

**BAB III**  
**KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN IB**  
**MASLAHAH**  
**DI PT BANK BJB SYARIAH**

**3.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian yang dilakukan penulis adalah bank **bjb** syariah yang terletak di Jalan Braga No. 135 Bandung. Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau *independent variabel* yang pertama yaitu komunikasi pemasaran (variabel X), kemudian objek penelitian yang menjadi variabel terkait atau *dependent variabel* yaitu minat nasabah (variabel Y).

Pada penelitian ini, objek yang dijadikan responden adalah nasabah tabungan iB Masalahah di bank **bjb** syariah. Oleh karena itu akan diteliti pengaruh komunikasi pemasaran terhadap minat nasabah produk tabungan iB Masalahah di bank **bjb** syariah.

**3.2 Sejarah, Visi dan Misi PT. Bank Jabar Banten Syariah**

Pendirian PT. Bank Jabar Banten Syariah (selanjutnya disebut bank **bjb** syariah) diawali dengan pembentukan Divisi/ Unit Usaha Syariah oleh PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk. pada tanggal 20 Mei 2000 dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Jawa Barat yang mulai tumbuh keinginannya untuk menggunakan jasa perbankan syariah pada saat itu. Setelah sepuluh tahun operasional Divisi/ Unit Usaha Syariah, manajemen PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten berpandangan bahwa untuk mempercepat pertumbuhan usaha syariah serta

mendukung program Bank Indonesia yang menghendaki peningkatan *share* perbankan syariah, maka dengan persetujuan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk. diputuskan untuk menjadikan Divisi/ Unit Usaha Syariah menjadi Bank Umum Syariah.

Sebagai tindak lanjut keputusan RUPS PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk. maka pada tanggal 15 Januari 2010 didirikan bank **bjb** syariah berdasarkan Akta Pendirian Nomor 4 yang dibuat oleh Notaris Fathiah Helmi dan telah mendapat pengesahan dari kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor AHU.04317.AH.01.01 Tahun 2010 tanggal 26 Januari 2010.

Pada saat pendirian, bank **bjb** syariah memiliki modal disetor sebesar Rp. 500.000.000.000 (lima ratus miliar rupiah). Kepemilikan saham bank **bjb** syariah dimiliki oleh PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk. dan PT. Banten Global Development dengan komposisi PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk. sebesar Rp. 495.000.000.000 (empat ratus sembilan puluh lima miliar rupiah) dan PT. Banten Global Development sebesar Rp. 5.000.000.000 (lima miliar rupiah).

Pada tanggal 6 Mei 2010 bank **bjb** syariah memulai usahanya, setelah diperoleh Surat Ijin Usaha dari Bank Indonesia Nomor 12/629/DPbs tertanggal 30 April 2010, dengan terlebih dahulu dilaksanakan *cut off* dari Divisi/ Unit Usaha Syariah PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk. yang menjadi cikal bakal bank **bjb** syariah.

Kemudian pada tanggal 21 Juni 2011 berdasarkan akta Nomor 10 tentang penambahan modal disetor yang dibuat oleh Notaris Popy Kuntari Sutresna dan telah mendapat pengesahan dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Tahun 2011 tertanggal 25 Juli 2011, PT. Banten Global Development menambahkan modal sebesar Rp. 7.000.000.000 (tujuh miliar rupiah). Sehingga total saham seluruhnya menjadi Rp. 507.000.000.000 (lima ratus tujuh miliar rupiah). Pada tanggal 31 Juli 2012, berdasarkan akta Nomor 27 perihal Pelaksanaan putusan RUPS lainnya tahun 2012, PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk. dan PT. Banten Global Development menambahkan modal disetor sehingga total modal PT. Bank **bjb** syariah menjadi sebesar Rp. 609.000.000.000 (enam ratus sembilan miliar rupiah) dengan komposisi PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk. sebesar Rp. 595.000.000.000. (lima ratus sembilan puluh lima miliar rupiah) dan PT. Banten Global Development sebesar Rp. 14.000.000.000 (empat belas miliar rupiah).

Saat ini bank **bjb** syariah berkedudukan dan berkantor pusat di kota Bandung, Jl. Braga No. 135 dan telah memiliki 8 Kantor Cabang, 53 Kantor Cabang Pembantu, 3 Kantor Gerai, 1 Kantor Kas dan 66 jaringan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) yang tersebar di beberapa daerah di Provinsi Jawa Barat, Banten dan DKI Jakarta.

