7</sup>.

Dalam jurnal yang ditulis oleh “Budi Gautama Siregar, Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan” menyatakan bahwa:

Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan adalah merupakan salah satu lembaga keuangan yang menjalankan prinsip bagi hasil. Prinsip tersebut sesuai syariah sebab kegiatan seluruh perbankan syariah selalu diawasi dan diatur berdasawkan fatwa Dewan Pengawas Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DPSMUI) yang mengatur jenis kegiatan dan sistem perbankan syariah. Kegiatan yang dilakukan oleh Bank Sumut Cabang Syariah adalah yang tidak mengandung unsur riba, gharar dan maysir<sup>8</sup>.

Dalam jurnal yang ditulis oleh Johannes, Mulyadi Raf, dkk, “Analisis Kepuasan Nasabah Prioritas Berdasarkan Bauran Pemasaran (Kasus Pada PT. Bank Central Asia, Tbk Kantor Cabang Utama Jambi)” menyatakan bahwa:

---

<sup>7</sup>Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (PT RajaGrafindo Persada, Depok, 2017), hal.25.

<sup>8</sup>Budi Gautama Siregar, Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan, *Jurnal Kajian Ilmu–Ilmu Keislaman* Vol.03 No 1 Juni 2017. Hal.40.

Menghadapi kondisi pentingnya nasabah, paradigma organisasi yang diterapkan oleh perbankan harus mengadopsi piramida organisasi modern dimana nasabah dan stakeholder adalah kelompok yang harus mendapat pelayanan utama, menggantikan pemilik sebagaimana dalam paradigma lama. PT. Bank Central Asia, Tbk. mengeluarkan Layanan BCA Prioritas, bentuk layanan yang diberikan kepada pangsa pasar premium. Segmen nasabah demikian sangat penting bagi perusahaan, karena dana yang ditanamkan di perusahaan sangat besar. Oleh karena itu sangat penting untuk mempertimbangkan kondisi kepuasan nasabah ini sekaligus menjadikannya sebagai bagian daripada strategi perusahaan.<sup>9</sup>

Bank Sumut Syariah sebagai sebuah bank yang fokus *di segmen retail* mengembangkan *Priority Banking* sebagai diversifikasi produk dan layanan *General Banking* yang berjalan pada saat ini. *Priority Banking* dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang *naturally* yang tidak dapat disamaratakan karena adanya sebuah preferensi dan *budget constraint* individu yang berbeda-beda.<sup>10</sup>

Nasabah prioritas adalah layanan perbankan untuk nasabahnya yang menginginkan layanan prioritas. Sedangkan bank Sumut Syariah *Priority* merupakan model layanan *ritel* (perorangan) untuk segmen pasar menengah atas yang memiliki simpanan dana di bank dengan saldo minimum sebesar Rp.250.000.000 yang telah ditetapkan oleh Bank Sumut Syariah. Dan setiap nasabah akan dilayani secara khusus oleh *Priority Banking Officer* (PBO), baik layanan *financial* maupun *non financial*.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup>Johannes, dkk, "Analisis Kepuasan Nasabah Prioritas Berdasarkan Bauran Pemasaran (Kasus Pada PT. Bank Central Asia, Tbk Kantor Cabang Utama Jambi)", *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, Vol.1, No.1, Januari-Juni 2009, hlm. 35-36.

<sup>10</sup>Surat Edaran Operasi No. 7/038/OPS, tanggal 5 Desember 2005 Revisi Priority Banking.

<sup>11</sup>Surat Edaran Bank Indonesia, *Standar Prosedur Operasional* (SPO) No. Dokumen SPOO/PHD/I.PB/ 02, Revisi 3, (Tanggal 29 Juni 2012), hlm. 1

Suatu bank sangat membutuhkan dana pihak ketiga untuk menjadi salah satu modal dalam menyalurkan dana bank. Salah satunya adalah dengan program nasabah prioritas. Dimana semakin tinggi jumlah nasabah prioritas, maka semakin tinggi aset bank tersebut untuk kemudian disalurkan kepada nasabah pembiayaan yang nantinya akan menambah profit dari bank itu tersebut. Dan semakin rendah tingkat nasabah prioritas, maka akan semakin berkurang aset bank dan mempengaruhi terhadap dana yang akan disalurkan untuk dana pembiayaan, profit dan perkembangan bank itu sendiri.

Pada saat ini, bahkan bank memberikan berbagai penawaran, fasilitas dan juga layanan prima pada nasabah-nasabah tertentu. Para nasabah kelas atas atau yang biasa disebut dengan nasabah prioritas ini biasanya memang lebih mendapatkan perhatian khusus dari suatu bank. Karena dana yang nasabah simpan juga memiliki jumlah tertentu yang bernilai tinggi. Sehingga biasanya bank akan memberikan semacam layanan prestisius sebagai wujud keistimewahan yang diperuntukkan untuk nasabah seperti layanan bebas antri, *airport handling service*, *free meeting room*, *privateservice*, fasilitas *executive*, dan lain sebagainya. Dan melihat keunggulan prospek dan akselerasi perkembangan pelayanan terhadap nasabah prioritas, maka perlunya sebuah komunikasi yang efektif sebagai alat “kampanye” untuk masyarakat dengan tujuan memaksimalkan pelayanan bank, yaitu penghimpunan dan penyaluran dana untuk mengembangkan perbankan itu

sendiri. Oleh sebab itu, perlunya strategi ilmu perencanaan yang harus dilakukan dalam upaya mencapai target pemasaran.<sup>12</sup>

*Priority Banking* disediakan dari perbankan untuk para nasabah perorangan yang mempunyai pendapatan/ harta yang tergolong *affluent* dan *high network individuals*. Nasabah *priority Banking* mempunyai tingkat kebutuhan akan produk dan kualitas layanan tertentu bahkan sampai pada sebuah produk dan layanan yang sifatnya *unique* untuk nasabah atau *tailor made*. Oleh sebab itu, karakteristik *Priority Banking* merupakan *service focus* dan *client focus*, bukan lagi *product focus*.

Layanan nasabah *priority Bank Sumut Syariah* juga memiliki kelebihan dibanding dengan bank lainnya seperti nominal minimal untuk menjadi nasabah *priority*. Seperti jika di Bank Sumut Syariah nominal minimal untuk menjadi nasabah *priority* hanya membutuhkan dana Rp. 250.000.000. Sedangkan di Bank BCA Syariah minimal Rp. 500.000.000, di Bank Mandiri minimal Rp. 1 Milyar, BRI Rp. 500.000.000, BNI Rp. 500.000.000. Jika dilihat dari data tersebut, Bank Sumut Syariah adalah bank yang memberikan minimal nominal terkecil untuk menjadi nasabah *priority*. Dan dengan jarak yang cukup jauh dari bank-bank lainnya. Jika dilihat dari fasilitas yang diberikan, Bank Sumut Syariah juga memberikan pelayanan prima seperti bank lainnya yaitu adanya bebas antri, gratis *executive lounge* bandara, ruangan prioritas, *pick up* setoran, konsultasi keuangan syariah, *discount merchant*, *special gift*, *birthday gift*, *executive event invitation*,

---

<sup>12</sup>Nurul Hidayatul Ummah, Strategi Pemasaran Priority Banking Officer (PBO) Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Priority Pada PT Bank Syariah Mandiri, *Skripsi Jakarta, Syarif Hidayatullah*, 2014, hal. 3

*welcoming pack* dan lain sebagainya. Bahkan di Bank Sumut Syariah memberikan pelayanan *fardhu kifayah* untuk nasabah prioritasnya.

Layanan nasabah *priority* ini sangat memiliki potensial untuk Bank Sumut Syariah yang merupakan bank milik daerah Sumatera Utara. Dimana pihaknya melihat para pejabat publik sebagai calon nasabah dan dengan ekonomi yang cukup baik. Dan juga pengusaha-pengusaha yang berpotensi menjadi nasabah prioritas. Bank Sumut Syariah sendiri berusaha meningkatkan ekspansi baik di dalam maupun di luar Sumatera Utara. Hal seperti itu sangat penting dikarenakan dapat menjangkau lebih banyak nasabah dan juga dapat bersaing dengan bank-bank besar lainnya, meskipun bank Sumut Syariah sendiri merupakan bank daerah yang cakupannya lebih sempit dibanding dengan bank lainnya. Tetapi meskipun demikian, Bank Sumut Syariah memiliki target yang sama dengan bank lainnya dalam berlomba-lomba untuk meningkatkan dan memberikan pelayanan, fasilitas dan juga program- program yang dapat menarik minat dari para masyarakat dan nasabahnya.

Adapun penelitian terdahulu mengenai Analisis Perlakuan Pelayanan Nasabah Prioritas Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin, dalam skripsi Wiwit Kurnia Lestari, Institut Agama Islam Negeri Antasari, Banjarmasin mengatakan bahwa:

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa Penyebab adanya perlakuan pelayanan nasabah prioritas pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin: Nasabah prioritas adalah aset utama bank, karena apabila bank tidak mempunyai nasabah prioritas seperti bank-bank pada umumnya maka bank

tersebut bisa dikatakan bank yang tertinggal. Bank ingin membentuk citra atau image yang baik agar kepercayaan dan loyalitas nasabah meningkat.<sup>13</sup>

Adapun penelitian terdahulu menurut Skripsi Nurul Hidayatul Ummah, Jakarta, Syarif Hidayatullah, Jurusan Manajemen Dakwah, 2014, yang mengenai Strategi Pemasaran *Priority Banking Officer (PBO)* Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah *Priority* Pada PT Bank Syariah Mandiri mengatakan bahwa :

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran BSM *Priority* berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah baru BSM *Priority*. Hal ini dibuktikan dengan pertumbuhan nasabah *priority* pada PT Bank Syariah Mandiri yang menunjukkan pertumbuhan yang baik pada setiap tahunnya.<sup>14</sup>

Adapun penelitian terdahulu menurut Skripsi Reza Pratama, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan TA. 2019 yang mengenai Mekanisme dan Keuntungan Produk Tabungan Prioritas Yang Ditawarkan PT. Bank Sumut Syariah KCP Kisaran Kepada Nasabah mengatakan bahwa :

Dari hasil penelitian yang dilakukan, kesimpulan yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut, Dalam pembukaan tabungan Prioritas di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Pembantu Kisaran menetapkan saldo awal minimal sebesar Rp.200.000.000,- (dua ratus juta rupiah). Dan untuk setoran selanjutnya tidak dipatokan, akan tetapi apabila saldo tabungan nasabah prioritas dibawah Rp.200.000.000,- (dua ratus juta rupiah) dan dalam jangka waktu 3 (tiga) bulan saldo tabungan tidak bertambah, maka nasabah tersebut akan menjadi nasabah biasa serta semua fasilitas yang diberikan saat mejadi nasabah Prioritas akan dicabut.<sup>15</sup>

Adapun penelitian terdahulu menurut Skripsi Gusti Arifah, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan TA 2019 yang mengenai Analisis Strategi

---

<sup>13</sup> Wiwit Kurnia Lestari, Analisis Perlakuan Pelayanan Nasabah Prioritas Pada Bank BNI Syariah Kantor BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin, Pada Skripsi Institut Agama Islam Negeri Antasari, Banjarmasin 2016 M/1437 H, hlm 62.

<sup>14</sup> Nurul Hidayatul Ummah, Strategi Pemasaran *Priority Banking Officer (PBO)* Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah *Priority* Pada PT Bank Syariah Mandiri, *Skripsi Jakarta, Syarif Hidayatullah*, 2014. Hlm 78.

<sup>15</sup> Reza Pratama, "Mekanisme dan Keuntungan Produk Tabungan Prioritas Yang Ditawarkan PT. Bank Sumut Syariah KCP Kisaran Kepada Nasabah", *Skripsi UINSU*, 2019. Hlm 49.

Pemasaran *Priority Banking Officer* (PBO) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah *Priority* Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan yang mengatakan bahwa:

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian skripsi ini, maka peneliti membuat sebuah kesimpulan dari hasil penelitian ini, yaitu sebagai berikut, Bank Sumut Syariah juga memiliki strategi khusus dalam menjangkau nasabah *priority*, seperti: *Customer Is Our Family, Upgrade data, Referral, Priority Gathering, Direct Gift Collection Item*.<sup>16</sup>

Adapun penelitian terdahulu menurut Skripsi Ari Wardana Pulungan, IAIN

Padangsidempuan T.A 2019 yang mengenai Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan, mengatakan bahwa :

Berdasarkan pembahasan yang telah dikemukakan di dalam bab sebelumnya mengenai strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Padangsidempuan terhadap produk Tabungan Haji, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran produk Tabungan Haji yang dilakukan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Padangsidempuan adalah bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu dengan 4P (*Product, Price, Place, Promotion*).<sup>17</sup>

Adapun penelitian terdahulu menurut jurnal Hidayatina dan Mutia Siska, Jurnal JESKape, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Lhokseumawe Vol. 2 No. 1, Januari-Juni 2019 yang mengenai Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Pelayanan Nasabah *Priority* Bank Syariah Mandiri Cabang Lhokseumawe, mengatakan bahwa :

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian Jurnal ini dapat disimpulkan bahwa Tinjauan Ekonomi Syariah terhadap Pelayanan Nasabah *Priority* pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Lhokseumawe itu dibolehkan, karena atas

---

<sup>16</sup> Gusti Arifah, Skripsi, "Analisis Strategi Pemasaran *Priority Banking Officer* (PBO) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah *Priority* Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan", Skripsi UINSU, 2021, Hlm 65.

<sup>17</sup> Ari Wardana Pulungan, Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan, Skripsi IAIN Padangsidempuan, 2019, hlm 65.

dasar hadist Rasulullah SAW. BSM juga menerapkan prinsip-prinsip ekonomi syariah, yakni: ketauhidan, keadilan, amanah dan tolong menolong. Namun prinsip keadilan yang mereka anut adalah menempatkan hak sesuai dengan yang sudah diamanatkan yakni hak nasabah *priority* yang sudah dijanjikan pihak bank pada awal akad kerjasama itu dilakukan.<sup>18</sup>

Berdasarkan fenomena di atas, penulis ingin mengetahui bagaimana teknik dan strategi dari Bank Sumut cabang Syariah Padangsidempuan dalam upaya meningkatkan jumlah Nasabah *Priority* dan dapat memudahkan dalam bertransaksi, maka penulis membuat suatu penelitian dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran *Priority Banking Officer* (PBO) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah *Priority* Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padangsidempuan”**.

#### **B. Batasan Masalah**

Untuk menghindari kesalahan pembahasan penelitian ini dikarenakan pembahasannya cukup luas, maka perlu bagi peneliti membatasi permasalahan yang akan peneliti bahas. Adapun batasan masalah yang akan diteliti adalah hal yang terkait dengan **“Analisis Strategi Pemasaran *Priority Banking Officer* (PBO) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah *Priority* Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padangsidempuan”**.

#### **C. Batasan Istilah**

Di dalam penulisan ini, tentunya akan ditemukan banyaknya masalah, dan agar permasalahan tidak menyebar terlalu luas, maka dari itu penulis membuat batasan istilah terhadap penelitian ini sebagai berikut:

---

<sup>18</sup> Hidayatina dan Mutia Siska, “Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Pelayanan Nasabah *Priority Bank* Syariah Mandiri Cabang Lhokseumawe”, *Jurnal JESKape*, Vol. 2 No. 1, Januari-Juni 2019. Hlm 187.

1. Analisis merupakan kegiatan berpikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda komponen, hubungannya satu sama lain dan fungsi masing-masing dalam satu keseluruhan yang terpadu.<sup>19</sup> Analisis dalam penelitian ini adalah suatu kegiatan berfikir untuk menguraikan atau memecahkan suatu permasalahan terkait dengan strategi pemasaran *priority banking officer* (PBO) yang dilakukan di PT Bank Sumut Syariah sehingga masalah tersebut menjadi lebih sederhana dan masalah dapat diselesaikan.
2. Strategi merupakan usaha yang sangat strategis bagi perusahaan dalam mencapai tujuannya, untuk itu perusahaan dalam hal ini bank syariah harus mampu mempersiapkan strateginya dengan baik agar dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Dalam persiapan strategi pemasaran, bank syariah harus memperhatikan aspek-aspek penting diantaranya aspek produk, aspek harga, aspek promosi, aspek tempat, aspek proses dan aspek customer service.<sup>20</sup> Strategi dalam penelitian ini adalah suatu rencana yang disatukan luas, dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan suatu perusahaan dengan tantangan lingkungan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan itu dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.
3. Pemasaran merupakan suatu metode untuk mengenalkan keunggulan produk / jasa kepada calon konsumen untuk selanjutnya ditawarkan agar menarik calon

---

<sup>19</sup> Komaruddin, *Ensilopedia Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, Edisi ke 5, 2001).

<sup>20</sup> Budi Gautama Siregar, "Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah", *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra (JMAS)* Volume 2 Nomor 4, Agustus 2021. Hal. 254.

konsumen untuk menggunakan produk/jasa tersebut.<sup>21</sup> Pemasaran dalam penelitian ini adalah Bahwa pada dasarnya pemasaran itu memiliki terdapat konsep alat pemasaran taktis dan terkendali yang dilaksanakan secara terpadu untuk mendapatkan respon dari para pelanggannya.

4. *Priority banking Officer* adalah seorang pegawai yang bertugas sebagai *personal banker, financial advisor* dan *marketing officer* atas produk layanan kepada nasabah *priority*.<sup>22</sup> *Priority banking Officer* dalam penelitian ini adalah memiliki tugas dalam menambah dan juga mengelola nasabah *priority* untuk meningkatkan *growth* dana serta melakukan *one stop financial services* untuk meningkatkan *fee based income* oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.
5. Nasabah adalah banyaknya pihak atau orang yang menggunakan jasa Bank ataupun dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.<sup>23</sup> Nasabah dalam penelitian ini adalah banyaknya pihak atau orang yang menggunakan jasa PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, dirumuskan permasalahan yang ingin diteliti adalah:

---

<sup>21</sup>Hafid Usman, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online, *Pada Skripsi Manajemen Pemasaran Program Studi Manajemen Universitas Pelita Bangsa*, 2019, Hal. 9.

<sup>22</sup> Gusti Arifah, "Analisis Strategi Pemasaran *Priority Banking Officer* (PBO) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah *Priority* Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan", *Skripsi UINSU*, 2021, hlm 7.

<sup>23</sup> Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2104), hlm. 68.

1. Bagaimana strategi pemasaran *priority banking officer* dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah *priority* pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padangsidempuan?
2. Apa saja peluang dan tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi pemasaran *priority banking officer* dalam upaya meningkatkan nasabah *priority* pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padangsidempuan?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran *Priority Banking Officer* dalam meningkatkan jumlah nasabah *priority* pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui Peluang dan tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi pemasaran *Priority Banking Officer* terhadap peningkatan jumlah nasabah *priority* pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padangsidempuan

#### **F. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Untuk memperdalam pengetahuan peneliti dan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program strata satu (SI) pada studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan.

2. Bagi Perusahaan

Dapat menjadi sebuah pedoman untuk berbagai pihak yang terkait, khususnya untuk pihak Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padangsidempuan, dalam proses peningkatan pelayanan dan promosi yang berkualitas dan berprinsipkan atas dasar AlQur'an dan Hadist.

3. Lembaga Perguruan Tinggi, yaitu sebagai tambahan khazanah ilmu pengetahuan untuk kampus dan mahasiswa lainnya.
4. Akademisi, yaitu dapat menjadi tambahan khazanah ilmu pengetahuan dan referensi pembelajaran.
5. Pemerintah, yakni sebagai bahan evaluasi terhadap kinerja Lembaga keuangan dan penambahan wawasan.
6. Masyarakat, dapat menjadi sebuah pedoman bagi pihak yang terkait dalam proses penambahan ilmu, wawasan dan pengetahuan terkait pelayanan dan strategi promosi bank terhadap masyarakat maupun nasabah. Dan juga dapat menghasilkan rasa percaya dengan Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padangsidempuan, yakni dengan melalui kualitas pelayanan dan Strategi pemasarannya.

#### **G. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan ini bertujuan untuk mempermudah penulis untuk menyusun skripsi. Adapun penelitian ini disusun dalam Bab yaitu sebagai berikut:

**BAB I Pendahuluan**, membahas pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah yang berisikan tentang hal apa saja yang melatarbelakangi peneliti untuk melakukan penelitian terhadap judul peneliti. Batasan masalah yaitu membatasi masalah dalam penelitian yang berisikan tentang pertanyaan-pertanyaan mengenai penelitian. Rumusan masalah yang berisikan tentang rumusan-rumusan masalah

yang akan dibuat oleh peneliti. Batasan istilah yang berisikan tentang batasan batasan istilah yang akan dibuat oleh peneliti. Tujuan penelitian yaitu berisikan maksud atau tujuan dilakukannya penelitian yang merupakan jawaban dari rumusan masalah. Kegunaan penelitian yaitu berisikan manfaat dilakukannya penelitian. Dan sistematika pembahasan yang menerangkan isi dalam setiap bab.

**BAB II Landasan,** Teori yaitu berisikan mengenai kumpulan teori terdiri yang digunakan dalam pembuatan karya ilmiah. Dan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang akan membantu dalam penyusunan skripsi serta menjadi referensi peneliti.

**BAB III Metodologi Penelitian,** mengenai metodologi penelitian berisikan lokasi dan waktu, jenis penelitian, unit analisis/ subjek penelitian, sumber data, teknik pengelolaan dan analisis data, dan teknik pemeriksaan keabsahan data

**BAB IV Hasil Penelitian,** akan membahas mengenai gambaran objek penelitian, dan deskripsi data penelitian yang berisi tentang bagaimana sebenarnya analisis strategi pemasaran priority banking officer (PBO) Bank Sumut Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah prioritas (*Priority*) di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangidimpuan.

**BAB V Penutup,** merupakan kesimpulan penelitian yang berisi tentang hasil yang telah diperoleh dan saran-saran kepada peneliti. Selanjutnya terkait dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Landasan Teori

##### 1. Analisis

###### a. Pengertian Analisis

Analisis adalah Analisis merupakan teknik penelitian untuk memperoleh gambaran isi pesan komunikasi massa yang dilakukan secara objektif, sistematis, dan relevan secara sosiologis. Uraian dalam analisisnya boleh saja menggunakan tata cara pengukuran kuantitatif atau kualitatif, atau bahkan keduanya sekaligus.<sup>24</sup> Analisis merupakan suatu teknik penelitian untuk membuat rumusan kesimpulan-kesimpulan dengan mengidentifikasi karakteristik spesifik secara sistematis dan objektif dari suatu teks. Dalam tradisi penelitian komunikasi, analisis ini dilakukan melalui proses identifikasi dan telaah pesan-pesan yang tertuang dalam suatu teks.<sup>25</sup>

###### b. Kegunaan Dan Tujuan Analisis

Analisis digunakan untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang. Tidak hanya itu analisis juga dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi seperti Surat kabar, buku, puisi, lagu, cerita rakyat, lukisan, pidato, Surat, teater

---

<sup>24</sup>Zulkarimein Nasution, *Sosiologi Komunikasi Massa*, (Jakarta: Pusat Penelitian Universitas Terbuka, 2002), cet. 3, hlm. 32.

<sup>25</sup>Asep Saiful Muhtadi dan Maman Abd. Djaliel, *Metode Penelitian Dakwah* (Bandung: Cv. Pustaka Setia, 2003), h. 112.

bahkan novel dan lain sebagainya.<sup>26</sup> Adapun lima tujuan analisis, antara lain:<sup>27</sup>

- a) Menggambarkan isi komunikasi
  - b) Menguji hipotesis karakteristik-karakteristik suatu pesan
  - c) Membandingkan isi media dengan dunia nyata
  - d) Melalui image suatu kelompok tertentu dan masyarakat
  - e) Menciptakan titik awal terhadap studi efek media
- c. Langkah-langkah Dalam Analisis

Langkah-langkah dalam analisis yang harus dilakukan, yaitu :<sup>28</sup>

- a) Mengidentifikasi masalah
- b) Membuat hipotesis
- c) Studi literatur
- d) Mengidentifikasi dan memberi nama variabel
- e) Membuat defenisi operasional
- f) Memanipulasi dan mengontrol variabel
- g) Menyusun desain penelitian
- h) Mengidentifikasi dan menyusun alat observasi dan pengukuran
- i) Membuat kuesioner
- j) Melakukan analisis statistic
- k) Menggunakan komputer untuk melakukan analisis data

---

<sup>26</sup>Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT Rosdakarya, 2002), cet. 2, hlm. 89.

<sup>27</sup> Andi Bulaeng, *Metodologi Penelitian Komunikasi Kontemporer*, (Yogyakarta: Penerbit Andi Offset, 2004), hlm.171.

<sup>28</sup> Budi Gautama Siregar., *Metode penelitian ekonomi dan Bisnis* ,( CV. Merdeka Kreasi Group, cetakan ke-1, Desember 2021) hlm 27.

l) Menulis laporan hasil penelitian

d. Jenis – jenis model Analisis

Secara garis besar jenis - jenis model analisis itu diuraikan sebagai berikut:<sup>29</sup>

- a) Analisis Domain (*Domain analysis*)
- b) Analisis Taksonomi (*Taxonomy Analysis*)
- c) Analisis Komponensial (*Componential Analysis*)
- d) Analisis Tema Kultural (*Discovering Cultural Themes*)
- e) Analisa Komparasi Konstan (*Grounded Theory Research*)

## 2. Strategi

a. Pengertian Strategi

Menurut istilah strategi berasal dari kata *strategia* atau *strategies* dalam bahasa Yunani yang menggabungkan dua kata yaitu *stratos* yang artinya tentara dan *ago* yang artinya memimpin.<sup>30</sup>

Strategi adalah membantu perusahaan memilih dan mengelola usaha bisnisnya sehingga perusahaan akan tetap sehat walaupun peristiwa yang tidak diharapkan melanda bidang usaha atau lini produk tertentu.<sup>31</sup>

Analisis situasi strategi meliputi memenangkan pasar melalui perencanaan strategis berorientasi pasar, mengumpulkan informasi dan mengukur

---

<sup>29</sup> Sirajuddin Saleh, buku *Analisis Data Kualitatif*, (Penerbit: Pustaka Ramadhan, Bandung, Cetakan Pertama, Juni 2017), hlm 88.

<sup>30</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2015), hlm. 4.

<sup>31</sup>Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah* (Bandung, CV Pustaka Setia, 2013), hlm. 261.

permintaan pasar, mencari peluang dilingkungan pemasaran, menganalisis pasar konsumen. Dan perilaku pembeli, menganalisis pasar.

b. Fungsi Strategi

Menurut Sofyan Assauri pula, fungsi dari strategi yang dapat dilakukan agar tujuan terpenuhi secara efektif, yaitu:

- a) Sebagai alat mengkomunikasikan maksud dan tujuan kepada orang lain
- b) Mengkaitkan antara kelebihan perusahaan dengan peluang pasar untuk mendapatkan hasil maksimal.
- c) Dapat digunakan untuk memanfaatkan situasi keberhasilan yang didapatkan saat ini serta mencari tahu peluang yang bisa didapatkan di masa yang akan datang.
- d) Dapat menghasilkan sumber daya yang lebih banyak
- e) Untuk koordinasi aktivitas kedepannya untuk dapat mencapai tujuan perusahaan.
- f) Agar dapat memberikan tanggapan atas keadaan yang dihadapi perusahaan.<sup>32</sup>

c. Jenis-jenis Strategi

Ada beberapa jenis-jenis Strategi sebagai berikut:<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Sofyan Assauri, *Strategic Management Sustainable Competitive Advantages*, (Jakarta: Lembaga Management FEUI 2011) hlm. 7-8.

<sup>33</sup> Rachmat, *Manajemen Strategik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), hlm. 54.

- a) Strategi produksi, menetapkan hal-hal yang menjadi produk unggulan, produk kompetitif, produk baru, sesuai dengan kompetensi pokok yang dimiliki.
- b) Strategi pemasaran, menetapkan pasar yang akan digarap, kondisi pasar yang diinginkan, dan sebagainya.
- c) Strategi promosi, merupakan kelanjutan dari pemasaran dan produksi, yaitu promosi yang hendak diluncurkan, 26 media yang akan digunakan untuk promosi, dan sebagainya.
- d) Strategi keuangan, berkaitan dengan pendanaan serta ketersediaan dana, baik untuk produksi, pemasaran maupun bagian fungsional lainnya. Dari mana dana tersebut didapat dan cara penggunaannya.
- e) Strategi sumber daya manusia (SDM), merupakan strategi yang paling penting dan mencakup seluruh fungsi manajemen. Pemilihan SDM yang tepat dan berkompeten pada bidang yang tepat sangat diperlukan.
- f) Strategi fungsional, ialah berkaitan dengan pihak luar seperti supplier, konsultan, agen dan sebagainya dengan memerhatikan transparansi, kejujuran, dan keterbukaan.

#### d. Prinsip Strategi Pandangan Islam

Perlu diingat bahwa strategi harus dapat diterapkan dalam islam beberapa prinsip digunakan untuk membangun, antara lain:<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> A. Jajang W. Mahri, Dkk., *Ekonomi Pembangunan Islam*, Edisi Pertama, (Jakarta: Departemen Ekonomi Dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia, 2021), hlm. 441-446.

- a) Strategi yang selaras dengan *syari'at* Karena bersifat wajib
- b) Strategi yang selaras dengan kebutuhan
- c) Strategi Berdasarkan Prioritas
- d) Strategi yang Berkeadilan.
- e) Strategi berdasarkan *masalah* dan *mafsadah*

### 3. Pemasaran

#### a. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.<sup>35</sup>

Menurut *American Marketing Association* dalam Kotler dan Keller bahwa pemasaran ialah *marketing is an organization function and a set processes for creating communication and delivering value to customers and for managing customer relationship in ways that benefit the organization and its stakeholders*. Yaitu fungsi organisasi dan serangkaian proses dalam menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan dalam mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dengan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup>Irma Nilasari, dkk, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hlm. 124

<sup>36</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), h.68–69

Menurut Fandy Tjiptono, pemasaran yakni fungsi yang memiliki kontak paling besar dalam lingkungan *eksternal*, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan *eksternal*. tujuan dari sebuah pemasaran ialah untuk menarik perhatian pembeli dalam mengkonsumsi produk yang ditawarkan. oleh sebab itu, pemasaran memainkan peran penting dalam pengembangan sebuah strategi.<sup>37</sup>

b. Konsep Pemasaran

Beberapa konsep pemasaran diantaranya adalah:<sup>38</sup>

a) Kebutuhan, keinginan dan permintaan

Kebutuhan adalah syarat hidup dasar manusia, kebutuhan akan menjadi keinginan ketika diarahkan ke objek tertentu. Permintaan adalah keinginan akan produk-produk tertentu yang didukung oleh kemampuan untuk membayar.

b) Pasar sasaran, *positioning* dan segmentasi

Seorang pemasar jarang dapat memuaskan semua orang dalam satu pasar. Karenanya, pemasar memulai dengan membagi pasar ke dalam segmen-segmen. Mereka mengidentifikasi dan membuat profil dari kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin lebih menyukai bauran produk dan jasa yang beragam.

c) Penawaran dan merek

---

<sup>37</sup>Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, (Makassar: CV Sah Media, 2019), hal. 1

<sup>38</sup> Muhammad Yusuf Shaleh dan Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, (Makassar: Cv. Sah Media, 2019), hlm. 9-10.

Penawaran dapat berupa suatu kombinasi produk, jasa, informasi dan pengalaman. Merek adalah suatu penawaran dari sumber yang diketahui.

d) Nilai dan Kepuasan

Nilai mencerminkan sejumlah manfaat baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud dan biaya yang dipersepsikan oleh pelanggan. Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya dalam kaitannya dengan ekspektasi.

e) Saluran pemasaran

Untuk mencapai pasar sasaran, pemasar menggunakan tiga jenis saluran pemasaran yaitu saluran komunikasi, saluran distribusi dan saluran layanan.

f) Rantai pasokan (*Supply Chain*)

Rantai pasokan adalah saluran yang lebih panjang yang membentang dari bahan mentah hingga komponen sampai produk akhir dhantarkan ke pembeli akhir.

g) Persaingan

Persaingan mencakup semua penawaran dan produk substitusi yang ditawarkan oleh pesaing baik yang aktual maupun potensial, yang mungkin dipertimbangkan oleh seorang pembeli.

h) Lingkungan pemasaran

Lingkungan pemasaran terdiri dari lingkungan tugas (perusahaan, pemasok, *distributor*, *dealer* dan pelanggan sasaran) dan lingkungan

*demografis* (lingkungan, ekonomi, fisik, teknologi, politik-hukum dan sosial budaya).

c. Pemasaran dalam syariah

Pentingnya strategi pemasaran syariah dalam mengembangkan usaha disuatu perusahaan adalah agar tetap sejalan dengan syariah. Perlu kita ketahui pemasaran memegang peran yang bertujuan untuk dapat menjamin kelangsungan suatu usaha. Sebuah bisnis dengan hasil produk yang biasa saja dapat sukses karena strategi pemasaran yang tepat. Dengan demikian, penerapan sistem pemasaran syariah dengan berperan teguh pada nilai-nilai *Al-Qur'an* dan *As-sunnah*, Nabi Muhammad SAW sebagai teladan telah melakukan bisnis secara profesional. Landasan dan nilai-nilai tersebut yang menjadi suatu syariah dalam melakukan usaha yang adil, benar dan berkembang dikalangan masyarakat.<sup>39</sup> Sebagaimana firman Allah dalam Q.S *An-Nisa*" ayat 29 yaitu berbunyi:<sup>40</sup>

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*”

<sup>39</sup>Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, (Gramedia Widiasarana Indonesia: Grasindo, 2017), hlm.5

<sup>40</sup>Departemen Agama RI, *AL-Quran dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Jumanatul ALIART, 2005) hlm.84.

Ayat diatas tersebut menafsirkan bahwa Allah SWT melarang hamba-hambanya yang beriman memakan harta orang lain dengan cara yang batil, yaitu dimana melalui usaha yang tidak diakui oleh syariat, seperti cara riba, judi, korupsi, serta cara-cara lainnya yang termasuk ke dalam kategori tersebut dengan menggunakan berbagai macam tipuan dan pengelabuan. Sekalipun dengan lahiriahnya cara tersebut memakai cara yang diakui oleh hukum *syara'*, tetapi Allah lebih mengetahui bahwa sesungguhnya para pelakunya hanyalah semata-mata menjalankan riba, tetapi dengan cara tipu muslihat. Ayat diatas hanya memperbolehkan mencari harta dengan cara berniaga atau berjual beli dengan dasar kerelaan kedua belah pihak tanpa ada paksaan. Karena jual beli secara paksa tidak sah walaupun ada bayaran dan penggantian. Ayat ini menerapkan bagaimana menerapkan hendaknya cara peredaran harta kamu itu. Mentang-mentang semua harta benda adalah harta kamu bersama, tidaklah boleh kamu mengambilnya secara batil. Dengan jalan niaga itu beredarlah harta kamu, pindah dari satu tangan kepada tangan yang lain dalam garis yang teratur. Dan pokok utamanya adalah ridha, suka sama suka dalam garis yang halal.<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> Hamka, *Tafsir Al-Azhar*, (Jakarta: Pustaka Panjumas, 1983.), hlm. 25-26.

d. Nilai-nilai Pemasaran Syariah

Dalam syariah *marketing*, bisnis yang disertai keikhlasan semata-mata hanya untuk mencari ridha Allah, ada beberapa sifat yang membuat Nabi Muhammad berhasil dalam melakukan bisnis yaitu:<sup>42</sup>

- a) *Shiddiq* (jujur atau benar) dalam berdagang Nabi Muhammad selalu dikenal sebagai seorang pemasar yang jujur dan benar dalam menginformasikan produknya.
- b) *Amanah* (dapat dipercaya) sifat amanah dapat mendorong seseorang untuk lebih bertanggungjawab pada dirinya sendiri, lingkungannya dan masyarakat sekitarnya, karena akan berpengaruh kualitas seseorang dalam berhubungan muamalah. Sifat amanah memiliki unsur yang sangat kuat salah satunya adalah menepati janji, karena akan berdampak pada kepuasan dan kepercayaan pelanggan.
- c) *Tabligh* (menyampaikan) sifat ini merupakan seseorang yang menyampaikan informasi yang berbobot dan akurat dengan tutur kata yang sopan dan bisa diterima oleh masyarakat atau orang lain.
- d) *Fathanah* (cerdas) bijak dalam mengambil keputusan, khususnya dalam praktik bisnis atau pemasaran. Selain itu bijak juga disebut sebagai tidak pernah putus asa dan harus positif dalam menjalani proses pemasaran. Sesuai dengan pelaku bisnis yang sesuai dengan prinsip Islam seharusnya menganggap untung dan rugi dalam suatu aktifitas ekonomi adalah hal yang lumrah.