Visi bank **bjb** syariah yaitu “Menjadi 5 Bank Umum Syariah terbesar, sehat dan berkinerja baik di Indonesia”. Adapun Misi bank **bjb** syariah yakni:

1. Memberikan layanan perbankan syariah secara amanah dan profesional.
2. Mendorong pertumbuhan perekonomian daerah melalui peningkatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).
3. Memberikan nilai tambah bagi *stakeholders*.

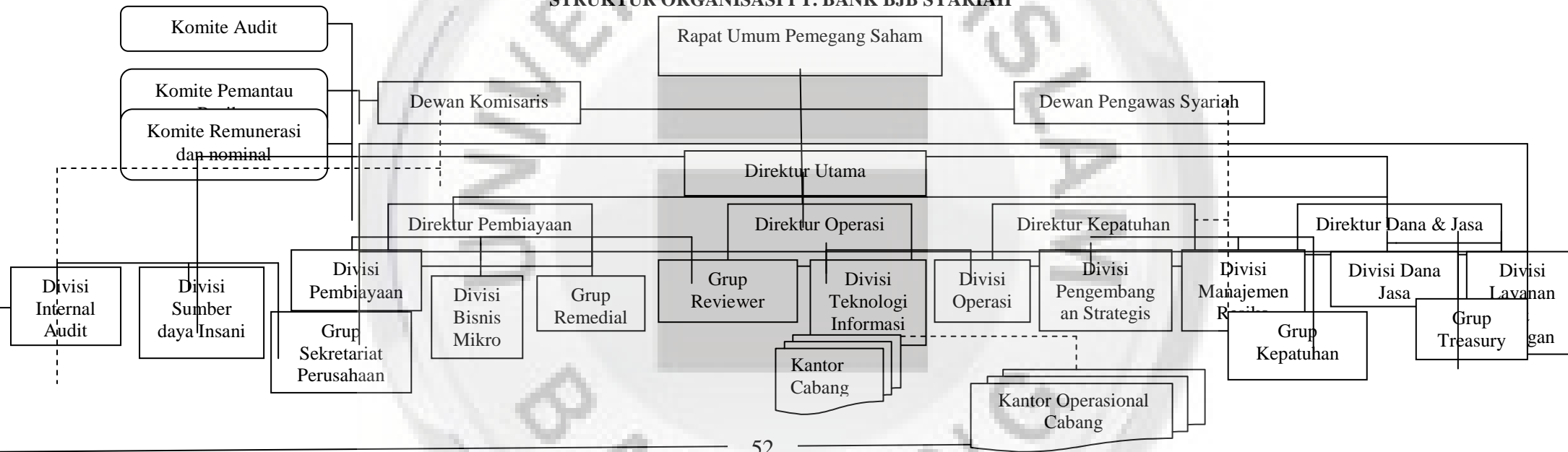
Selain itu, bank **bjb** syariah menganut nilai – nilai yang dijadikan pedoman dalam menjalankan kegiatan usahanya, yaitu :

1. Kemitraan
2. Keterbukaan
3. Kecepatan Layanan
4. Amanah
5. Maslahah
6. Keunikan

### 3.3 Struktur Organisasi

Gambar 3.1

#### STRUKTUR ORGANISASI PT. BANK BJB SYARIAH



### 3.4 Uraian Jabatan

#### 1. Direktur Utama

##### a. *Quality Assurance* (Internal Audit)

- 1) Menyusun Rencana Bisnis Bank bidang *Quality Assurance*.
- 2) Melakukan pengawasan terhadap auditor internal dan memeberikan saran perbaikan serta informasi yang objektif atas hasil pengawasan yang dilakukan.

##### b. Sekretariat Perusahaan (*Corporate Secretary*)

- 1) Menyusun Rencana Bisnis Bank bidang Sekretariat Perusahaan.
- 2) Memformulasikan, melaksanakan dan mengembangkan strategi *public relation* internal dan eksternal untuk meningkatkan citra positif dan reputasi bank.

##### c. Divisi Sumber Daya Insani

- 1) Menyusun Rencana Bisnis Bank bidang Operasional dan Pelayanan SDI.
- 2) Mengkoordinir pelayanan dan administrasi untuk pemberian kompensasi kepada pegawai.  
Mengkoordinir pembelian dan pembayaran tagihan kantor.

#### 2. Direktur Pembiayaan

##### a. Divisi Pembiayaan

- 1) Menyusun Rencana Bisnis Bank bidang pembiayaan Konsumer (termasuk Mitra Emas).
- 2) Kebijakan dan pedoman terkait pembiayaan Konsumer.

##### b. Pembiayaan Mikro

- 1) Menyusun Rencana Bisnis Bank bidang pembiayaan ritel (termasuk Garansi Bank).

- 2) Kebijakan dan pedoman terkait pembiayaan ritel.

c. Grup Remedial

- 1) Menyusun Rencana Bisnis Bank bidang Remedial.

- 2) Melakukan upaya untuk membantu cabang dalam penyelesaian pembiayaan bermasalah (khususnya pembiayaan dengan kolektabilitas 3, 4 dan 5).

d. Grup Reviewer

- 1) Melakukan review atas proposal pembiayaan (NUP & Remarks), yaitu dengan menganalisa asumsi – asumsi perhitungan dalam usulan BU, mengkaji kesesuaian persyaratan pembiayaan dalam usulan BU dengan peraturan internal bank/ pedoman pembiayaan terhadap usulan pembiayaan yang menjadi limit/ kewenangan Kantor Pusat.

- 2) Mengembangkan Perangkat Aplikasi Pembiayaan untuk mendukung proses review dan evaluasi pembiayaan.

**3. Direktur Operasi**

a. Teknologi Informasi

- 1) Menyusun Rencana Bisnis Bank bidang Pengembangan Teknologi Informasi.

- 2) Memonitor dan melakukan pengembangan *core banking system*, *switching*, dan *non-core banking system*.

b. Divisi Operasi

- 1) Menyusun Rencana Bisnis Bank bidang Operasi.

- 2) Melakukan pemeriksaan secara langsung (*on site supervision*) dan/ atau pengawasan secara tidak langsung (*of site supervision*) bidang keuangan, akuntansi dan operasional serta memberikan saran perbaikan dan informasi yang objektif agar sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

#### **4. Direktur Kepatuhan**

- a. Divisi Perencanaan dan Pengembangan Strategis
  - 1) Membuat, merumuskan dan mengembangkan strategi (*strategy formulation*) perusahaan meliputi Visi, Misi, Tujuan dan Strategi Perusahaan serta Kebijakan Manajemen
  - 2) Membuat program (*project*) yang dapat menunjang pengembangan bisnis bank.
- b. Divisi Manajemen Risiko
  - 1) Menyusun Rencana Bisnis Bank bidang Manajemen Risiko.
  - 2) Memonitor dan *review* kecukupan kebijakan, pedoman dan prosedur produk dan aktivitas bank.
- c. Kepatuhan
  - 1) Menyusun Rencana Bisnis Bank bidang Kepatuhan.
  - 2) Memastikan seluruh produk, aktivitas bank dan prosedur yang ada sesuai dengan ketentuan eksternal, fatwa DSN-MUI dan opini Dewan Pengawas Syariah.

#### **5. Direktur Dana dan Jasa**

- a. Divisi Dana dan Jasa
  - 1) Menyusun Rencana Bisnis Bank bidang Pembiayaan Komersial.
  - 2) Melaksanakan strategis bisnis pembiayaan komersial berdasarkan analisa pasar, produk dan layanan yang dimiliki perusahaan untuk mengembangkan bisnis komersial yang menguntungkan.



3) Membuat dan mengembangkan produk pembiayaan komersial.

b. Divisi Pelayanan dan Jaringan

- 1) Menyusun Rencana Bisnis Bank bidang Jaringan dan Layanan.
- 2) Melakukan riset untuk pengembangan layanan dan jaringan bisnis.

c. Treasury

- 1) Menyusun Rencana Bisnis Bank bidang Treasury.
- 2) Membuat kebijakan, prosedur dan SOP bidang Treasury.
- 3) Melaksanakan pemantauan terhadap likuiditas bank.

**6. Divisi Internal Audit**

a. Kantor Operasional Cabang

- 1) Mengkoordinir pelaksanaan layanan transaksi, administrasi pembiayaan serta kegiatan operasional perbankan di Kantor Cabang untuk mendukung pencapaian target yang ditetapkan dalam *goal setting*.
- 2) Fokus pada mendukung secara operasional dalam mendukung pencapaian *goal setting*.