---

<sup>42</sup> Idris Parakkasi, Pemasaran Syariah Era Digital (Bogor: Lidan Bestari, 2020), 11–21

#### 4. *Priority Banking Officer (PBO)*

##### a. Pengertian *Priority Banking Officer*

*Priority Banking Officer* adalah seorang pegawai yang bertugas sebagai *personal banker*, *financial advisor* dan *marketing officer* atas produk layanan kepada nasabah *priority*.<sup>43</sup> *Priority Banking Officer* memiliki tugas dalam menambah dan juga mengelola nasabah *priority* untuk meningkatkan *growth* dana serta melakukan *one stop financial services* untuk meningkatkan *fee based income*. Oleh karena itu, Bank Sumut Syariah membuat sebuah layanan nasabah prioritas untuk dapat memuaskan nasabah dengan syarat dan ketentuan yang sudah ditetapkan oleh Bank Sumut Syariah.<sup>44</sup>

##### b. Kriteria Nasabah *Priority*

Kriteria untuk menjadi Nasabah *Priority* yaitu:

- a) Nasabah Perorangan yang menempatkan dananya di Bank Sumut Syariah dengan minimal nominal Rp. 250.000.000.
- b) Nasabah dari sebuah perusahaan yang jumlah aset perusahaan minimal Rp. 200.000.000.000.000,-. Maka karyawannya dapat menjadi nasabah *priority* dengan nominal Rp. 25.000.000,-

---

<sup>43</sup>Gusti Arifah, “Analisis Strategi Pemasaran *Priority Banking Officer (PBO)* Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah *Priority* Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan”, *Skripsi UINSU*, 2021, hlm 25.

<sup>44</sup>Reza Pratama, “Mekanisme dan Keuntungan Produk Tabungan Prioritas Yang Ditawarkan PT. Bank Sumut Syariah KCP Kisaran Kepada Nasabah”, *Skripsi UINSU*, 2019, hlm. 31.

- c) Nasabah dapat upgrade menjadi nasabah *priority* dengan syarat memenuhi ketentuan yang telah disebutkan sebelumnya.<sup>45</sup>
- c. Syarat Menjadi Nasabah *Priority*
- Persyaratan untuk menjadi nasabah *priority* yaitu:
- a) Mengisi aplikasi permohonan nasabah Bank Sumut Syariah *Priority*, baik nasabah baru maupun nasabah lama.
  - b) Mengisi formulir hak dan kewajiban antara nasabah dan Bank
  - c) Memenuhi kriteria Nasabah *Priority*.<sup>46</sup>
- d. Layanan *Priority* Dalam Perspektif Syariah

Dalam pandangan Islam yang dijadikan tolak ukur untuk menilai kualitas pelayanan terhadap konsumen yaitu standarisasi syariah. Islam mensyari'atkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum syara' dalam menjalankan setiap aktivitas ataupun memecahkan setiap permasalahan<sup>47</sup>. Didalam Islam tidak mengenal kebebasan berakidah ataupun kebebasan beribadah, apabila seseorang telah memeluk Islam sebagai keyakinan akidahnya, maka baginya wajib untuk terikat dengan seluruh syariah Islam dan diwajibkan untuk menyembah Allah SWT sesuai dengan cara yang sudah ditetapkan. Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa

---

<sup>45</sup>Gusti Arifah, "Analisis Strategi Pemasaran Priority Banking Officer (PBO) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Priority Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan", *Skripsi UINSU*, 2021, hlm 25.

<sup>46</sup> Gusti Arifah, "Analisis Strategi Pemasaran Priority Banking Officer (PBO) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Priority Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan", *Skripsi UINSU*, 2021, hlm 26.

<sup>47</sup> Hidayatina dan Mutia Siska, Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Pelayanan Nasabah Priority Bank Syariah Mandiri Cabang Lhokseumawe, *Jurnal JESKape* Vol.2 No. 1 januari-juni 2019, h. 181-183

barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini sesuai dengan Al-Qur'an surat *Al-Baqarah* ayat 267 yaitu :<sup>48</sup>

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ  
وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِكَافِرِينَ بِهِ إِلَّا أَن تَغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ  
اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.”*

Ayat tersebut menjelaskan kepada kita bahwa ada kewajiban untuk menafkahkan hasil dari usaha yang kita lakukan yaitu berupa nafkah yang baik lagi bermanfaat yang dihasilkan dari kerja yang halal. Disamping itu, kita harus memilih harta atau hasil usahayang baik agar barokah dan mendapatkan pahala dari Allah SWT. Jika dikaitkan dengan kualitas pelayanan, maka karyawan atau petugas yang bertanggung jawab dalam pelayanan harus bekerja dengan ikhlas dan sungguh- sungguh agar bisa memberikan hasil yang maksimal atau berkualitas terhadap nasabah/konsumen.

Dalam ekonomi Islam pelayanan merupakan sesuatu hal yang wajib dilakukan dalam sebuah perbankan, mengingat suatu usaha yang dibangun

---

<sup>48</sup> Departemen Agama RI, *AL-Quran dan Terjemahannya*, (Bandung: Syamil Cipta Media, 2019) hlm.20.

dalam bentuk jasa yang ditawarkan kepada siapa saja yang memberikan kontribusi dalam memajukan perbankan tersebut. Begitu halnya dengan pelayanan yang ekstra diberikan kepada para nasabah *priority* yang dimilikinya, karena sifatnya pertolongan yang sangat besar diberikan kepada pihak bank, maka sudah sewajarnya pihak bank memberikan balasan yang sebaik mungkin. Sebagaimana diketahui, pihak bank tidak secara khusus membedakan antara satu nasabah dengan nasabah lainnya, karena setiap nasabah itu sama- sama memberikan kontribusinya dalam perkembangan perbankan, hanya saja bagi nasabah yang memiliki nilai kontribusi lebih tinggi, maka akan memberikan keunggulan sebagai tanda membalas atas kontribusinya yang tinggi, dan untuk membalas jasa tersebut di dalam Islam dengan jelas mengungkapkan sebagaimana Rasulullah SAW bersabda: “Tidak dapat dikatakan mempunyai rasa syukur dengan Allah bagi siapapun apabila bagi siapa yang tidak tahu berterima kasih pada manusia.” HR. Abu Daud No. 4811 dan Tirmidzi No. 1954.

Jadi dapat saya simpulkan *Priority Banking Officer* (PBO) adalah seorang pegawai yang bertugas sebagai personal *banker*, *financial advisor* dan *marketing officer* atas produk layanan kepada nasabah *priority* oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan. *Priority Banking Officer* memiliki tugas dalam menambah dan juga mengelola nasabah *priority* untuk meningkatkan *growth* dana serta melakukan *one stop financial services* untuk meningkatkan *fee based income* oleh pihak PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan.

## 5. Nasabah

### a. Pengertian Nasabah

Nasabah menurut Komaruddin dkk dalam jurnal Budi Gautama Siregar adalah pihak yang memakai jasa bank. Budi Gautama Siregar menyebutkan bahwa nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan).<sup>49</sup> Nasabah menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah dan UUS.<sup>50</sup>

Jadi menurut defenisi jumlah dan nasabah diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian jumlah nasabah adalah banyaknya pihak atau orang yang menggunakan jasa Bank ataupun Unit Usaha Syariah. Dalam penelitian ini adalah banyaknya jumlah pihak atau orang yang menggunakan jasa Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan.

### b. Macam-macam Nasabah

Adapun macam-macam nasabah menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 adalah sebagai berikut:<sup>51</sup>

- a) Nasabah Penyimpan, yaitu nasabah yang menempatkan dananya di Bank Syariah dan atau UUS dalam bentuk simpanan berdasarkan akad antara Bank Syariah atau UUS dan Nasabah yang bersangkutan.

---

<sup>49</sup>Budi Gautama Siregar, "Pengaruh Promosi dan Lokasi Usaha Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi"ah Di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan", *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial dan Keislaman*, Volume. 02, No. 2, Desember 2016, hlm. 24.

<sup>50</sup>Undang Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, hlm. 142.

<sup>51</sup>Anit Sholih Harahap, "Strategi Tabungan Prioritas Bank Sumut Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Prioritas Di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan", *Skripsi Febi IAIN Padangsidimpuan 2020* hlm. 31.

- b) Nasabah investor, yaitu nasabah yang menempatkan dananya di Bank Syariah dan / atau UUS dalam bentuk investasi simpanan berdasarkan akad antara Bank Syariah atau UUS dan Nasabah yang bersangkutan.
  - c) Nasabah Penerima Fasilitas, yaitu nasabah yang memperoleh fasilitas dana atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan prinsip syariah.
- c. Strategi Meningkatkan Jumlah Nasabah

Strategi yang dapat dipakai dalam meningkatkan jumlah nasabah untuk produk tabungan prioritas Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan adalah strategi *marketing mix* yaitu *Product, Price, Promotion*. *Marketing mix* adalah kegiatan pemasaran dengan menggunakan variabel *marketing* untuk mencapai tujuannya.<sup>52</sup>

- d. Loyalitas Nasabah dalam Islam

Dalam Islam, loyalitas disebut juga *al-wala' Wala'* adalah kata *mashdar* dari *fi'il 'waliya*. *Al-wala'* menurut istilah adalah *al-walayah* yang berarti: *An Nushrah* (pertolongan), *Al-Muhabbah* (kecintaan), *Al-Ikram* (penghormatan), *Al-Ihtiram* (penghargaan), dan tetap bersama orang-orang yang dicintai secara lahir. Sedangkan makna kata *al-bara'* menurut istilah adalah *al-bu'du* (jauh), *al-khalash* (lepas) dan *al 'adawah* (permusuhan) setelah diberikan pernyataan (alasan) dan peringatan.<sup>53</sup>

---

<sup>52</sup>Ita Nurkholifah, "Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah", *Jurnal Khatulistiwa-Journal Of Islamic Studies*, Volume 04, No 1, Maret 2017, hlm. 78.

<sup>53</sup>Muhammad Said Al-Qathani, *Al-Wala' Wal-Bara': Konsep Loyalitas dan Permusuhan dalam Islam*, (Jakarta: Ummul Qura, 2013), hlm. 104-105.

Al-Qur'an memberi petunjuk agar dalam bisnis tercipta hubungan yang harmonis, saling ridho, dan tidak ada unsur eksploitasi. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surah *An-Nisaa'* ayat 29 yaitu:<sup>54</sup>

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ ؕ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ؕ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*” (Q.S. *An-Nisaa/4: 29*)

Ayat tersebut menjelaskan tentang bagaimana menjalin hubungan baik dalam melakukan perniagaan dengan suka sama suka dan penuh keridhaan antara pedagang dan konsumen. Konsumen akan lebih menyukai pengalaman berinteraksi dengan pedagang yang sopan dan ramah dalam menghadapi pembeli daripada pedagang yang angkuh. Kepuasan konsumen yang diperoleh dari pengalaman menyenangkan saat berbelanja, akan membuat konsumen loyal sehingga kembali berbelanja di tempat itu.

## **6. Analisis Strategi Pemasaran *Priority Banking Officer (PBO)* Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah *Priority***

Nasabah prioritas adalah layanan perbankan untuk nasabahnya yang menginginkan layanan prioritas. Sedangkan bank Sumut Syariah *Priority* merupakan model layanan *ritel* (perorangan) untuk segmen pasar menengah

---

<sup>54</sup> KEMENAG RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Banten: Kementrian Agama RI, 2012). Q.S. *An-Nisaa/4: 29*.

atas yang memiliki simpanan dana di bank dengan saldo minimum sebesar Rp. 250.000.000 yang telah ditetapkan oleh Bank Sumut Syariah. Dan setiap nasabah akan dilayani secara khusus oleh *Priority Banking Officer* (PBO), baik layanan financial maupun non financial.<sup>55</sup> Menurut Sony dan Muslimah menjelaskan bahwa “Nasabah prioritas merupakan seseorang yang memiliki rekening dan volume transaksi dalam jumlah yang cukup besar disebuah bank”.

Jadi dapat saya simpulkan Nasabah *priority* yaitu nasabahnya yang terdaftar dan memenuhi persyaratan tertentu dan nasabah bank yang mendapatkan pelayanan khusus seperti bebas antri, gratis *executive lounge* bandara, ruangan prioritas, *pick up* setoran, konsultasi keuangan syariah, layanan *fardhu kifayah*, *discount merchant*, *special gift*, *birthday gift*, *executive even invitation*, *welcoming pack* dan lain sebagainya.

Dalam Skripsi Ari Wardana Pulungan yang berjudul, Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan mengatakan bahwa:

Strategi yang dilakukan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidimpuan adalah dengan menggunakan konsep bauran pemasaran yaitu dengan 4P (*Product, Price, Promotion, Place*) dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji maupun tabungan yang lain.<sup>56</sup>

---

<sup>55</sup>Surat Edaran Bank Indonesia, Standar Prosedur Operasional (SPO) No. DokumenSPOO/PHD/I.PB/ 02, Revisi 3, (Tanggal 29 Juni 2012), h. 1

<sup>56</sup>Ari Wardana Pulungan, Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan, *Skripsi IAIN Padangsidimpuan*, 2019, hlm. 63.

Dalam penelitian lain, skripsi Romi Ahmad Sanusi Harahap dengan judul, Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Di BMT. Insani Sadabuan Kota Padangsidempuan menyatakan bahwa:

Hasil penelitian menunjukkan bahwa BMT Insani Sadabuan menggunakan marketing mix dalam strategi pemasarannya meningkatkan jumlah nasabah. Yang pertama produk, produk yang ditargetkan sangat beragam. Yang kedua harga, penetapan nisbah dalam BMT Insani Sadabuan adalah sesuai dengan kesepakatan antara pihak BMT Insani dengan nasabah. Yang ketiga promosi, promosi yang dilakukan pihak BMT Insani Sadabuan adalah dengan mengajak nasabah secara langsung nasabah yang datang ke BMT maupun masyarakat untuk menabung di BMT. Yang keempat tempat, lokasi BMT Insani Sadabuan sudah sangat strategis, karena terletak di Pasar Inpress Sadabuan, jadi nasabah akan mudah melakukan transaksi.<sup>57</sup>

Dalam penelitian lain, Jurnal Budi Gautama Siregar, dengan judul Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Mahamah Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan menyatakan bahwa:

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Promosi sangat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Namun dalam penelitian ini ditemukan hasil bahwa promosi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah. Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Winda yang menyatakan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk melakukan deposito.<sup>58</sup>

Berdasarkan penjelasan teori dan penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh bank adalah strategi reversal. Yakni, dimana strategi ini adalah strategi yang dilakukan atas dasar

---

<sup>57</sup>Romi Ahmad Sanusi Harahap, “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di BMT Insani Sadabuan Kota Padangsidempuan” (Skripsi IAIN Padangsidempuan, 2016), hlm. 85.

<sup>58</sup>Budi Gautama Siregar, “Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Mahamah Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan”, *Jurnal Penelitian Ilmu Sosial Dan Keislaman*, Vol. 4, No. 1, (Januari, 2018).

kepercayaan satu nasabah dan dengan suka rela membagikan informasi dan promosi ke nasabah ataupun ke saudara dan orang lainnya secara sukarela. Sehingga, semakin banyak nasabah yang tahu, akan meningkatkan kampanye secara langsung ditengah kalangan nasabah dan juga masyarakat dan otomatis akan menambah jumlah nasabah prioritas itu sendiri.

## 2 Penelitian Terdahulu

Tujuan mencantumkan kajian terdahulu adalah untuk menunjukkan penelitianterdahulu yang relevan dengan penelitian yang memiliki persamaan dengan yang diteliti, letak perbedaannya dengan yang akan diteliti sehingga jelas posisi permasalahan yang akan diteliti. Berikut ini beberapa penelitian yang mendahului penelitian ini dan memiliki keterkaitan dengan penelitian ini:

**Tabel II. 1. Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Budi Gautama Siregar, (Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra (JMAS) 2021). <sup>59</sup>	Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Strategi pemasaran tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah pada masyarakat Kelurahan Aek Tampang Kec. Padangsidimpuan Selatan, sedangkan pengetahuan berpengaruh terhadap

<sup>59</sup> Budi Gautama Siregar, Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah, *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra (JMAS)* Volume 2 Nomor 4, Agustus 2021.

			keputusan menjadi nasabah bank syariah pada masyarakat Kelurahan Aek Tampang Kec. Padangsidempuan Selatan
2.	Dexi Triadinda, Universitas Buana Perjuangan Karawang, (Jurnal <i>Equilibria Pendidikan</i> Vol. 7, No. 2, 2022). <sup>60</sup>	Pengaruh Layanan Prioritas Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BTN Prioritas Cabang Malang.	Hasil penelitian ini memaparkan bahwa, Kualitas Pelayanan menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Demikian pula pada variable X2 Kualitas Produk juga memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Nasabah. Secara simultan Kualitas pelayanan, dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah.
3.	Budi Gautama Siregar, (FITRAH Jurnal Kajian Ilmu-ilmu Keislaman Juni 2017 IAIN Padangsidempuan) <sup>61</sup>	Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa strategi Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dalam menciptakan keunggulan bersaing dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah adalah dengan menerapkan strategi

<sup>60</sup> Dexi Triadinda, Pengaruh Layanan Prioritas Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BTN Prioritas Cabang Malang. Universitas Buana Perjuangan Karawang, *Jurnal Equilibria Pendidikan* Vol. 7, No. 2, 2022.

<sup>61</sup> Budi Gautama Siregar, Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan, *Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, Vol.03 No 1 Juni 2017.

			fokus, diantaranya adalah dengan bagi hasil pembiayaan yang lebih murah dibandingkan dengan perbankan syariah lainnya maupun dengan bank konvensional, menerapkan sistem jaringan online sehingga memudahkan pelayanan kepada pelanggan dan menyediakan kendaraan operasional melalui mobile branch yakni layanan yang dilakukan dengan menjumpai nasabah secara langsung.
4.	Johannes, dkk, (Jurnal Manajemen Pemasaran Modern, Vol.1, No.1, Januari-Juni 2009 Universitas Jambi, Kampus Unja Pinang Masak). <sup>62</sup>	Analisis Kepuasan Nasabah Prioritas Berdasarkan Bauran Pemasaran (Kasus Pada PT. Bank Central Asia, Tbk Kantor Cabang Utama Jambi)	Dari hasil penelitian atas tiga jenis Nasabah dapat disimpulkan sebagai berikut. <i>Nasabah telah merasa puas akan penerapan bauran pemasaran pada atribut Product, Place, Promotion, People, Process dan Physical Evidence. Penerapan Price khususnya pembebanan biaya penalti belum cukup memuaskan nasabah, sehingga perlu konsentrasi untuk perbaikan pada penerapan variabel tersebut.</i>

<sup>62</sup> Johannes, dkk, "Analisis Kepuasan Nasabah Prioritas Berdasarkan Bauran Pemasaran (Kasus Pada PT. Bank Central Asia, Tbk Kantor Cabang Utama Jambi)", *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, Vol.1, No.1, Januari-Juni 2009.

5	Nurul Hidayatul Ummah, (Skripsi Jakarta, Syarif Hidayatullah, Jurusan Manajemen Dakwah, 2014). <sup>63</sup>	Strategi Pemasaran Priority Banking Officer (PBO) DalamUpaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Priority Pada PT Bank Syariah Mandiri	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran BSM <i>Priority</i> berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah baru BSM <i>Priority</i> . Hal ini dibuktikan dengan pertumbuhan nasabah <i>priority</i> pada PT Bank Syariah Mandiri yang menunjukkan pertumbuhan yang baik pada setiap tahunnya.
6	Harries Madiistriyatno, (jurnal Sekolah Tinggi Manajemen IMMI, Indonesia JSHP VOL. 5, NO. 2 2021). <sup>64</sup>	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Kerelasian, dan Promosi terhadap Kepuasan Nasabah Prioritas Bank Mandiri KC Banjarmasin	Dalam penelitian ini, Kualitas Pelayanan menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Kualitas Kerelasian juga memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Nasabah. Variabel Promosi juga berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Nasabah. Secara keseluruhan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Kerelasian, dan Promosi secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah. Karena

<sup>63</sup> Nurul Hidayatul Ummah, Strategi Pemasaran Priority Banking Officer (PBO) DalamUpaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Priority Pada PT Bank Syariah Mandiri, *Skripsi Jakarta, Syarif Hidayatullah*, 2014.

<sup>64</sup> Harries Madiistriyatno, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Kerelasian, dan Promosi terhadap Kepuasan Nasabah Prioritas Bank Mandiri KC Banjarmasin ,jurnal Sekolah Tinggi Manajemen IMMI, Indonesia JSHP VOL. 5, NO. 2, 2021.

			<p>penelitian difokuskan pada variabel Kualitas Pelayanan, Kereliasian, Promosi, dan Kepuasan Nasabah, khususnya nasabah Bank Mandiri KC Banjarmasin, maka peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel bebas lain yang diasumsikan bisa memengaruhi Kepuasan Nasabah, atau dengan mengubah cakupan subjek studi, misalnya pada lembaga keuangan nonbank. Penelitian ini juga memiliki implikasi manajerial.</p>
7.	<p>Reza Pratama, (Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan TA. 2019).<sup>65</sup></p>	<p>Mekanisme dan Keuntungan Produk Tabungan Prioritas Yang Ditawarkan PT. Bank Sumut Syariah KCP Kisaran Kepada Nasabah.</p>	<p>Dari hasil penelitian yang dilakukan, kesimpulan yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut, Dalam pembukaan tabungan Prioritas di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Pembantu Kisaran menetapkan saldo awal minimal sebesar Rp.200.000.000,- (dua ratus juta rupiah). Dan untuk setoran selanjutnya tidak dipatokan, akan tetapi apabila saldo tabungan nasabah prioritas dibawah Rp.200.000.000,- (dua ratus juta rupiah) dan</p>

<sup>65</sup> Reza Pratama, "Mekanisme dan Keuntungan Produk Tabungan Prioritas Yang Ditawarkan PT. Bank Sumut Syariah KCP Kisaran Kepada Nasabah", *Skripsi UINSU*, 2019.

			dalam jangka waktu 3 (tiga) bulan saldo tabungan tidak bertambah, maka nasabah tersebut akan menjadi nasabah biasa serta semua fasilitas yang diberikan saat menjadi nasabah Prioritas akan dicabut.
8.	Gusti Arifah, (Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan TA 2019) <sup>66</sup>	Analisis Strategi Pemasaran <i>Priority Banking Officer</i> (PBO) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Priority Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan.	Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian skripsi ini, maka peneliti membuat sebuah kesimpulan dari hasil penelitian ini, yaitu sebagai berikut, Bank Sumut Syariah juga memiliki strategi khusus dalam menjaring nasabah priority, seperti: Customer Is Our Family, Upgrade data, Referral, Priority Gathering, Direct Gift (Collection Item).
9.	Hidayatina dan Mutia Siska (Jurnal JESKape, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Lhokseumawe Vol. 2 No. 1, Januari-Juni 2019). <sup>67</sup>	Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Pelayanan Nasabah Priority Bank Syariah Mandiri Cabang Lhokseumawe.	Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian Jurnal ini dapat disimpulkan bahwa Tinjauan Ekonomi Syariah terhadap Pelayanan Nasabah Priority pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Lhokseumawe itu dibolehkan, karena

<sup>66</sup> Gusti Arifah, Skripsi, "Analisis Strategi Pemasaran Priority Banking Officer (PBO) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Priority Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan", *Skripsi UINSU*, 2021.

<sup>67</sup> Hidayatina dan Mutia Siska, "Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Pelayanan Nasabah Priority Bank Syariah Mandiri Cabang Lhokseumawe", *Jurnal JESKape*, Vol. 2 No. 1, Januari-Juni 2019.

			atas dasar hadist Rasulullah SAW. BSM juga menerapkan prinsip-prinsip ekonomi syariah, yakni: ketauhidan, keadilan, amanah dan tolong menolong. Namun prinsip keadilan yang mereka anut adalah menempatkan hak sesuai dengan yang sudah diamanatkan yakni hak nasabah priority yang sudah dijanjikan pihak bank pada awal akad kerjasama itu dilakukan.
10.	Ita Nurkholifah, (Jurnal Khatulistiwa – Journal Of Islamic Studies IAIN Pontianak Volume 4 Nomor 1 Maret 2014) <sup>68</sup>	Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah.	Dari paparan di atas dapat disimpulkan bahwa Strategi marketing mix syariah merupakan suatu strategi/cara dalam menerapkan 4 P, yang terdiri dari produk, harga, promosi dan saluran pemasaran (tempat) suatu usaha yang di kelola oleh pebisnis.
11.	Dede Rahmatu Zahra, Jurnal Universitas Islam Sultan Maulana Hasanuddin, Banten, (Jumek: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Prioritas Bank BJB Syariah Cabang Serang.	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan mengenai Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

<sup>68</sup> Ita Nurkholifah, “Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah”, *Jurnal Khatulistiwa-Journal Of Islamic Studies*, Volume 04, No 1, Maret 2017.

	Vol.1, No.3 Juli2023). <sup>69</sup>		Prioritas Bank BJB Syariah cabang Serang. Kesimpulan dari hasil pengolahan data yang diambil dari 55 responden dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan Bank BJB Syariah cabang Serang relatif tinggi, hal ini mempengaruhi kepuasan nasabah prioritas sebesar 87%, sehingga dalam hal ini perbankan syariah cukup baik dalam memberikan pelayanan. jasa. layanan kepada pelanggan.
12.	Devi Novitasari, (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS) Volume 2, Nomor 4, Agustus 2022). <sup>70</sup>	Analisis Strategi Pemasaran Tabungan Hijrah Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Nganjuk.	Simpulan hasil riset ini adalah perencanaan strategi pemasaran tabungan iB Hijrah Haji di masa pandemi dalam meningkatkan jumlah nasabahnya adalah dengan menambah channel pemasaran yaitu bekerjasama dengan KBIH dan pereferal. Selain itu di masa pandemi Bank Muamalat menekankan promosi melalui digitalisasi. Untuk pengimplementasian

<sup>69</sup> Dede Rahmatu Zahra, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Prioritas Bank BJB Syariah Cabang Serang. Jurnal Universitas Islam Sultan Maulana Hasanuddin, Banten, *Jumek: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif Vol.1, No.3 Juli2023* .

<sup>70</sup> Devi Novitasari, Analisis Strategi Pemasaran Tabungan Hijrah Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Nganjuk ,*Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS) Volume 2, Nomor 4, Agustus 2022.*[

			<p>strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah yaitu melakukan sosialisasi baik dengan metode personal selling, yaitu dengan mendatangi nasabah secara langsung maupun melalui direct selling yaitu melakukan presentasi ke komunitas-komunitas islam. Dan personal selling adalah metode strategi promosi yang dinilai paling efektif, menawarkan produk kepada nasabah existing dan organisaasi islam, dewan masjid, dan pondok-pondok, menyebarkan brosur, pamflet, dan leaflet, melakukan pemasaran via telepon by wa blast fitur m-banking, dan media sosial.</p>
--	--	--	---

Berikut perbedaan dan persamaan penelitian skripsi saya dengan penelitian terdahulu yaitu:

- a. Budi Gautama Siregar, Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra (JMAS) 2021 :  
 Persamaan penelitian terdahulu yang diteliti yakni mengenai strategi Pemasaran dan fokus diteliti terhadap nasabah, Perbedaan penelitian terdahulu yang diteliti yaitu Hasil penelitian ini menemukan bahwa strategi pemasaran tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pada bank syariah

sedangkan hasil penelitian dari peniliti strategi pemasaran dapat berpengaruh terhadap nasabah dan metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif.

- b. Dexi Triadinda, Universitas Buana Perjuangan Karawang, Jurnal *Equilibria Pendidikan* Vol. 7, No. 2, 2022 : Persamaan penelitian terdahulu yang diteliti yakni mengutamakan kepuasan nasabah, kualitas produk dan pelayanan nasabah prioritas. Perbedaan penelitian terdahulu yang diteliti yaitu metode penelitian dan lokasi penelitian di Bank BTN Cabang Malang.
- c. Budi Gautama Siregar, Jurnal *Kajian Ilmu-ilmu Keislaman* Juni 2017 IAIN Padangsidempuan : Persamaan penelitian terdahulu yang diteliti yakni tempat penelitian yang sama di Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Perbedaan penelitian terdahulu yang diteliti yaitu pelayanan kepada pelanggan dan menyediakan kendaraan operasional melalui *mobile branch* yakni layanan yang dilakukan dengan menjumpai nasabah secara langsung .
- d. Johannes, dkk, Jurnal *Manajemen Pemasaran Modern*, Universitas Jambi, Kampus Unja Pinang Masak, Januari-Juni 2009 : Persamaan penelitian terdahulu yang diteliti yakni mengenai nasabah prioritas, Perbedaan peneliti terdahulu yang diteliti yaitu tempat penelitiannya di PT. Bank Central Asia, Tbk Kantor Cabang Utama Jambi dan penerapan bauran pemasaran pada atribut *Product, Place, Promotion, People, Process* dan *Physical Evidence*. Penerapan *Price* khususnya Nasabah telah merasa puas.
- e. Nurul Hidayatul Ummah, Skripsi Jakarta, Syarif Hidayatullah, Jurusan Manajemen Dakwah, 2014 : Persamaan penelitian terdahulu yang diteliti yakni

mengenai sama menggunakan Strategi Pemasaran Priority Banking Officer (PBO) Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Priority. Perbedaan Perbedaan peneliti terdahulu yang diteliti yaitu metode penelitian dan lokasi penelitian.

- f. Harries Madiistriyatno, jurnal Sekolah Tinggi Manajemen IMMI, Indonesia JSHP VOL. 5, NO. 2 2021 : Persamaan penelitian terdahulu yang diteliti yakni mengenai kepuasan nasabah, kualitas produk dan pelayanan nasabah prioritas. Perbedaan peneliti terdahulu yang diteliti yaitu metode penelitian dan lokasi penelitian metode penelitian dan lokasi penelitian di Bank Mandiri KC Banjarmasin.
- g. Reza Pratama, Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan TA. 2019 : Persamaan penelitian terdahulu yang diteliti yakni mengenai Prioritas dan instansi penelitian yang sama. Perbedaan peneliti terdahulu yang diteliti yaitu nasabah prioritas di PT. Bank Sumut Syariah KCP Kisaran yaitu persyaratannya yang mengharuskan untuk menyediakan uang tunai minimal Rp. 200 juta sedangkan di PT. Bank Sumut Syariah KCP Padangsidempuan harus menyediakan uang tunai sebesar 250 juta .Dan masyarakat di daerah tersebut tidak banyak yang mengetahui apa-apa saja keuntungan yang didapat dengan menjadi nasabah prioritas di PT. Bank Sumut Syariah tersebut.
- h. Gusti Arifah, Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan TA 2019 : Persamaan penelitian terdahulu yang diteliti yakni mengenai Analisis Strategi Pemasaran *Priority Banking Officer* (PBO) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah *Priority*. Perbedaan peneliti terdahulu yang diteliti yaitu menggunakan

metode *Bellow The Line* (BTL), seperti program bonus/hadiah, event, pembinaan konsumen dan lain sebagainya.), dari metode tersebut peneliti menambah suatu metode sebagai pembeda di PT. Bank Sumut syariah KCP Padangsidempuan juga memiliki strategi khusus dalam menjaring nasabah priority, seperti: *Customer Is Our Family, Upgrade data, Referral, Priority Gathering, Direct Gift (Collection Item)*.

- i. Hidayatina dan Mutia Siska, Jurnal JESKape, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Lhokseumawe, 2019 : Persamaan penelitian terdahulu yang diteliti yakni mengenai Pelayanan Nasabah Priority. Perbedaan peneliti terdahulu yang diteliti yaitu tempat penelitiannya Bank Syariah Mandiri Cabang Lhokseumawe dan Pada Penelitian terdahulu ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yaitu studi lapangan yang merupakan metode untuk menemukan secara spesifik dan realitas tentang apa yang sedang terjadi pada suatu saat ditengah-tengah masyarakat sebagai pembedanya metode tersebut peneliti menambah suatu metode sebagai pembeda di PT. Bank Sumut syariah KCP Padangsidempuan juga memiliki strategi khusus dalam menjaring nasabah priority, seperti: *Customer Is Our Family, Upgrade data, Referral, Priority Gathering, Direct Gift (Collection Item)* .
- j. Ita Nurkholifah, Jurnal Khatulistiwa – Journal Of Islamic Studies IAIN Pontianak ,2014 : Persamaan penelitian terdahulu yang diteliti yakni mengenai Strategi Marketing dan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Perbedaan penelitian terdahulu yaitu mengenai strategi yang digunakan dalam memasarkan produk yaitu *Marketing mix* sedangkan yang diteliti strategi yang

digunakan dengan cara mendatangi calon nasabah langsung dengan menawarkan produk dan mengandalkan brosur untuk pengenalan kepada nasabah.

- k. Dede Rahmatu Zahra, Jurnal Universitas Islam Sultan Maulana Hasanuddin, Banten, Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif Vol.1, No.3 Juli 2023 : Persamaan penelitian terdahulu yang diteliti yakni mengutamakan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Prioritas. Perbedaan penelitian terdahulu yaitu Objek penelitian dan lokasi tempat penelitian di Bank BJB Syariah Cabang Serang.
- l. Devi Novitasari, Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS) Volume 2, Nomor 4, Agustus 2022 : Persamaan penelitian terdahulu yang diteliti yaitu mengutamakan strategi pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah dan metode penititan kualitatif. Perbedaan penelitian terdahulu yaitu Objek penelitian dan lokasi tempat penelitian di Bank Muamalat KCP Nganjuk.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi Dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada PT Bank Sumut Syariah, yang terletak kecamatan Padangsidempuan Utara, Kota Padangsidempuan, Sumatera Utara 22711, Indonesia, Telp. (0634)23011. Untuk waktu penelitiannya dilaksanakan pada Bulan Februari sampai Oktober 2023.

#### **B. Jenis Penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian yang bersifat deskriptif - kualitatif. Fokusnya yaitu penggambaran secara *universal* tentang bentuk, fungsi dan juga makna. Dalam hal ini tentang suatu gambaran definisi jenis dan kriteria mengenai nasabah *priority* tentang strategi pemasarannya, hal tersebut sesuai dengan pendapat Bongdan dan Taylor yang menyebutkan “metodologi kualitatif” sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif tentang kata-kata tertulis ataupun berupa lisan dari orang - orang dan juga perilaku yang dapat diamati dan diperhatikan. Dapat dikatakan, penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dikarenakan penelitiannya yang tidak mengadakan perhitungan. Dan penelitian kualitatif dipaparkan sebagai salah satu penelitian yang temuan-temuannya didapatkan tanpa menggunakan prosedur statistik atau jenis hitungan lainnya dan berfungsi untuk mengungkapkan fenomena secara holistik-kontekstual melalui penghimpunan data melalui latar alami dengan mengutamakan diri peneliti sebagai

instrument inti. Tahapan dan artinya berlandaskan perspektif subjek lebih diperlihatkan dalam penelitian kualitatif.<sup>71</sup>

Setiap penelitian kualitatif diwajibkan memiliki modal teori dan wawasan yang besar sehingga dapat bertanya, menganalisis dan mengaplikasikan objek yang sedang diteliti cakupannya akan menjadi lebih besar. Penelitian kualitatif yakni sebuah penelitian yang mengutamakan dimensi penalaran secara mendalam mengenai sebuah perkara dibandingkan dengan mengamati sebuah permasalahan untuk penyamarataan penelitian<sup>72</sup>.

### C. Subjek dan Objek Penelitian

#### a. Subjek

Subjek penelitian merupakan sebuah tempat variabel melekat.<sup>73</sup> Subjek penelitian ini adalah tempat dimana data didapatkan yang nantinya akan digunakan sebagai variabel penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah *Priority Banking Officer* PT Bank Sumut Syariah.

Dalam menentukan subjek penelitian, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah suatu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu atau seleksi khusus.<sup>74</sup> Mengingat subjek yang terbatas pengetahuannya secara mendetail tentang Strategi pemasaran *priority banking Officer* (PBO), maka peneliti mengambil sebagian subjek penelitian

---

<sup>71</sup>Eko Sugiarto, *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan tesis*, (Yogyakarta: Suaka Media, 2015), hal. 8

<sup>72</sup>Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Medan: FEBI UINSU PRESS, 2016), h. 4

<sup>73</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: RinekaCipta, 2006), h. 15

<sup>74</sup>Budi Gautama Siregar dan Ali Hardana, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (Medan: CV. Merdeka Kreasi Group, 2021), hlm. 100.

sebagai informan di PT Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan sebanyak 4 informan, yaitu *Teller*, *Customer Service*, *Back Office* dan sebanyak 1 orang nasabah *priority*.

b. Objek

Objek penelitian merupakan sebuah masalah atau konflik yang sedang diteliti. Objek penelitian yakni sebuah symbol dari seseorang. Objek maupun aktivitas yang memiliki bentuk tertentu yang ditentukan oleh sebuah peneliti agar dipahami dan selanjutnya diambil kesimpulan<sup>75</sup>. Dan yang menjadi obyek dari penelitian ini yakni analisis strategi pemasaran *priority banking* PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padangsidempuan.

#### D. Sumber Data

Dalam sebuah penelitian ada dua jenis data yang diperlukan, yaitu data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer dan sekunder.

- a. Data primer merupakan sebuah data yang didapatkan dari sumber pertama, dari individu seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti.<sup>76</sup> Dalam penelitian ini penulis memperoleh data langsung dari PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padangsidempuan, dengan wawancara, observasi, dokumentasi secara langsung kepada *Priority Banking Officer* Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padangsidempuan.

---

<sup>75</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 38

<sup>76</sup> Dergibson Siagian Sugiarto, *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm. 16

- b. Data sekunder ialah sebuah data yang diperoleh dari pihak lain, yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak lain yang digunakan oleh penulis untuk memberikan gambaran tambahan, gambaran pelengkap, ataupun untuk diproses dengan lebih lanjut<sup>77</sup>.