**Produk yang Ditawarkan**

**a. Produk Simpanan**

1) Tabungan iB Masalah

Tabungan iB Masalah adalah produk tabungan yang disiapkan oleh bank **bjb** syariah untuk memenuhi kebutuhan aktivitas transaksi sehari – hari nasabah. Tabungan ini diperuntukkan bagi perorangan dan badan hukum (Perseroan Terbatas, Yayasan, Koperasi) serta Badan Usaha (CV dan Firma) yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati.

Pilihan bagi nasabah yang akan menggunakan produk ini adalah *Al-Wadiah Yadh Dhamanah* dan *Mudharabah Mutlaqah*.

2) Tabungan Anak iB Masalahah

Tabungan Anak iB Masalahah merupakan produk tabungan yang diperuntukkan bagi anak – anak usia sekolah dengan tujuan membudayakan kebiasaan menabung dan memanfaatkan layanan perbankan syariah sejak dini.

3) Tabungan Haji iB Masalahah

Tabungan Haji iB Masalahah merupakan produk tabungan khusus untuk persiapan biaya ibadah haji yang dikelola secara profesional dan aman sesuai syariah.

4) Giro iB Masalahah

Giro iB Masalahah adalah fasilitas simpanan dana dalam mata uang rupiah yang memungkinkan transaksi penarikan sewaktu – waktu dengan menggunakan cek atau bilyet giro.

5) Deposito iB Masalahah

Deposito iB Masalahah merupakan investasi dengan prinsip *Mudharabah Mutlaqah* (bagi hasil) dalam mata uang rupiah yang penarikannya dilakukan sesuai dengan pilihan jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan.

**b. Produk Pembiayaan**

1) Mitra Emas iB Masalahah

Mitra Emas iB Masalahah adalah produk yang hadir sebagai solusi keuangan terbaik ketika membutuhkan uang tunai tanpa harus kehilangan emas sebagai

investasi berharga. Mitra Emas iB Masalah merupakan fasilitas pembiayaan dengan jaminan berupa emas dengan mengikuti prinsip gadai.

2) Pembiayaan Kepemilikan Emas iB Masalah

Pembiayaan Kepemilikan Emas iB Masalah hadir untuk memfasilitasi yang berkeinginan untuk memiliki emas batangan atau perhiasan dengan objek agunan emas yang dibelinya sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh bank.

3) Pembiayaan Kepemilikan Rumah iB Masalah

Pembiayaan Kepemilikan Rumah iB Masalah adalah produk yang memfasilitasi dan memberikan keleluasaan bagi calon nasabah untuk memiliki rumah idaman dalam bentuk perumahan, ruko, apartemen dan kavling siap bangun atau renovasi.

4) Pembiayaan Kepemilikan Kendaraan Bermotor iB Masalah

Pembiayaan Kepemilikan Kendaraan Bermotor iB Masalah adalah produk yang hadir sebagai sarana untuk memperoleh pembiayaan mobil baru, mobil bekas, pembelian sepeda motor baru maupun *take over* pinjaman mobil dengan syarat yang mudah, cepat dan ringan serta sesuai syariah.

5) Pembiayaan Serbaguna iB Masalah

Pembiayaan Serbaguna iB Masalah adalah produk yang hadir sebagai sarana untuk memperoleh pembiayaan untuk berbagai keperluan seperti untuk tujuan ibadah haji, umrah, kesehatan, pendidikan dan wisata dengan kriteria yang ditetapkan oleh bank **bjb** syariah.

#### 6) Pembiayaan Produktif – Pembiayaan Modal Kerja

Pembiayaan Modal Kerja adalah fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada calon nasabah/ nasabah perorangan maupun perusahaan untuk membiayai aktiva lancar atau untuk membiayai modal kerja yang habis dalam satu siklus usaha dan dapat diperpanjang sesuai kebutuhan. Jenis Pembiayaan Modal Kerja bank **bjb** syariah yaitu PMK Kontraktual Jasa Pemborongan, PMK Menurun (*Afofend*), PMK Fluktuatif (*Seasonal*).