Dalam penulisan ini, penulis mengutip dari buku-buku, majalah, internet dan lain sebagainya yang berisikan informasi mengenai *Priority Banking* Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padangsidempuan.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah sebuah tahapan-tahapan yang bisa digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data dimaksudkan sebagai sebuah informasi yang diperoleh dari pengukuran- pengukuran tertentu untuk dijadikan sebagai dasar untuk merangkai argumentasi logis menjadi fakta. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan merupakan:

1. Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan ilmiah empiris yang berdasarkan fakta-fakta lapangan maupun teks, melalui pengalaman panca indra tanpa menggunakan manipulasi apapun.<sup>78</sup> Dan juga dapat dilakukan dengan tes, kuisisioner, rekaman gambar dan rekaman suara. Dalam hal ini peneliti terjun langsung dan melakukan observasi ke PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padangsidempuan, untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padangsidempuan dalam upaya

---

<sup>77</sup>Dergibson Siagian Sugiarto, *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*, hlm. 17

<sup>78</sup>Hasyim Hasanah, Teknik- Teknik Observasi, *Jurnal at- Taqaddum*, Volume 8, Nomor 1, Juli2016, h. 21

meningkatkan jumlah nasabah *priority*, bagaimana orang-orang yang terlibat dalam aktivitas, dan bagaimana makna kejadian dilihat dari perspektif mereka yang terlihat dalam kejadian yang diamati tersebut.

## 2. Wawancara

Wawancara (*interview*) yaitu suatu kaedah dalam pengumpulan data yang biasa digunakan dalam penelitian sosial. Wawancara biasanya digunakan untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan fakta, kepercayaan, perasaan, keinginan dan sebagainya yang diperlukan untuk memenuhi tujuan penelitian.<sup>79</sup> Wawancara dilakukan pada bulan Februari 2023.

Adapun indikator yang digunakan dalam penyusunan pedoman wawancara pada rumusan masalah bagaimana strategi pemasaran *priority banking officer* (PBO) dalam meningkatkan jumlah nasabah *priority* adalah sebagai berikut :

1. Penerapan strategi dalam peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.
2. Proses strategi pemasaran tabungan prioritas Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

Adapun indikator yang digunakan dalam penyusunan pedoman wawancara pada rumusan masalah bagaimana peluang dan tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi pemasaran *priority banking officer* (PBO) dalam upaya meningkatkan nasabah *priority* adalah sebagai berikut:

---

<sup>79</sup>Mita Rosaliza, "Sebuah Interaksi Komunikasi Dalam Penelitian Kualitatif", *Jurnal Ilmu Budaya*, Volume 11, No. 2, Februari Tahun 2015, h. 71

1. Tidak adanya marketing khusus Pemasaran produk tabungan prioritas kepada nasabah Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan yang belum menjadi nasabah prioritas Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.
2. Keterbatasan fasilitas dan Pelayanan nasabah prioritas yang sudah dijalankan oleh Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.
3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang sudah berlalu. Dokumen tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sesuai dan terkait dengan fokus penelitian adalah sumber informasi yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif.<sup>80</sup> Hasil penelitian akan lebih dapat dipercaya jika didukung dengan dokumentasi. Dokumentasi yang dilakukan pada bulan Januari 2023 dengan menggunakan catatan tertulis, rekaman, maupun gambar.

## **F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data**

Pengolahan data merupakan analisis terhadap data dan metode serta cara tertentu yang berlaku dalam penelitian. Pengolahan data berkaitan dengan teknik analisis data. Analisis data merupakan suatu proses dalam menemukan dan mengatur secara sistematis data yang diperoleh, lalu mengerjakan unit, memilih data yang digunakan dalam menentukan kesimpulan yang dimengerti oleh peneliti dan orang lainnya. Penganalisisan data akan memproses data yang diperoleh

---

<sup>80</sup>A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 391.

dengan menggabungkan variabel-variabel dalam penelitian, dan menyederhanakan data tersebut agar mengarah kepada pemahaman struktural yang lebih dimengerti oleh semua pihak.<sup>81</sup>

Analisis data yang dilaksanakan secara kualitatif. Langkah-langkah dilaksanakan dalam pengolahan data kualitatif adalah:<sup>82</sup>

#### 1. Reduksi Data

Data yang diperoleh ditulis dalam bentuk laporan atau data yang terperinci. Laporan yang disusun berdasarkan data yang diperoleh direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting. Data hasil mengikhtiarkan dan memilah-milah berdasarkan satuan konsep, tema dan kategori tertentu akan memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan juga mempermudah peneliti untuk mencari kembali data sebagai tambahan atas data sebelumnya yang diperoleh jika diperlukan.

Dengan demikian reduksi data dalam penelitian ini akan memberikan gambaran yang lebih jelas serta mempermudah bagi peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya mengenai dampak gadget sebagai sarana promosi jual beli online perspektif ekonomi Islam pada Desa Pangurabaan.

#### 2. Penyajian Data

Data yang diperoleh dikategorisasikan menurut pokok permasalahan dan dibuat dalam bentuk matriks sehingga mempermudah peneliti untuk melihat

---

<sup>81</sup>Elidawaty Purba, dkk, *Metode Penelitian Ekonomi* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 94.

<sup>82</sup> Gusti Arifah, Skirisi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara,, Analisis Strategi Pemasaran *Priority Banking Officer* (PBO) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Priority Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan, hlm 43.

pola-pola hubungan satu data dengan data lainnya. Semuanya dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih serta lebih mudah dipahami sehingga peneliti dapat mengetahui apa yang terjadi untuk menarik kesimpulan-kesimpulan yang diambil terhadap data yang akurat.

### 3. Pengumpulan data

Pengumpulan data yaitu penulis melakukan pengumpulan data dengan melakukan wawancara dan observasi langsung ke karyawan (*Priority Banking Officer*) dan nasabah priority pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padangsidimpuan untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penulisan dan kelengkapan penyusunan skripsi.

### 4. Hasil analisis Nvivo

Penelitian ini menggunakan analisis data Nvivo untuk membantu peneliti kualitatif dengan melakukan koding terhadap data dari berbagai sumber dan sekaligus memisahkan data yang bersumber dari informan, peneliti, serta sumber data sekunder. Tekni-teknik memasukkan berbagai sumber data kualitatif untuk di analisis dalam Nvivo dengan memasukkan dokumen ke dalam Nvivo, PDF ke dalam Nvivo, dokumen ke dalam Nvivo, data dari database ke dalam Nvivo, dan website jejaring media sosial ke Nvivo.<sup>83</sup>

### 5. Penarikan kesimpulan dan verifikasi

---

<sup>83</sup> Agustinus Bandur, “Penelitian Kualitatif Metodologi, Desain, dan Teknik Analisis Data Dengan Nvivo 11 Plus”, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), hlm. 111.

Penarikan kesimpulan dan verifikasi yakni dengan menarik kesimpulan berdasarkan data-data yang telah didapatkan dan dilakukan pengolahan. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.<sup>84</sup> Data yang diperoleh dari wawancara dan dokumentasi dengan Pihak Bank Sumut Cabang Syariah Kota Padangsidimpuan akan diolah dengan menggunakan teknik deskriptif kualitatif.

#### **G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data**

Untuk memperoleh data, peneliti menggunakan tehnik triangulasi yaitu pemeriksaan, memperhatikan sesuatu yang lain diluar data keperluan, pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu dengan cara membuat kesimpulan dari hasil wawancara yang telah dilakukan, membuat perbandingan dengan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun teknik pemeriksaan keabsahan data dapat dilakukan sebagai berikut:

- a. Perpanjangan ke ikut sertaannya itu tidak hanya perpanjangan yang hanya dilakukan dalam waktu yang singkat, tetapi memerlukan waktu yang panjang.
- b. Ketekunan pengamat yaitu peneliti hendaknya melakukan pengamatan dengan teliti, rinci serta berkesinambungan terhadap yang diteliti.

---

<sup>84</sup> Aditama, Manajemen Atministrasi, (Jakarta:Widya Medika,2004,) hlm 247-253.

- c. Triangulasi yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai perbandingan terhadap data itu.
- d. Pemeriksaan teman sejawat melalui diskusi yaitu dilakukan dengan cara mengekspos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dalam bentuk diskusi dengan rekan-rekan sejawat.
- e. Analisis kasus negatif yaitu peneliti mengumpulkan contoh dan kasus yang tidak sesuai dengan pola dan kecenderungan informasi yang telah dikumpulkan dan digunakan sebagai bahan perbandingan.
- f. Kecukupan dan referensial yaitu alat perekam yang pada senggang dapat dimanfaatkan untuk membandingkan hasil yang telah diperoleh dengan kritik yang telah terkumpul.
- g. Pengecekan anggota sangat penting dalam pemeriksaan derajat kepercayaan.
- h. Uraian rinci merupakan suatu teknik yang menuntun peneliti agar melaporkan hasil penelitiannya sehingga uraiannya itu dilakukan seteliti dan secermat mungkin yang menggambarkan konteks penelitian di selenggarakan.
- i. Auditing dimanfaatkan untuk memeriksa kebenaran dan keabsahan data hal ini dilakukan baik terhadap proses maupun terhadap hasil keluasan.<sup>85</sup>

Dari sekian banyak teknik menjamin keabsahan data di atas, peneliti menggunakan nomor tiga Triangulasi, teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai perbandingan terhadap data yang ada.

---

<sup>85</sup> Aditama, Manajemen Administrasi, (Jakarta:Widya Medika,2004,) hlm. 179.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. HASIL PENELITIAN**

##### **1. Gambaran Umum Perusahaan tentang Sejarah Singkat Dan Perkembangan Bank Sumut Syariah**

Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara didirikan pada tanggal 04 November 1961 dengan Akte Notaris Rusli No. 22 dalam bentuk Perseroan Terbatas. Berdasarkan UU No. 13/1962 tentang ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah, bentuk usaha diubah menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) sesuai Perda Tk. I Sumatera Utara No. 5 Tahun 1965, dengan modal dan saham yang dimiliki Pemda Tk. I dan Pemda Tk. II Sumatera Utara. Salah satunya yang merupakan Bank Umum Milik Daerah seperti Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara (BPDSU) yang sekarang dikenal dengan Bank SUMUT, yang sigap dalam melihat peluang pasar Perbankan Syariah. Yang berperan sebagai tempat pelayanan kepada masyarakat dengan tetap memberikan pelayanan terbaik dalam melayani kebutuhan masyarakat Sumatera Utara yang ingin bertransaksi secara Syariah, maka pada tanggal 4 November 2004 PT. Bank SUMUT membuka Unit Usaha Syariah yaitu di Medan dan di Padangsidempuan. Yang kemudian berkembang dengan dibukanya Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi, Kantor Cabang Pembantu Syariah Stabat dan 76 Unit Layanan Syariah<sup>86</sup>. Diseluruh Kantor Cabang dan Cabang Pembantu Konvensional PT. Bank SUMUT.

---

<sup>86</sup> [http: www.banksumut.com](http://www.banksumut.com) diakses pada 22 Maret 2022 jam 14.24 .

Kebijakan dan Gagasan untuk Membangun Unit Usaha Syariah dan minat masyarakat di Sumatera Utara untuk mengembangkan layanan berbasis Syariah Bank SUMUT, sejak dikeluarkannya UU No. Usaha Syariah, karena akibat krisis moneter yang terjadi pada tahun 1987. Selain Bank Umum yang membuka Divisi Usaha Syariah Bank Konvensional seperti Bank SUMUT juga berperan didalamNya untuk membuka Unit/Devisi Usaha Syariah. Dimana pada awal perjalanannya kehadiran Bank Syariah yang belum begitu optimal dalam tatanan sektor Perbankan Syariah, namun Bank SUMUT ikut ambil risiko dalam mengembangkan Jasa Perbankan Syariah.

Strategi yang dilakukan oleh PT. Bank SUMUT dalam rangka pengembangan Unit Usaha Syariah adalah:

- a. Menetapkan Target Pasar Pasar yang dijadikan sasaran adalah masyarakat yang usaha nya masih mikro yang memiliki kesadaran untuk menggunakan jasa Perbankan dan memiliki kesadaran untuk menerapkan ajaran Islam dengan baik. Selain dari masyarakat, sumber daya juga akan digalang dari organisasi-organisasi dan yayasan Islam yang memiliki kegiatan. Kemasyarakatan dengan perputaran dana yang relatif signifikan. Sebagai Bank milik Pemerintah Daerah, target penghimpunan dana juga dari para karyawan PEMDA yang memiliki pendapatan relatif mapan dan memiliki pengaruh yang signifikan di masyarakat.
- b. Melakukan Sosialisasi dan Promosi Oleh karena jasa Perbankan Syariah merupakan produk yang relatif baru, upaya sosialisasi dan edukasi terhadap nasabah dan masyarakat harus terus diupayakan. Untuk mewujudkan upaya

ini, PT. Bank SUMUT Unit Usaha Syariah telah menjalin kerjasama dengan perguruan tinggi, organisasi keagamaan, sosialisasi tentang produk-produk Perbankan Syariah ini juga menggunakan media komersial seperti media cetak, televisi, radio dan juga melalui brosur, spanduk, spanduk, baliho, serta aktif mengikuti pameran dengan membuka stand.

- c. Pengembangan Infrastruktur Teknologi Sistem Informasi Teknologi Sistem Informasi dan Operasi di era sistem komputerisasi saat ini merupakan hal yang sangat penting untuk diterapkan. Oleh karena itu, PT. Bank SUMUT bekerja sama dengan pihak PT. College Inti Priatama sebagai vendor untuk mengembangkan teknologi informasi yang dapat mendokumentasikan seluruh proses layanan internal produk dan jasa Syariah dengan tingkat keamanan dan akurasi yang tinggi.
- d. Pengembangan produk pengembangan lebih fokus kepada produk pembiayaan, produk penggalangan dana dan produk jasa. Pengembangan dari masing-masing produk akan disesuaikan dengan kebutuhan dan perkembangan pasar.

Visi dan Misi Unit Usaha Syariah haruslah mendukung Visi dan Misi PT.

Bank Sumut secara umum, atas dasar itu ditetapkan :

- a) Visi unit usaha syariah yaitu meningkatkan keunggulan PT. Bank Sumut dengan memberikan pelayanan lebih luas berdasarkan prinsip-prinsip syariah sehingga mendorong partisipasi masyarakat secara luas dalam pembangunan daerah guna mewujudkan masyarakat yang sejahtera.

b) Misinya adalah Meningkatkan posisi PT. Bank Sumut melalui prinsip layanan perbankan syariah yang aman, adil dan saling dapat berperan lebih besar sesuai dengan visi dan misinya. Lebih menguntungkan dikelola secara profesional. Melalui pengembangan layanan perbankan syariah diharapkan PT. Bank Sumut lanjut mengembangkan usaha ini juga ditargetkan dapat meningkatkan profitabilitas PT. Bank Sumut sekaligus memperkuat tingkat kesehatannya.

## 2. Makna Logo Bank Sumut Syariah

**Gambar IV. 1. Logo Bank Sumut Syariah**



Bentuk Logo menggambarkan dua elemen dalam bentuk huruf “U” yang saling berkaitan ber-*sinergy* membentuk huruf “S” yang merupakan kata awal “Sumut”. Sebuah penggambaran bentuk kerjasama yang sangat erat antara Bank Sumut dengan masyarakat Sumatera Utara sebagaimana visi Bank Sumut. Warna orange sebagai simbol satu huruf untuk terus maju yang dilakukan dengan energik yang di padu dengan warna Biru yang sportif dan profesional sebagaimana misi Bank Sumut.<sup>87</sup> Warna putih sebagai ungkapan ketulusan hati untuk melayani sebagaimana statement Bank Sumut. Jenis huruf “palatino bold” sederhana dan mudah dibaca. Penulis Bank dengan huruf

---

<sup>87</sup> Reza Pratama, Mekanisme dan Keuntungan Produk Tabungan Prioritas yang Ditawarkan Bank Sumut Syariah KCP Kisaran Kepada Nasabah, ( Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019), hlm. 23- 24

kecil dan Sumut dengan huruf kapital guna lebih mengedapankan Sumatera Utara, sebagai gambaran keinginan dan dukungan untuk membangun dan membesarkan Sumatera Utara.

### 3. Visi dan Misi Bank Sumut Syariah

- a. Visi Perusahaan Adapun Visi dari PT.Bank Sumut adalah menjadi bank andalan bagimasyarakat,membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan membangun daerah disegala bidang serta sebagai dalah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup rakyat.
- b. Misi Perusahaan Adapun misi dari PT.Bank Sumut adalah mengelola dana pemerintah dan masyarakat serta professional yang didasarkan pada prinsip-prinsip Compliance (Kepatuhan).

### 4. Produk Bank Sumut Syariah

Adapun produk PT.Bank sumut Syariah yang bersifat menghimpun dana adalah:

#### a. Produk Penghimpunan Dana

##### 1. Produk *Wadi'ah*

##### a) Tabungan iB *Martabe* (Marwah)

Tabungan iB *Martabe* merupakan tabungan yang dikelola berdasarkan prinsip *Wadi'ah yad dhamanah*, yang merupakan titipan murni dengan seizin pemilik dana (*shahibul māl*), bank dapat mengelolanya di dalam operasional bank untuk mendukung sektor *riil*, menjamin bahwa dana tersebut dapat ditarik setiap saat oleh pemilik dana.

b) Simpanan Giro *Wadi'ah*

Simpanan Giro *Wadi'ah* merupakan produk penyimpanan dana yang menggunakan prinsip *Wadi'ah yad dhamanah* (titipan murni). Pada produk ini nasabah menitipkan dana dan bank akan menggunakan dana tersebut dengan prinsip syariah dan menjamin akan mengembalikan titipan tersebut secara utuh bila sewaktu-waktu nasabah membutuhkannya.

c) Produk *Mudārabah*

Produk *Mudārabah* Adapun jenis produk *Mudārabah* yaitu:

- 1) Tabungan iB Martabe Bagi Hasil (*Marhamah*) Merupakan produk penghimpunan dana yang dalam pengelolaannya menggunakan prinsip *Mudārabah Mutalaqah*, yaitu investasi yang dilakukan oleh nasabah sebagai pemilik dana (*shahibul māl*) dan bank sebagai pihak beban tanpa pembatasan dari pemilik dana menyalurkan dana nasabah tersebut dalam bentuk pembiayaan kepada usaha-usaha yang menguntungkan dan tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- 2) Deposito iB Ibadah Merupakan produk yang sistem pengelolaannya berdasarkan prinsip *Mutlaqah*. Prinsip sama dengan tabungan *marhamah*, akan tetapi dana yang disimpan oleh nasabah hanya dapat ditarik berdasarkan jangka waktu yang telah ditentukan dengan bagi hasil dan keuntungan yang telah disepakati

bersama. Investasi akan disalurkan untuk usaha yang produktif dan halal.

- 3) Tabungan Makbul Merupakan tabungan khusus PT.Bank Sumut sebagai sarana BPHI (Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji) penabung perorangan secara bertahap ataupun sekaligus dan tidak dapat melakukan transaksi penarikan.

d) Produk Penyaluran Dana.

Produk Penyaluran Dana adapun produk PT.Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan yang bersifat menyalurkan dana adalah :

1. Pembiayaan dengan Akad Jual Beli (*Murabahah*)
2. Pembiayaan dengan sistem Bagi hasil (*Mudārabah*)
3. Pembiayaan *Musyārahah*
4. Pinjaman (*Qardh*) dengan Gadai Emas iB

## **B. Analisis Data**

Pada bab ini akan menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan mengenai Analisis Strategi Pemasaran *Priority Banking Office* (PBO) Dalam Meningkatkan jumlah nasabah *priority* Setelah menentukan tempat penelitian, kemudian peneliti melakukan observasi, melakukan prosedur perizinan dan akhirnya peneliti mendapatkan tanggapan yang positif dari pihak karyawan dan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan, dijadikan fokus pada penelitian skripsi saya. Tahap selanjutnya peneliti melakukan penelitian pada Analisis Strategi Pemasaran *Priority Banking Office* (PBO) Dalam Meningkatkan

jumlah nasabah *priority* Penelitian ini menggunakan metode kualitatif analisis data Nvivo.

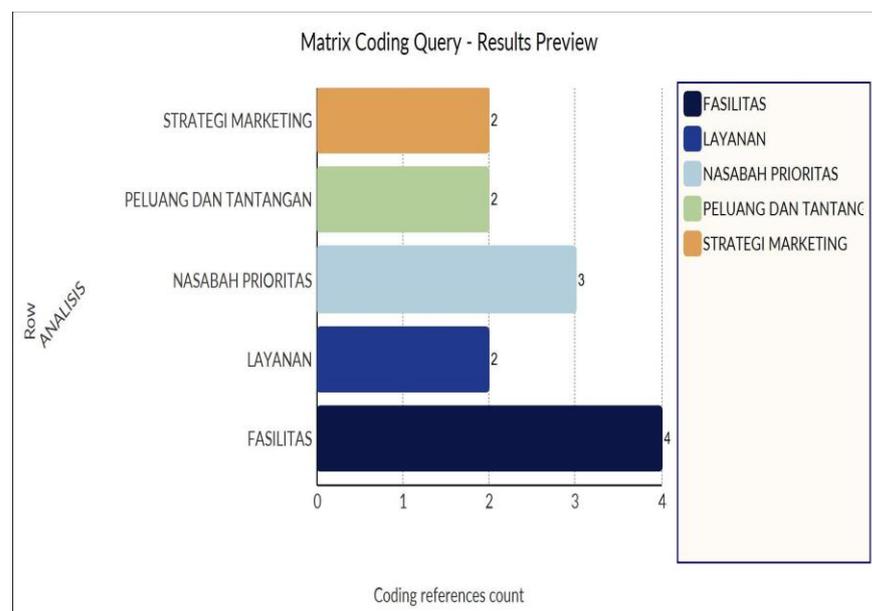
### 1. Hasil Pengolahan Data Dengan Nvivo

**Gambar VI.2. Hasil Uji Wawancara karyawan dan Nasabah**



*Sumber: Hasil Uji data Nvivo 14 Plus*

**Gambar VI.3. Hasil Uji Wawancara karyawan dan Nasabah**



*Sumber: Hasil Uji data Nvivo 14 Plus*

**Tabel VI. 1. Hasil Uji Wawancara karyawan dan nasabah**

<b>Hasil Uji Wawancara karyawan dan nasabah</b>	<b>Jumlah <i>Results Preview</i></b>
Strategi Marketing	2
Peluang dan tantangan	2
Nasabah Prioritas	3
Layanan	2
Fasilitas	4

Berdasarkan hasil uji wawancara karyawan dan nasabah pada tabel VI.1 dapat dilihat bahwa karyawan dan nasabah prioritas banyak jenis *strategi marketing* dalam upaya menarik nasabah prioritas sehingga dalam mempromosikan produk PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan itu lebih mudah dan jangkauannya luas serta mempermudah para nasabah prioritas dengan menabung di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan .

Untuk memperoleh data, peneliti melakukan wawancara dengan memberikan pertanyaan yang dilakukan dengan tatap muka langsung dengan karyawan dan nasabah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan. Peneliti melakukan wawancara berdasarkan pedoman wawancara, proses wawancara dilakukan selama dua minggu. Disini peneliti telah selesai mewawancarai karyawan dan nasabah. Berikut data karyawan dan nasabah dengan 3 informan dan 1 nasabah prioritas yang merupakan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan:

**Tabel VI.2**  
**Nasabah Dan Karyawan PT. Bank**  
**Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan**

No	Nama	Jenis Kelamin L/P	Posisi
1	Nona Soraya Pasaribu	Perempuan	<i>Costomer Service</i>
2	Mifta	Perempuan	<i>Costomer Service</i>
3	Sonya	Perempuan	<i>Back Office</i>
4	Putri Fadila	Perempuan	Pengusaha/ Nasabah Prioritas

## 2. Hasil wawancara karyawan dengan Nasabah *Priority*

Menurut ibu Nona Soraya Pasaribu selaku *Customer Service* mengatakan bahwa yaitu:

Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan terus melakukan upaya dalam peningkatan nasabah prioritas, sejak launchingnya tabungan prioritas ini nasabah prioritas kami sampai saat ini masih berjumlah 18 orang. Namun bukan berarti nasabah kami yang lain tidak mencukupi dananya untuk menjadi nasabah prioritas.<sup>88</sup>

Menurut Ibu Mifta , selaku *Customer Service* menyatakan bahwa:

Jumlah nasabah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan sudah meningkat, PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan menjadi peringkat kedua dengan jumlah nasabah prioritas terbanyak di Sumatera Utara dengan jumlah nasabah prioritas kurang lebih 20 (dua puluh) nasabah.<sup>89</sup>

Menurut Putri Fadila, selaku *Pengusaha* menyatakan bahwa :

Sebelum adanya marketing nasabah prioritas, nasabah belum mengetahui adanya produk layanan prioritas, nasabah tidak keberatan jika biaya yang di bebankan lebih besar karena layanan yang diberikan secara khusus. nasabah sangat tertarik mengajak rekan / anggota keluarga yang mempunyai saldo yang cukup banyak dan nasabah merasa sedikit keberatan jika salah satu

<sup>88</sup> Wawancara dengan Ibu Nona Soraya Pasaribu selaku *Teller* PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan pada tanggal 12 April 2023 pukul 16:35.

<sup>89</sup> Wawancara dengan Ibu Mifta selaku *customer service* PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan pada tanggal 6 Juli 2023 pukul 16:35.

dari layanan istimewa tidak bisa di pergunakan di PT Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan<sup>90</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan melaksanakan strategi *Bellow The Line* (BTL) dalam penerapan strategi tersebut untuk meningkatkan nasabah *priority*. Salah satu strategi yang sudah dijalankan adalah promosi melalui media elektronik seperti bekerjasama dengan RAU FM.

Menurut Ibu Mifta sebagai karyawan bagian dari pelayanan Nasabah prioritas menyatakan bahwa yaitu :

Strategi PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padangsidempuan adalah *Bellow The Line* (BTL) seperti *Direct Gift* yakni promosi dengan memberikan hadiah kepada nasabah yang membuka tabungan prioritas seperti hadiah Mendapatkan keunggulan buku & kartu khusus. Bebas antri adanya beberapa merchant dikantor Medan mendapatkan diskon belanja jika menggunakan ATM prioritas ada beberapa fasilitas lain di bandara Kualanamu namanya fasilitas bungong jeumpa yang ingin berangkat dari bandara Kualanamu akan mendapatkan pelayanan khusus untuk 1 orang.<sup>91</sup>

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan produk tabungan prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan yaitu *Bellow The Line* (BTL) seperti *Direct Gift* yakni promosi dengan memberikan hadiah kepada nasabah yang membuka tabungan prioritas seperti hadiah Mendapatkan keunggulan buku & kartu khusus. Bebas antri adanya beberapa merchant dikantor Medan mendapatkan diskon belanja jika menggunakan ATM prioritas ada beberapa fasilitas lain di bandara

---

<sup>90</sup> Wawancara dengan Ibu Putri Fadila selaku Pengusaha (nasabah prioritas) PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan pada tanggal Agustus 2023 pukul 10.00 wib.

<sup>91</sup> Wawancara dengan Ibu Mifta selaku customer service PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan pada tanggal 6 Juli 2023 pukul 16:35.

Kualanamu namanya fasilitas bungong jeumpa yang ingin berangkat dari bandara Kualanamu akan mendapatkan pelayanan khusus untuk 1 orang.

Menurut Ibu Sonya safitri, sebagai *back office* menyatakan bahwa:

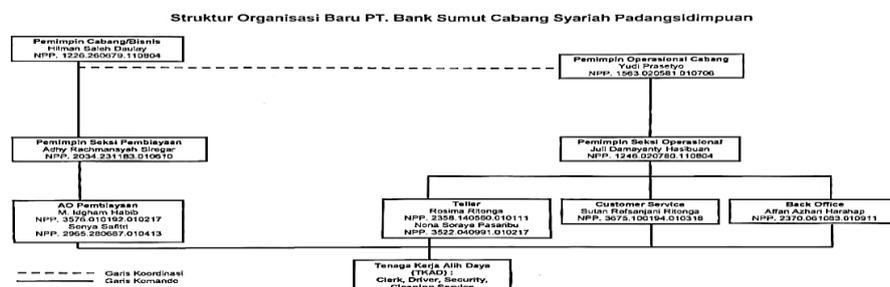
Pada masyarakat Tapsel ada yang namanya istilah raja dan Masyarakat Tapsel suka diperlakukan secara khusus sehingga memudahkan memasarkan produk prioritas. Mendapatkan keunggulan buku dan kartu khusus, bebas antri di beberapa *merchant* dikantor Medan. Mendapatkan diskon belanja di beberapa *merchant* jika menggunakan ATM prioritas. Ada fasilitas lain di bandara Kualanamu namanya fasilitas jeumpa yang ingin berangkat dari bandara Kualanamu dan mendapatkan pelayanan khusus untuk 1 orang. Tantangan Adanya persaingan dengan Bank lain Adanya fluktuatif uang nasabah under Rp. 250.000.000 Persyaratan sebagai nasabah prioritas menjadi faktor penghambat.<sup>92</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa PT.

Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan Tabungan prioritas minimnya adanya layanan istimewa tabungan prioritas yang tidak bisa dipergunakan di kota Padangsidimpuan dikarenakan beberapa *outlet - outlet* ataupun *merchant-merchant* dari layanan istimewa tabungan prioritas belum ada di kota Padangsidimpuan dan hanya ada di kota Medan.

#### Gambar IV.4. Struktur Organisasi PT. Bank Sumut Cabang Syariah

##### Padangsidimpuan



<sup>92</sup> Wawancara dengan Ibu Sonya selaku *Back Office* PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan pada tanggal 12 April 2023 pukul 16:35.

## C. Pembahasan Hasil Penelitian

### 1. Strategi Pemasaran *Priority Banking Officer* (PBO)

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada pihak bank yakni karyawan bagian *Priority Banking Officer* (PBO), strategi pemasaran *Priority Banking Officer* (PBO) metode dalam meningkatkan jumlah nasabah PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padangsidimpuan adalah *Bellow The Line* (BTL) Yakni sesuatu aktifitas pemasaran ataupun sebuah promosi yang dilakukan di tingkat konsumen dengan salah satu tujuannya yakni guna merangkul konsumen atau nasabah agar lebih *aware* dengan produk perusahaan seperti program bonus/hadiah, *event*, pembinaan konsumen dan lain sebagainya. Berikut strategi pemasaran yang dilakukan Bank Sumut Syariah *Priority* yang bersifat *Bellow The Line* (BTL) :

- 1) *Direct Gift*, yaitu pemberian hadiah yang membuka rekening baru *Priority*.
- 2) *Gathering*, yang biasa dilakukan setahun sekali yang diadakan oleh pihak bank dengan acara dan dihadiri oleh orang-orang penting dan termasuk nasabah *priority*.
- 3) *Flyer program*, PBO (*priority banking officer*) akan mengirimkan surat penawaran atau bisa membuat janji pertemuan kepada para nasabah regular yang dianggap sesuai dengan kriteria atau ketentuan nasabah *priority*.
- 4) *Marketing Kits*, yaitu seperti pemberian souvenir berupa *goody bag priority* atau barang lainnya yang berlogo Bank Sumut Syariah.

Didalam penelitian terdahulu yang menjadi penelitian ini Nurul Hidayatul Ummah, Skripsi Syarif Hidayatullah Jakarta adalah dengan judul Strategi

Pemasaran *Priority Banking Officer (PBO)* Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah *Priority* Pada PT Bank Syariah Mandiri menyatakan bahwa:

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran BSM *Priority* berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah baru BSM *Priority*. Hal ini dibuktikan dengan pertumbuhan nasabah *priority* pada PT Bank Syariah Mandiri yang menunjukkan pertumbuhan yang baik pada setiap tahunnya.<sup>93</sup>

Selanjutnya, dengan melakukan kunjungan langsung kepada calon nasabah, membawa hadiah atau souvenir untuk nasabah yang ingin dijumpai, menawarkan layanan istimewa yang akan didapatkan jika menjadi nasabah prioritas.

Dalam jurnal Budi Gautama Siregar yang berjudul Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan menyatakan bahwa:

Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan dalam menciptakan keunggulan bersaing dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah adalah dengan menerapkan strategi fokus, yaitu salah satunya menyediakan kendaraan operasional melalui mobil *branch* yakni layanan yang menjumpai nasabah secara langsung.<sup>94</sup>

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa pihak PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan prioritas adalah dengan promosi dan layanan menjumpai nasabah

---

<sup>93</sup> Nurul Hidayatul Ummah, Strategi Pemasaran Priority Banking Officer (PBO) Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Priority Pada PT Bank Syariah Mandiri, *Skripsi Jakarta, Syarif Hidayatullah*, 2014.

<sup>94</sup> Budi Gautama Siregar, Strategi Bersaing Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan, Padangsidimpuan: Jurnal Kajian Ilmu Ilmu Keislaman, Volume 03, No. 1, Juni 2017, hlm. 52

secara langsung. Adapun persyaratan dan proses pembukaan tabungan prioritas adalah sebagai berikut:

- a. Syarat- syarat umum pembukaan tabungan prioritas yaitu:
  - 1) Membawa kartu identitas seperti Kartu Tanda Penduduk (KTP), Kartu Keluarga (KK), dan Surat Izin Mengemudi (SIM).
  - 2) Aplikasi pembukaan rekening tabungan.
  - 3) Formulir permohonan kartu ATM.
  - 4) Aplikasi permohonan menjadi nasabah prioritas.
  - 5) Setoran awal minimal Rp. 250.000.000 untuk nasabah biasa.
- b. Kriteria Nasabah Bank Sumut Syariah Prioritas yaitu :
  - 1) Nasabah existing yang memenuhi syarat nasabah prioritas.
  - 2) Nasabah yang menempatkan dananya di Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dengan jumlah minimal Rp. 250.000.000
  - 3) Nasabah baru yang menempatkan dananya dan memenuhi syarat nasabah prioritas.
  - 4) Penempatan dana yang dimaksud adalah dalam bentuk giro, tabungan dan deposito.
  - 5) Berlaku hanya untuk nasabah perorrangan.
- c. Alur Proses Layanan Prioritas yaitu:
  - 1) Customer Service/ Petugas Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan wajib memverifikasi syarat yang telah dipenuhi oleh calon nasabah.
  - 2) Mengisi formulir aplikasi permohonan menjadi nasabah prioritas.

- 3) Menandatangani formulir hak dan kewajiban sebagai nasabah prioritas Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.
  - 4) Customer Service mengganti buku tabungan dan kartu ATM regular bagi nasabah existing yang diupgrade menjadi nasabah prioritas.
  - 5) Kartu ATM Bank Sumut Syariah Prioritas berfungsi sebagai kartu multiguna yaitu kartu identitas sekaligus sebagai kartu ATM sehingga fasilitas kartu ATM sebagai kartu identitas melekat pada kartu ATM seperti layanan khusus pada seluruh kantor cabang Bank Sumut dan Bank Sumut Cabang Syariah, fasilitas Airport Lounge dengan menunjukkan kartu pada petugas.
  - 6) Apabila saldo rekening nasabah prioritas berada dibawah saldo minimum, maka customer service/ petugas Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan wajib menghubungi atau menyurati nasabah untuk menambah saldonya
  - 7) Apabila dalam waktu 3 bulan berturut, saldo rekening nasabah prioritas dibawah saldo minimum maka pemberian seluruh fasilitas akan diberhentikan dan keanggotaan akan diturunkan menjadu nasabah biasa.
- d. Mengisi formulir serah terima yang ditandatangani oleh nasabah dan petugas bank rangkap 2 lembar, 1 untuk nasabah dan 1 lagi untuk petugas bank.
  - e. Untuk setiap kegiatan setoran, nasabah prioritas harus diback up oleh perusahaan asuransi.

## 2. Peluang Dan Tangan Nasabah dan *Priority Banking Officer* PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia peluang adalah kesempatan<sup>95</sup>. Peluang semata-mata adalah suatu cara untuk menyatakan kesempatan terjadinya suatu peristiwa. Peluang usaha merupakan sebuah kemungkinan yang dipengaruhi oleh gagal atau suksesnya sebuah usaha yang akan terjadi dimasa yang akan datang. Yang dapat diartikan juga sebagai ukuran prospek dari sebuah usaha yang dijalankan. Seiring perkembangan dan tantangan yang dihadapi oleh Lembaga Keuangan Syariah, ada sejumlah kekuatan yang bila digarap secara baik sebagaimana mestinya, akan berpotensi berubah menjadi peluang yang menjanjikan diantaranya <sup>96</sup>:

1. Keunggulan konsep bank/lembaga keuangan syariah Dengan memegang teguh prinsip keadilan, kemitraan dan transparansi akan dengan mudah menggait kepercayaan dari masyarakat. Konsep dari prinsip ini sangat sesuai dengan prinsipprinsip syariah dalam Islam sehingga masyarakat akan merasa nyaman dan tentram saat bertransaksi dengan Lembaga Keuangan Syariah.
2. Jumlah penduduk muslim di Indonesia yang mayoritas Dengan penduduk Muslim mayoritas 85% menjadi peluang besar bagi Lembaga Keuangan Syariah untuk terus berkembang dan berinovasi sehingga penduduk yang

---

<sup>95</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dikutip dari <https://kbbi.web.id/peluang>.), pada hari Rabu, Tanggal 13 Februari 2019, Pukul 08.14 WIB

<sup>96</sup> Peluang Lembaga Keuangan Syariah untuk berkembang di Indonesia, dikutip dari <https://www.ekonomiislam.net/2017/02/Peluang-Lembaga-Keuangan-Syariah-UntukBerkembangdi-Indonesia.html>, pada hari Rabu, Tanggal 13 Februari 2019, Pukul 08.39 WIB

mayoritas Muslim ini selalu memanfaatkan lembaga keuangan syariah dalam transaksi ekonominya.