#### 7) Pembiayaan Produktif – Pembiayaan Investasi

Pembiayaan Investasi (PI) adalah pembiayaan jangka menengah atau jangka panjang untuk pembelian barang – barang modal beserta jasa yang diperlukan untuk pendirian proyek baru, rehabilitasi, modernisasi, ekspansi atau relokasi proyek yang sudah ada. Jenis – jenis Pembiayaan Investasi yaitu, PI properti, PI alat transportasi, PI mesin dan/ atau alat – alat berat, PI peralatan/ perlengkapan usaha, PI proyek baru, PI agrobisnis dan PI infrastruktur.

### c. Produk Jasa

#### 1) *High Value Transfer* (HVT)

merupakan fasilitas pemindahan dana khusus dari rekening giro atau tabungan ke rekening giro atau tabungan dalam nilai besar yang dilakukan secara *realtime online* dan elektronik yang disediakan oleh nasabah anggota ATM Bersama maupun *walk in customer* dengan menggunakan *dilevery channel* tertentu agar dapat melakukan transaksi transfer dana dengan nilai lebih dari Rp. 25.000.000,- s.d Rp. 50.000.000,- dalam 1 kali transaksi.

2) Layanan 3 in 1 Masalahah (Jemput Masalahah, *Card* Masalahah & *Mobile* Masalahah)

Jemput Masalahah adalah layanan yang diberikan oleh bank **bjb** syariah untuk memenuhi kebutuhan calon nasabah dengan cara mendatangi langsung tempat calon nasabah.

*Card* Masalahah adalah kartu tabungan instan yang merupakan produk turunan dari Tabungan iB Masalahah.

*Mobile* Masalahah merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan oleh bank **bjb** syariah yang dapat digunakan nasabah kapan saja dan dimana saja selama 24 jam *realtime online* menggunakan jaringan komunikasi data dari ponsel. *Mobile* Masalahah memberikan kemudahan dan kenyamanan bertransaksi bagi nasabah melalui fitur – fitur yang dimilikinya.

3) Layanan RTGS

Layanan RTGS merupakan layanan jasa transfer uang dalam mata uang rupiah antar bank baik dalam satu kota maupun kota yang berbeda secara *realtime*.

4) Layanan Kliring

Layanan Kliring merupakan layanan jasa pembayaran untuk memperlancar transaksi pertukaran warkat (bisa berupa cek, giro/ bilyet giro, nota debit/ kredit dan lainnya) atau data keuangan elektronik antar peserta (bank) kliring baik atas nama peserta (bank) maupun atas nama nasabah peserta yang perhitungannya diselesaikan pada waktu tertentu, dimana lokasi bank yang ditarik warkatnya berada di dalam satu wilayah kliring.

5) Layanan Pembayaran Zakat, Infaq dan Sadaqah

bank **bjb** syariah bekerja sama dengan 4 Lembaga Amil Zakat (LAZ) untuk menerima setoran dana zakat, infaq dan sadaqah melalui ATM bank **bjb** syariah dan *teller counter* cabang **bjb** syariah. LAZ yang telah bekerja sama dengan bank **bjb** syariah adalah Dompot Dhuafa, Dompot Peduli Umat Daarut Tauhiid (DPU-DT), Rumah Zakat dan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS).

6) Aliansi – *Payment Point Online Bank* (PPOB)

PPOB merupakan sistem pembayaran tagihan *biller* secara *online* dengan pihak bank sebagai penyelenggara sekaligus penampung dana yang dikelola oleh perorangan atau badan usaha yang telah bermitra dengan bank **bjb** syariah.

### 3.5 Tabungan iB Masalahah

Tabungan iB Masalahah adalah produk tabungan yang disiapkan oleh bank **bjb** syariah untuk memenuhi kebutuhan aktivitas transaksi sehari – hari nasabah. Tabungan ini diperuntukkan bagi perorangan dan badan hukum (Perseroan Terbatas, Yayasan, Koperasi) serta Badan Usaha (CV dan Firma) yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati. Pilihan bagi nasabah yang akan menggunakan produk ini adalah *Al-Wadiah Yadh Dhamanah* dan *Mudharabah Mutlaqah*.

Keunggulan Tabungan iB Masalahah :

1. Aman dan terjamin, karena diikutsertakan dalam program penjaminan pemerintah
2. Transaksi penyetoran dan penarikan tunai real on line di seluruh kantor cabang bank **bjb** syariah

3. Dengan fasilitas kartu ATM bank **bjb** syariah, akan memberikan kemudahan dan manfaat bagi Anda, seperti:

- 1) Kemudahan tarik tunai di lebih dari 75.000 ATM berlogo ATM bersama dan 65.000 ATM Berlogo PRIMA
- 2) Tersedia fasilitas *Mobile Banking*
4. Tersedia fasilitas autodebet zakat, jika nasabah menghendaki
5. Dana yang dititipkan akan dikelola bank, yang insya allah membawa barokah bagi nasabah dan juga bank, bebas riba
6. Bonus dapat diberikan sesuai dengan kebijakan Bank dan Bagi Hasil sesuai dengan nisbah yang disepakati.

### **3.6 Kegiatan Komunikasi Pemasaran pada bank bjb syariah**

Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya sangat ditentukan oleh kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan. Kegiatan komunikasi tersebut dimaksudkan sebagai suatu usaha dalam rangka memperkenalkan dan menawarkan suatu produk atau jasa kepada masyarakat. Salah satu kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh bank **bjb** syariah adalah *advertising* yang dirasakan cukup efektif dalam berkomunikasi dengan masyarakat. Untuk memasarkan produk tabungan iB Maslahah ini agar lebih dikenal masyarakat luas dan juga diharapkan banyak yang membeli produk ini haruslah dipromosikan dengan tepat. Promosi yang dilakukan bank **bjb** syariah adalah :

a. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan merupakan cara yang paling tepat digunakan untuk menginformasikan dan menciptakan kesadaran akan adanya produk tabungan iB Masalah, sehingga akan menarik perhatian masyarakat agar mau menabung di bank **bjb** syariah. Kegiatan promosi periklanan yang dilakukan bank **bjb** syariah dalam mempromosikan produknya adalah sebagai berikut :

1. Iklan televisi, pada umumnya media televisi diakui sebagai media yang paling berpengaruh dan menjangkau spektrum konsumen. Iklan televisi dapat menjadi saran efektif yang menunjukkan secara langsung atribut-atribut produk dan menjelaskan secara persuasif manfaat-manfaat produk yang berhubungan dengan konsumen. Biasanya bank **bjb** syariah melakukan promosi iklan di televisi RCTI

Televisi : RCTI

Waktu : 17 Juli 2013

Durasi : 34 detik

Isi Iklan : Capek lama menunggu? Hubungi bank **bjb** syariah  
*call* 022 72272727 jemput masalah card  
 kecepatan aktivasi dalam hitungna detik  
 mempermudah semua transaksi perbankan syariaah  
 anda. Cepat, mudah tanpa masalah.

2. Koran, merupakan media yang dipilih oleh bank **bjb** syariah seperti di surat harian Pikiran Rakyat dan Republika.



Koran : Republika

Waktu : 20 Maret 2015

Isi : **Mobile Masalah** kemudahan di Ujung Jari tidak perlu ke Bank atau ATM, bisa digunakan di lebih dari 700 jenis handphone, segera download di App Store, Google play, BlackBerry Word. Beli vocher, bayar tagihan, transfer, cek mutasi dan cek saldo. Salam masalah 1500-727.

Koran : Pikiran Rakyat

Waktu : 19 Maret 2015

Isi : Ayo ikut Lock and Win bank **bjb** syariah. Hadiah yang diberikan sangat beragam, yaitu mulai dari perlengkapan rumah tangga, gadget, sepeda motor dan mobil.

3. Radio, bank **bjb** syariah menggunakan iklan di radio untuk menargetkan konsumen karena melihat pangsa pasar di Jawa Barat dan Banten rata-rata setiap harinya mendengarkan radio yaitu PRO 2 FM.

Waktu : 25 Maret 2015

Durasi : 30 detik

Isi : Mamah : pah,, mama pengen beli mobil tapi gak punya uang.  
Papah : mama kita itu gak perlu beli,, cukup dengan menabung di bank **bjb** syariah aja kita bisa dapat hadiah mobil.

Mama : wah yang bener pah??

X : benar sekali,, jika anda menabung di bank **bjb** syariah anda berkesempatan mendapatkan hadiah mobil dengan syarat dan ketentuan berlaku.

b. Hubungan Masyarakat dan Publisitas

Beragam program yang dirancang untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atau produk individunya. Bentuk publisitas yang dilakukan bank **bjb** syariah yaitu sponsorship program Advertorial, Opera Van Java, Hitam Putih, dan Bincang tuntas bisnis syariah bersama Syakir Sulla dan Safii Antonio.