3. Dukungan pemerintah dan ketentuan hukum yang sekarang berlaku. Lahirnya beragam produk undang-undang yang menjadi pendukung lembaga keuangan syariah menjadi kekuatan tersendiri bagi lembaga keuangan syariah.

Tantangan adalah salah satu motivasi untuk pencapaian target. Tantangan juga berarti hal atau objek yang menggugah tekad untuk meningkatkan kemampuan mengatasi masalah untuk bekerja lebih giat dan sebagainya<sup>97</sup>.

Ketua Dewan Komisioner OJK Muliaman D Hadad mengakui hingga saat ini masih terdapat tantangan dalam pengembangan keuangan syariah di Indonesia. Setidaknya ada empat tantangan yang masih harus dihadapi.<sup>98</sup>

1. Kapasitas kelembagaan yang belum kompetitif dan efisien. Beberapa masalah di antaranya seperti dukungan permodalan dan jaringan yang terbatas, rendahnya penggunaan teknologi, serta kapasitas SDM yang belum merata.
2. Masih terbatasnya jenis dan akses terhadap produk dan layanan keuangan syariah, untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Muliaman juga mengatakan telah menjadi pemahaman umum, produk dan jasa keuangan syariah belum dapat menyediakan kenyamanan dan kecanggihan, seperti

---

<sup>97</sup> Apa arti.com dikutip dari <https://www.apaarti.com/tantangan.html> pada tanggal 26 April 2019, pukul 21.38 WIB

<sup>98</sup> Tantangan Pengembangan Keuangan Syariah Ketua Dewan Komisioner OJK Muliaman D Hadad di Jakarta, dikutip dari <https://www.dream.co.id/dinar/4-tantangan-pengembangankeuangan-syariah-170613w.html>, pada hari Rabu, Tanggal 13 Februari 2019, Pukul 09.08 WIB

halnya yang diberikan industri keuangan konvensional. Karena kebutuhan dari masyarakat kelas menengah yang terus tumbuh dengan cepat.

3. Literasi keuangan syariah masyarakat yang masih rendah. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2016 menunjukkan Indeks Literasi Keuangan Syariah 2016 baru mencapai 8,11 persen.

Dalam jurnal Ferri alfadri yang berjudul *Motives of Non-Muslim Customers Using Services at PT Bank Syariah Mandiri Sibolga Branch Office* menyatakan bahwa :

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh selain nasabah muslim ternyata terdapat juga nasabah non muslim yang menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Sibolga. Motif paling banyak ditemukan adalah motif geografis yaitu lokasi Bank Syariah Mandiri Sibolga berada dipinggir jalan dan mudah untuk dijangkau. Tidak ditemukan dilapanagn motif religius (ketaatan beragama), motif sosial (kekayaan, kekuasaan dan penguasaan ilmu pengetahuan motif pribadi (umur dan gaya hidup).<sup>99</sup>

Dalam jurnal Ferri alfadri yang berjudul *Peran Quadruple Helix Dalam Meningkatkan Kreatifitas dan Inovasi Industri Kreatif Berbasis Syariah* menyatakan bahwa:

Dengan dukungan akademisi, bisnis, pemerintah dan masyarakat, pendekatan *Quadruple Helix* akan mampu melahirkan kreativitas, ide, keterampilan baru dan pengetahuan baru bagi pelaku industri kreatif. Unsur-unsur dalam *Quadruple Helix* dibutuhkan untuk lebih dapat mengembangkan kreativitas para pelaku usaha industri kreatif, sehingga dapat meningkatkan kinerja inovasinya secara berkelanjutan.<sup>100</sup>

Berdasarkan pemaparan diatas dapat juga ditarik kesimpulan bahwa antusias menjadi nasabah prioritas PT. Bank Sumut Cabang Syariah

---

<sup>99</sup> Ferri Alfadri, *Motives of Non-Muslim Customers Using Services at PT Bank Syariah Mandiri Sibolga Branch Office*, *Journal of Sharia Banking* POINT Vol. 2, No. 1, Jul 202.

<sup>100</sup> Ferri Alfadri, *Peran Quadruple Helix Dalam Meningkatkan Kreatifitas dan Inovasi Industri Kreatif Berbasis Syariah*, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(02), 2023.

Padangsidimpuan sangat tinggi. Akan tetapi, yang menjadi kendala sampai saat ini adalah beberapa outlet- outlet ataupun merchantmerchant dari produk tabungan prioritas yang belum ada di kota Padangsidimpuan seperti, diskon makan di beberapa restoran yaitu MC. Donalds, *Executive Lounge* di Kualanamu International Airport (*Blue Safir Lounge*), *free meeting room* jika menginap di *Grand Aston City Hall* Medan serta belum adanya ruangan khusus pelayanan nasabah prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan.

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

1. Waktu wawancara yang singkat dengan beberapa karyawan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan dikarenakan karyawan yang diwawancarai masih memiliki tugas yang lain.
2. Wawancara yang kurang efisien dengan informan yang disebabkan tidak adanya informan yang khusus staf nasabah prioritas.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan maka peneliti menyimpulkan:

1. Strategi Pemasaran *Priority Banking Officer* (PBO) yang dilakukan dalam menambah jumlah nasabah prioritas pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padangsidimpuan adalah dengan menggunakan metode *Bellow The Line* (BTL), Yakni sesuatu aktifitas pemasaran ataupun sebuah promosi yang dilakukan di tingkat konsumen dengan salah satu tujuannya yakni guna merangkul konsumen atau nasabah agar lebih aware dengan produk perusahaan seperti program bonus/hadiah, event, pembinaan konsumen dan lain sebagainya. Disamping melakukan strategi pemasaran yang bersifat *Bellow The Line* (BTL), Bank Sumut Syariah juga memiliki strategi khusus dalam menjaring nasabah prioritas, seperti: *Customer Is Our Family, Upgrade data, Referral, Priority Gathering, Direct Gift (Collection Item)*.
2. Penerapan strategi tabungan prioritas yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan adalah dengan melaksanakan penerapan strategi marketing mix yaitu melalui promosi yang bekerja sama dengan RAU FM dalam mempromosikan produk tabungan prioritas dan juga melalui layanan menjumpai nasabah.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka peneliti memberikan saran yang kiranya dijadikan masukan, antara lain:

1. Bank Sumut Cabang Syariah kota Padangsidempuan diharapkan lebih berhati-hati dan lebih selektif dengan pelayanan dalam menerima nasabah terutama nasabah prioritas dikarenakan minimnya fasilitas tidak sesuai dengan Kriteria dalam penerimaan tamu nasabah prioritas di Bank Sumut Cabang Syariah Kota Padangsidempuan .
2. PT Bank Sumut Kantor Cabang Padangsidempuan Syariah perlunya memaksimalkan sosialisasi program nasabah prioritas dengan melakukan promosi pada media *social*, media cetak dan juga media elektronik. Agar *public* atau masyarakat umum lebih mudah dan banyak tahu bahwasannya di Bank Sumut Syariah memiliki program nasabah prioritas yang programnya dapat menarik minat nasabah. Dan baik pula jika ada pengembangan *Website Priority* agar lebih mudah dalam melakukan promosi di era digital masa kini.
3. Bagi akademisi Saran yang dapat peneliti berikan kepada akademisi, diharapkan penelitian ini dapat dilanjutkan oleh peneliti lain dengan subjek dan sudut pandang yang berbeda, tentunya dengan keterkaitan dengan penelitian ini.
4. Bagi pihak lain dapat dipergunakan untuk menambah pengetahuan dan sebagai bahan tambahan penelitian yang sejenis.

## [DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku

- Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta RinekaCipta, 2006.
- A. Jajang W. Mahri, Dkk., *Ekonomi Pembangunan Islam*, Edisi Pertama, Jakarta : Departemen Ekonomi Dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia, 2021.
- Ahmadi Bi Rahmani Nur, *Metode Penelitian Ekonomi*, Medan FEBI UINSU PRESS, 2016.
- Amrin Abdullah, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, Gramedia Widiasarana Indonesia Grasindo, 2017.
- Assauri Sofyan, *Strategic Management Sustainable Competitive Advantages*, Jakarta Lembaga Management FEUI 2011.
- Bulaeng Andi, *Metodologi Penelitian Komunikasi Kontemporer*, Yogyakarta Penerbit Andi Offset, 2004.
- Departemen Agama RI, *AL-Quran dan Terjemahannya*, Bandung: CV Jumanatul ALIART, 2005.
- Hamka, *Tafsir Al-Azhar*, Jakarta Pustaka Panjumas, 1983.
- Hermawan Sigit dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*.
- Idris Parakkasi, *Pemasaran Syariah Era Digital*, Bogor: Lindan Bestari, 2020.
- Kasmir, *Etika Coutomer Service*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2104.
- Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah* Bandung, CV Pustaka Setia, 2013.
- Komaruddin, *Ensilopedia Manajemen*, Jakarta Bumi Aksara, Edisi ke 5, 2001.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta PT Indeks, 2009.
- Muri Yusuf A., *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*, Jakarta: Kencana, 2017.
- Nasution Zulkarimein, *Sosiologi Komunikasi Massa*, Jakarta: Pusat Penelitian Universitas Terbuka, 2002.
- Nilasari Irma, dkk, *Pengantar Bisnis*, Yogyakarta Graha Ilmu, 2006.

Purba Elidawaty, dkk, *Metode Penelitian Ekonomi*, Medan Yayasan Kita Menulis, 2021.

Rachmat, *Manajemen Strategik*, Bandung CV Pustaka Setia, 2014.

Rahman Rahim Abdul, *Cara Praktik Penulisan Karya Ilmiah*, Yogyakarta Zahir Publishing, 2020.

Rakhmat Jalaludin, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung PT Rosdakarya, 2002.

Rusdiana dan Nasihudin, *Sistem Informasi Manajemen Pendidikan Tinggi* Bandung: Pustaka Tresna Bhakti Press, 2016.

Siregar Budi Gautama, *Metode penelitian ekonomi dan Bisnis*, CV. Merdeka Kreasi Group, cetakan ke-1, Desember 2021.

Saiful Muhtadi Asep dan Maman Abd. Djaliel, *Metode Penelitian Dakwah* Bandung: Cv. Pustaka Setia, 2003.

Siagian Sugiarto Dergibson, *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung Alfabeta, 2012.

Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran* Yogyakarta CV. Andi Offset, 2015.

Undang Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.

Wiratna Sujarweni V., *Metodologi Penelitian* Yogyakarta Pustaka Baru Press, 2021.

Yusuf Saleh Muhammad dan Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, Makassar: CV Sah Media, 2019.

### **Sumber Lainnya**

Ahmad Sanusi Romi, “Strategi Pemasaran dalam meningkatkan Jumlah Nasabah di BMT Insani Sadabuhan Kota Padangsidempuan”, *Skripsi Iain Padangsidempuan* 2016.

Alfadri Ferri, *Motives of Non-Muslim Customers Using Services at PT Bank Syariah Mandiri Sibolga Branch Office*, *Journal of Sharia Banking POINT* Vol. 2, No. 1, Jul 2021.

- Alfadri Ferri, Peran *Quadruple Helix* Dalam Meningkatkan Kreatifitas dan Inovasi Industri Kreatif Berbasis Syariah, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(02), 2023.
- Arifah Gusti, “Analisis Strategi Pemasaran *Priority Banking Officer* (PBO) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Priority Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan”, *Skripsi UINSU* ,2021.
- Asdi, Samsul Rizal, Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpedes Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Kantor Cabang Sungguminasa, Makassar: *Bongaya Journal For Research in Management*, Volume 2, No.1, April 2019.
- Bandur Agustinus, “Penelitian Kualitatif Metodologi, Desain, dan Teknik Analisis Data Dengan Nvivo 11 Plus”, Jakarta Mitra Wacana Media, 2016.
- Dede Rahmatu Zahra, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Prioritas Bank BJB Syariah Cabang Serang. *Jurnal Universitas Islam Sultan Maulana Hasanuddin, Banten, JumeK: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif Vol.1, No.3 Juli2023* .
- Dede Rahmatu Zahra, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Prioritas Bank BJB Syariah Cabang Serang. *Jurnal Universitas Islam Sultan Maulana Hasanuddin, Banten, JumeK: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif Vol.1, No.3 Juli2023* .
- Fitria Helena, Strategi Servis (Pelayanan Prima) Bank Syariah Terhadap Nasabah Non- Muslim Studi Kasus Pada BPRS Amanah Ummah, *Jurnal Ekonomi Islam Al-Infaq*, Vol. III No.1, Maret 2012.
- Siregar Budi Gautama, Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan, *Jurnal Kajian Ilmu–Ilmu Keislaman*, Vol.03 No 1 Juni 2017.
- Siregar Budi Gautama, “Pengaruh Promosi dan Lokasi Usaha Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi“ah Di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan”, *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial dan Keislaman*, Volume. 02, No. 2, Desember 2016.
- Harries Madiistriyatno, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Kereliasan, dan Promosi terhadap Kepuasan Nasabah Prioritas Bank Mandiri KC Banjarmasin ,*jurnal Sekolah Tinggi Manajemen IMMI, Indonesia JSHP VOL. 5, NO. 2, 2021*.

Hasanah Hasyim, Teknik- Teknik Observasi, *Jurnal at- Taqaddum*, Volume 8, Hafid Nomor 1, Juli2016.

Hasil wawancara dengan Ibu Nona Soraya Pasaribu, sebagai Teler Bank SUMUT Padangsidempuan, pada tanggal Rabu 12 April 2023, pukul 14.08 WIB.

Hasil wawancara dengan Ibu Nona Soraya Pasaribu, sebagai Teler Bank SUMUT Padangsidempuan, pada tanggal Senin, 06 Maret 2023, pukul 11.30 WIB.

Hidayatina dan Mutia Siska, “Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Pelayanan Nasabah Priority Bank Syariah Mandiri Cabang Lhokseumawe”, *Jurnal JESKape*, Vol. 2 No. 1, Januari-Juni 2019.

Hidayatul Ummah Nurul, Strategi Pemasaran Priority Banking Officer (PBO) Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Priority Pada PT Bank Syariah Mandiri, *Skripsi Jakarta, Syarif Hidayatullah*, 2014.

Johannes, dkk, “Analisis Kepuasan Nasabah Prioritas Berdasarkan Bauran Pemasaran (Kasus Pada PT. Bank Central Asia, Tbk Kantor Cabang Utama Jambi)”, *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, Vol.1, No.1, Januari-Juni 2009.

Kurnia Lestari Wiwit, Analisis Perlakuan Pelayanan Nasabah Prioritas Pada Bank BNI Syariah Kantor BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin, Pada Skripsi Institut Agama Islam Negeri Antasari, Banjarmasin 2016 M/1437 H.

Nurkholifah Ita, “Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah”, *Jurnal Khatulistiwa-Journal Of Islamic Studies*, Volume 04, No 1, Maret 2017.

Pratama Reza, “Mekanisme dan Keuntungan Produk Tabungan Prioritas Yang Ditawarkan PT. Bank Sumut Syariah KCP Kisaran Kepada Nasabah”, *Skripsi UINSU*, 2019.

Rosaliza Mita, “Sebuah Interaksi Komunikasi Dalam Penelitian Kualitatif”, *Jurnal Ilmu Budaya*, Volume 11, No. 2, Februari Tahun 2015.

Sholih Harahap Anit, “Strategi Tabungan Prioritas Bank Sumut Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Prioritas Di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan”, *Skripsi Febi IAIN Padangsidempuan* 2020.

Sugiarto Eko, *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan tesis*, Yogyakarta: Suaka Media, 2015.

Surat Edaran Bank Indonesia, *Standar Prosedur Operasional (SPO) No. Dokumen SPOO/PHD/I.PB/ 02, Revisi 3, Tanggal 29 Juni 2012.*

Surat Edaran Bank Indonesia, Standar Prosedur Operasional (SPO) No. DokumenSPOO/PHD/I.PB/ 02, Revisi 3, Tanggal 29 Juni 2012.

Surat Edaran Operasi No. 7/038/OPS, tanggal 5 Desember 2005 Revisi Priority Banking.

Usman Hafid, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online, *Pada Skripsi Manajemen Pemasaran Program Studi Manajemen Universitas Pelita Bangsa*, 2019.

Wardana Pulungan Ari, Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan, *Skripsi IAIN Padangsidempuan*, 2019.

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **c. IDENTITAS PRIBADI**

3. Nama : Purnama Ramadhani
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Tempat/Tanggal Lahir: Padangsidempuan, 12 Desember 2000
6. Anak Ke : 1 (Satu) dari 5 Bersaudara
7. Kewarganegaraan : Indonesia
8. Status : Mahasiswa
9. Agama : Islam
10. Alamat Lengkap : Jl. Sutan Mhd Arif GG Pendidikan,  
Padangsidempuan
11. Telepon/HP : 0852-7017-3857
12. E-mail : purnamaramadhani12@gmail.com

### **d. NAMA ORANG TUA**

1. Nama  
Ayah : Dhoni Achmadi Anas  
Ibu : Devi Elvina Wati Lubis
2. Pekerjaan  
Ayah : Karyawan Swasta  
Ibu : Ibu Rumah Tangga
3. Alamat  
Ayah : Jl. Sutan Mhd Arif Gg Pendidikan, Padangsidempuan

Ibu : Jl. Sutan Mhd Arif Gg Pendidikan, Padangsidempuan

e. **PENDIDIKAN**

1. SD Negeri 089 (2007-2013)
2. SMP Negeri 1 Padangsidempuan (2013-2016)
3. SMK Negeri 1 Padangsidempuan (2016-2019)
4. UIN SYAHADA Padangsidempuan (2019 - Sekarang)

f. **MOTTO HIDUP**

Profesional, Jujur, & Bertanggung jawab merupakan kunci kesuksesan

## **Daftar Lampiran**

### **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN *PRIORITY BANKING OFFICER* (PBO) DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH *PRIORITY***

**(STUDI KASUS PADA PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN)**

**Informan : Pegawai Bank Sumut Syariah, Nasabah  
Daftar Pertanyaan Pegawai Bank Sumut Syariah**

1. Penerapan strategi tabungan prioritas bank Sumut Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan.
  - a. Bagaimana cara PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan dalam menerapkan strategi untuk memasarkan produk tabungan prioritas
  - b. Bagaimana cara yang diambil oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan dalam memahamkan karyawan mengenai penerapan strategi untuk produk tabungan prioritas?
  - c. Apakah ada kesulitan dalam penerapan strategi untuk produk tabungan prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan?
  - d. Apa saja proses yang harus dilalui dalam penerapan strategi untuk produk tabungan prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan?
  
2. Tabungan prioritas bank Sumut Syariah mampu dalam meningkatkan jumlah nasabah prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan.
  - a. Apakah jumlah nasabah prioritas mengalami peningkatan sejak 2020 sampai dengan akhir tahun 2023?
  - b. Apakah nasabah antusias menjadi nasabah prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan?
  - c. Apakah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan sudah menjalankan seluruh layanan istimewa produk tabungan prioritas?
  - d. Apakah layanan istimewa produk tabungan prioritas mampu menarik perhatian nasabah untuk menjadi nasabah prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan?

## **Pedoman Wawancara Untuk Marketing PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan**

1. Penerapan strategi tabungan prioritas bank Sumut Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.
  - a. Apa langkah yang dilakukan marketing dalam menerapkan strategi untuk produk tabungan prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?
  - b. Apa kendala yang dirasakan oleh marketing dalam penerapan strategi untuk produk tabungan prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?
  - c. Apa saja proses yang harus dilakukan oleh pihak marketing dalam menerapkan strategi untuk produk tabungan prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?
  - d. Bagaimana cara marketing menerapkan strategi produk tabungan prioritas agar mampu menarik perhatian nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?
  
2. Tabungan prioritas bank Sumut Syariah mampu dalam meningkatkan jumlah nasabah prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?
  - a. Bagaimana respon nasabah yang dijumpai oleh marketing dilapangan ketika marketing menjelaskan tentang layanan istimewa yang ditawarkan oleh produk tabunga prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?
  - b. Apakah nasabah dilapangan sudah mengetahui tentang detail produk tabungan prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?
  - c. Apaka nasabah yang dijumpai tertarik untuk menajdi nasabah prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?
  - d. Apakah produk tabungan prioritas memberikan progress yang baik terhadap peningkatan jumlah nasabah prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?

## **Pedoman Wawancara Untuk Customer Service PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan**

1. Penerapan strategi tabungan prioritas bank Sumut Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.
  - a. Bagaimana cara customer service dalam memasarkan produk tabungan prioritas kepada nasabah yang memiliki DPK RP. 250.000.000?
  - b. Apa langkah yang dilakukan customer service dalam menerapkan strategi tabungan prioritas agar mampu memberikan dampak positif terhadap perkembangan jumlah nasabah prioritas?
  - c. Apa kendala bagi customer service dalam proses penerapan strategi tabungan prioritas?
  - d. Apakah customer service memiliki teknik tersendiri dalam meminimalisir kendala- kendala dalam penerapan strategi tabungan prioritas?
  
2. Tabungan prioritas bank Sumut Syariah mampu dalam meningkatkan jumlah nasabah prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.
  - a. Apakah nasabah tertarik dengan layanan istimewa produk tabungan prioritas PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?
  - b. Apakah upaya yang dilakukan customer service untuk menarik perhatian nasabah terhadap produk tabungan prioritas PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?
  - c. Bagaimana customer service meyakinkan calon nasabah tentang layanan istimewa yang ditawarkan produk tabungan prioritas?
  - d. Apakah tabungan prioritas populer dikalangan nasabah yang memiliki DPK RP. 250.000.000?

## **Instrument Wawancara dengan Nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan**

1. Mengetahui tentang produk pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan terhadap Nasabah.
  - a. Apakah bapak/ibu telah mengetahui adanya produk tabungan prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?
  - b. Apakah bapak/ibu merasa tertarik untuk menjadi nasabah prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?
  - c. Apakah bapak/ibu merasa keberatan dengan saldo yang ditentukan untuk menjadi nasabah prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?

- d. Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang produk tabungan prioritas PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?
  - e. Jika bapak/ibu mempunyai saldo yang cukup apakah bapak/ibu akan membuka tabungan prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?
2. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.
- a. Apakah bapak/ibu telah mengetahui layanan istimewa yang ditawarkan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah jika bapak/ibu sudah menjadi nasabah prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?
  - b. Apakah bapak/ibu berencana untuk menjadi nasabah prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?
  - c. Apakah bapak/ibu akan mengajak anggota keluarga yang lain agar menjadi nasabah prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?
  - d. Apakah bapak/ibu merasa keberatan jika salah satu dari layanan istimewa tabungan prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah tidak bisa dipergunakan di kota Padangsidempuan?
  - e. Apakah bapak/ibu merasa kebertan jika biaya penalty perbulan yang sedikit lebih besar disbanding tabungan biasa jika sudah menjadi nasabah prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?

Pembimbing Wawancara

Pembimbing Wawancara

**Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M.**  
**NIP.19790720 201101 1 005**

**Ferri Alfadri, S.E.I., M.E.**  
**NIP. 19940928 202012 1 007**

## INSTRUMEN WAWANCARA

### ANALISIS STRATEGI PEMASARAN *PRIORITY BANKING OFFICE* (PBO) DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH *PRIORITY* (PADA PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN)

Nama : Nona Soraya Pasaribu

Jenis Kelamin : Perempuan

No. Informan : 01

Jabatan : Teller

NO	PERTANYAAN	HASIL WAWANCARA
1	Bagaimana cara customer service dalam memasarkan produk tabungan prioritas kepada nasabah yang memiliki DPK Rp. 250.000.000?	Hal ini biasanya diterapkan kepada nasabah Existing yaitu nasabah yang pasti sudah memiliki rekening di Bank Sumut. Akan dihubungi jika memiliki saldo Rp. 250.000.000 minimal yang dipelihara dalam jangka waktu 3 bulan keatas menjadi sasaran (dihubungi via telepon atau dari teller) yang mempunyai saldo Rp. 250.000.000 akan ditawarkan produk prioritas.
2	Apa langkah yang dilakukan customer service dalam menerapkan strategi tabungan prioritas agar mampu memberikan dampak positif terhadap perkembangan jumlah nasabah prioritas	Yang dilakukan customer service agar memberikan dampak positif terhadap perkembangan nasabah prioritas yaitu memberikan perbedaan sasaran dengan prospek nasabah baru dan melakukan penawaran terhadap nasabah Existing
3	Apa kendala bagi customer service dalam proses penerapan strategi tabungan prioritas?	Kendala bagi customer service yaitu, adanya persaingan dengan Bank lain, adanya fluktuatif uang nasabah dan persyaratan sebagai sebagai nasabah prioritas menjadi salah satu faktor penghambat
4	Apakah customer service memiliki tehnik tersendiri dalam meminimalisir kendala - kendala dalam penerapan strategi tabungan prioritas?	Teknik tersendiri tidak ada, namun lebih meningkatkan kualitas layanan. Lebih menawarkan keunggulan - keunggulan yang ada mengenai layanan prioritas. Menjalin hubungan komunikasi yang baik dengan nasabah

		merupakan langkah meminimalisir kendala penerapan strategi tabungan prioritas
5	Apakah nasabah tertarik dengan layanan istimewa produk tabungan prioritas PT Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?	Ya, nasabah tertarik dengan layanan istimewa karena tidak adanya antri, mendapatkan diskon voucher belanja ditempat yang sudah bekerja sama dengan Bank Sumut Syariah
6	Apakah upaya yang dilakukan customer service untuk menarik perhatian nasabah terhadap produk tabungan prioritas PT Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan	Upaya yang dilakukan untuk menarik minat nasabah yaitu dengan fokus kepada layanan terbaik dan menjalin hubungan keluarga terhadap nasabah
7	Bagaimana cara customer service meyakinkan calon nasabah tentang layanan istimewa yang ditawarkan produk tabungan prioritas?	Dengan cara memberikan keunggulan produk & melakukan pengenalan terhadap nasabah untuk mengetahui apa yang diinginkan nasabah
8	Apakah tabungan prioritas populer dikalangan nasabah yang memiliki DPK Rp 250.000.000	Ya, populer dikalangan nasabah karena setiap nasabah Existing akan ditawari produk prioritas



Gambar 1. Wawancara dengan Ibu Nona Soraya Pasaribu selaku *Teller* PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan pada tanggal 12 April 2023 pukul 16:35.



Gambar 2. Wawancara dengan Ibu Nona Soraya Pasaribu selaku *Teller* PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan pada tanggal 12 April 2023 pukul 16:35.

## INSTRUMEN WAWANCARA

### ANALISIS STRATEGI PEMASARAN *PRIORITY BANKING OFFICE* (PBO) DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH *PRIORITY* (PADA PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN)

Nama : Mifta  
Jenis Kelamin : Perempuan  
No Informan : 02  
Jabatan : *Customer Service*

NO	PERTANYAAN	HASIL WAWANCARA
1	Apa langkah yang dilakukan marketing dalam menerapkan strategi untuk produk tabungan prioritas di PT Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?	Langkah yang dilakukan yaitu mengenali culture masyarakat Padangsidempuan dengan adanya istilah raja -raja. Yang suka diperlakukan secara khusus. Dengan prospek nasabah baru (kunjungan) dan menawarkan kepada nasabah Existing
2	Apa kendala yang dirasakan oleh marketing dalam penerapan strategi untuk produk tabungan prioritas di PT Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?	Kendala yang dihadapi marketing yaitu: Persaingan dengan Bank lain, Adanya fluktuatif uang nasabah yang tidak boleh under Rp. 250.000.000 & persyaratan untuk menjadi nasabah prioritas menjadi salah satu kendala
3	Apa saja proses yang harus dilakukan marketing dalam menerapkan strategi untuk produk tabungan prioritas di PT Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?	Proses yang harus dilakukan pihak marketing yaitu melakukan mapping terhadap saldo nasabah dengan pengecekan data nasabah yang sudah sesuai kriteria kemudian dilakukan penawaran & meminta rekomendasi nasabah prioritas untuk merekrut keluarganya ataupun orang -orang yang setara dengan nasabah prioritas
4	Bagaimana cara marketing menerapkan strategi produk tabungan prioritas agar mampu menarik perhatian nasabah di PT Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?	Yaitu, dengan cara service focus, menjual pelayanan terbaik, setiap karyawan menarik nasabah untuk tertarik membuka produk prioritas. Semua karyawan melakukan penawaran produk, tidak harus bidang marketing. Dengan cara memberikan

		Gift dan Merchant jika ada hari spesial nasabah, ( Everybody is marketing)
5	Bagaimana respon nasabah yang dijumpai oleh marketing dilapangan ketika marketing menjelaskan tentang layanan istimewa yang ditawarkan oleh produk tabungan prioritas di PT Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan	Respon nasabah sangat baik karena mengenai layanan prima, customer focus yang ditawarkan seperti layanan bebas antri, mendapatkan layanan prima seperti layanan jeumpa di Bandara Kualanamu, mendapatkan diskon voucher belanja dengan menunjukkan kartu prioritas
6	Apakah nasabah dilapangan sudah mengetahui tentang detail produk tabungan prioritas di PT Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?	Nasabah dilapangan belum semua mengetahui detail produk terutama Nasabah baru dan sebagian nasabah sudah tahu mengenai detail produk terutama Nasabah Existing
7	Apakah nasabah yang dijumpai tertarik untuk menjadi nasabah prioritas di PT Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan	Nasabah yang dijumpai tertarik, namun terkendala pada syarat menjadi nasabah prioritas & harus terikat saldo Rp 250.000.000



Gambar 1. Wawancara dengan Ibu Mifta selaku *customer service* PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan pada tanggal 6 Juli 2023 pukul 16:35.

## INSTRUMEN WAWANCARA

### ANALISIS STRATEGI PEMASARAN *PRIORITY BANKING OFFICE* (PBO) DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH *PRIORITY* (PADA PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN)

Nama : Sonya Safitri

Jenis Kelamin : Perempuan

No. Informan : 03

Jabatan : *Back office*

NO	PERTANYAAN	HASIL WAWANCARA
1	Bagaimana cara PT Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dalam menerapkan strategi untuk memasarkan produk tabungan prioritas?	Dengan membedakan sasaran nasabah, pasti ada nominal uang yang harus dimiliki untuk menjadi nasabah prioritas Nasabah baru : Dilakukan prospek Nasabah Existing: Menghubungi & mengikat nasabah
2	Bagaimana cara yang diambil oleh PT Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dalam memberikan pemahaman karyawan mengenai penerapan strategi untuk produk tabungan prioritas?	Dengan seluruh karyawan wajib mengenali nasabah prioritas, everybody is marketing adanya pelatihan terhadap customer service & marketing dengan adanya surat Edaran terhadap suatu produk ( transfer of knowledge) semua karyawan harus turut andil dalam suatu produk, transfer of knowledge terhadap karyawan yang mendapatkan pelatihan di pusat
3	Apakah ada kesulitan dalam penerapan strategi untuk produk tabungan prioritas di PT Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?	Kesulitan sendiri lebih terkendala sebagai syarat menjadi nasabah prioritas karena dana tersebut harus mengendap & biaya administrasi yang lebih mahal
4	Apa saja proses yang harus dilalui dalam penerapan strategi untuk produk tabungan prioritas di PT Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?	Proses yang harus dilalui yaitu dengan mapping data nasabah yang sesuai kriteria & menjalin link dengan nasabah yang dapat direkomendasikan

5	Apakah jumlah nasabah prioritas mengalami peningkatan sejak 2020 sampai dengan tahun 2023	Ya, jumlah nasabah mengalami peningkatan
6	Apakah nasabah antusias menjadi nasabah prioritas di PT Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan?	Nasabah antusias karena tidak adanya antri & pelayanan khusus yang diberikan namun memiliki kendala pada saldo yang harus mengendap
7	Apakah PT Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan sudah menjalankan seluruh layanan istimewa produk tabungan prioritas?	Belum, karena tidak adanya banking hall yang tersedia seperti dikantor cabang Medan, tidak adanya staff khusus untuk pelayanan prioritas, tidak adanya ruang tunggu & teller khusus untuk nasabah prioritas
8	Apakah layanan istimewa produk tabungan prioritas mampu menarik perhatian nasabah untuk menjadi nasabah prioritas di PT Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan?	Ya, karena adanya wellcoming pack dari pihak bank, untuk melakukan pendekatan terhadap nasabah, mendapatkan info dari kantor pusat terhadap ulang tahun nasabah untuk prepare kado apa yang diinginkan oleh nasabah.



Gambar 1. Wawancara dengan Ibu Sonya selaku *Back Office* PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan pada tanggal 12 April 2023 pukul 16:35.

## INSTRUMEN WAWANCARA

### ANALISIS STRATEGI PEMASARAN *PRIORITY BANKING OFFICE* (PBO) DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH *PRIORITY* (PADA PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN)

Nama : Putri Fadilah  
Jenis Kelamin : Perempuan  
No. Informan : 04  
Pekerjaan : Pengusaha

NO	PERTANYAAN	HASIL WAWANCARA
1	Apakah ibu telah mengetahui adanya produk tabungan prioritas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?	Belum Tahu
2	Apakah ibu merasa tertarik untuk menjadi nasabah prioritas di PT Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?	Tentu saja tertarik, jika bermanfaat bagi saya
3	Apakah ibu merasa keberatan dengan saldo yang ditentukan untuk menjadi nasabah prioritas di PT Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?	Tidak
4	Bagaimana pendapat ibu tentang produk tabungan prioritas PT Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?	Yaitu sering bertransaksi di Bank Sumut dan memiliki saldo yang cukup banyak
5	Jika ibu mempunyai saldo yang cukup apakah ibu akan membuka tabungan prioritas di PT Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan?	Tertarik, jika memiliki uang yang banyak
6	Apakah ibu telah mengetahui layanan istimewa yang ditawarkan oleh PT Bank	Belum

	Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan ?	
7	Apakah ibu berencana untuk menjadi nasabah prioritas di PT Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan	Tentu saja berencana
8	Apakah ibu akan mengajak anggota keluarga yang lain agar menjadi nasabah prioritas di PT Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan?	Tentu saja akan mengajak jika saldonya sudah cukup
9	Apakah ibu merasa keberatan jika salah satu dari layanan istimewa tabungan prioritas di PT Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan tidak bisa dipergunakan di kota Padangsidimpuan	Sedikit keberatan
10	Apakah ibu merasa keberatan jika biaya penalty perbulan yang sedikit lebih besar dibanding tabungan biasa jika sudah menjadi nasabah prioritas di PT Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan	Tidak, karena layanan yang diberikan lebih bagus daripada produk lain.



Gambar 1. Wawancara dengan Ibu Putri Fadila selaku Pengusaha (nasabah prioritas) PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan pada bulan Agustus 2023 pukul 10.00 wib.



Gambar 2. Wawancara dengan Ibu Putri Fadila selaku Pengusaha (nasabah prioritas) PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan pada bulan Agustus 2023 pukul 10.00 wib.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022  
Website: [uinsyahada.ac.id](http://uinsyahada.ac.id)

Nomor : 3956 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00/07/2023 / Juli 2023  
Hal : Mohon Izin Riset

**Yth. Pimpinan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.**

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan menerangkan bahwa:

Nama : Purnama Ramadhani  
NIM : 1940100196  
Semester : VIII (Delapan)  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "Analisis Pemasaran Priority Banking Officer (PBO) dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Priority pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

a.n Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
dan Kelembagaan

  
Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

**CABANG SYARIAH :** Padangsidimpuan

Nomor : 343/KCSy02-Ops/L/2023  
Lampiran : -

**KANTOR PUSAT**  
Jl. Imam Bonjol No. 18, Medan  
Phone : (061) 415 5100 - 451 5100  
Facsimile : (061) 414 2937 - 451 2652  
P. Sidimpuan, 31 Juli 2023

Kepada Yth,  
Wakil Dekan Bidang Akademik,  
UIN SYAHADA Padangsidimpuan  
Jl. Tengku Rizal Nurdin Km 4.5 Sihitang  
Di -  
Padangsidimpuan

**H a l : Keterangan Izin Riset**

Assalamu'alaikum Wr. Wb,

Sehubungan dengan surat Bapak No. 3956/Un.28/G.1/G.4c/TL.00/07/2023 tanggal 11 Juli 2023 perihal **Mohon Izin Riset**, dengan ini kami sampaikan sebagai berikut :

1. Permohonan Izin Riset atas nama Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan dengan data data dibawah ini :
  - a. Nama : Purnama Ramadhani
  - b. NIM : 1940100196
  - c. Semester : VIII (Delapan)
  - d. Jurusan : Perbankan Syariah
  - e. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Disetujui untuk melaksanakan riset di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan yang dilaksanakan maksimal 3 (tiga) bulan sejak tanggal surat ini diterbitkan.

2. Selama Riset, mahasiswa tersebut dibimbing oleh Pemimpin PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan serta menjaga rahasia Bank dan diharapkan mensosialisasikan keberadaan PT. Bank SUMUT dilingkungannya.
3. Setelah mahasiswa selesai dalam penulisan Skripsi, Mahasiswa tersebut diwajibkan menyerahkan 1 (satu) eksemplar Skripsi kepada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

Demikian agar dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb,  
PT. Bank SUMUT  
KCSy Padangsidimpuan



**JULI DAMAYANTI HASIBUAN**  
Pinsie Operasional Cabang

CC : - Peringgal