1. Televisi : TV One
- Waktu : 14 agustus 2013
- Durasi : 20 menit 45 detik
- Bentuk : Sponsor

Nama Acara : Bincang tuntas bisnis syariah bersama Syakir Sulla dan Safii Antonio.

Judul : Geliat **bjb** syariah

Narasumber : A. Riawan Amin (selaku Direktur Utama bank **bjb** syariah)

Kesimpulan :Perkembangan, kinerja dan program ke depan bank **bjb** syariah

2. Televisi : Metro Tv

Waktu : 12 februari 2013

Durasi : 6 menit  
 Bentuk : Sponsor  
 Nama Acara : Advertorial

3. Televisi : Trans 7  
 Waktu : 20 september 2013  
 Durasi : 1 jam  
 Bentuk : Sponsor  
 Nama Acara : Hitam Putih

4. Televisi : Trans 7  
 Waktu : 27 Oktober 2011  
 Durasi : 1 jam 20 menit  
 Bentuk : Sponsor  
 Nama Acara : Opera Van Java

c. Pemasaran Langsung

Penggunaan saluran langsung konsumen untuk menjangkau dan mengirimkan barang dan jasa kepada pelanggan tanpa menggunakan perantara pemasaran. Kegiatan pemasaran interaktif yang dilakukan bank **bjb** syariah dalam mempromosikan produknya adalah sebagai berikut :

- 1) Website, bank **bjb** syariah menggunakan website untuk menjangkau nasabah tanpa menggunakan perantara yaitu [www.bankbjbsyariah.co.id](http://www.bankbjbsyariah.co.id)

Waktu : 24 jam

Isi : website bank **bjb** syariah [www.bankbjbsyariah.co.id](http://www.bankbjbsyariah.co.id)

berisi seluruh informasi tentang bank **bjb** syariah antara lain :

a. Sekilas tentang bank **bjb** syariah, mulai dari sejarah berdirinya, visi dan misi serta struktur bank **bjb** syariah.

b. Berita, di website ini bank **bjb** syariah menuliskan segala kegiatan yang dilakukan bank **bjb** syariah seperti peresmian kantor cabang baru, acara Milad **bjb** syariah dan kerja sama dengan Forum Silaturahmi Pondok Pesantren (FSPP) provinsi Banten.

c. Karir

1. Pendidikan dan Pelantikan, bank **bjb** syariah memberikan pendidikan dan pelatihan kepada seluruh karyawan dalam rangka meningkatkan mutu atau kualitas sumber daya manusia yang pada dasarnya merupakan kewajiban perusahaan dan setiap pegawai.

2. Informasi karir, bank **bjb** syariah akan memberikan informasi lowongan kerja kepada masyarakat seperti jabatan yang dibutuhkan dan persyaratannya.

d. Produk dan Jasa

1. Produk penghimpun dana

Menginformasikan seluruh produk penghimpunan dana yang ada di bank **bjb** syariah seperti persyaratan pembukaan rekening, kemudahan yang akan di dapat serta

keunggulan produk tersebut. Produk penghimpunan dana yang terdapat di bank **bjb** syariah antara lain : Tabungan iB Maslahah, Giro iB Maslahah, Deposito iB Maslahah dan Tabungan haji iB Maslahah.

## 2. Produk pembiayaan

Memberikan informasi kepada masyarakat apabila akan mengajukan pembiayaan seperti persyaratan umum.

Adapun produk pembiayaan yang terdapat di bank **bjb** syariah antara lain : pembiayaan produktif yang terdiri dari modal kerja dan investasi sedangkan pembiayaan konsumtif terdiri dari pembiayaan pemilikan kendaraan bermotor iB Maslahah, Pembiayaan pemilikan rumah iB Maslahah, pembiayaan serba guna, dan mitra emas iB Maslahah.

- e. Jaringan, memberikan informasi kepada nasabah mengenai alamat, telepon dan fax kantor cabang, kantor prmbantu, gerai syariah, kantor kas serta jaringan ATM yang terdapat di 3 wilayah yaitu Jawa Barat, Bnaten dan Jakarta.
- f. Perbankan Elektronik, layanan yang diberikan oleh bank **bjb** syariah secara 24 jam melalui ponsel yang diberi nama Mobile Maslahah yang dapat diakses langsung oleh nasabah yang memiliki kartu ATM melalui telepon dengan menggunakan jaringan komunikasi data.

g. Laporan Keuangan, merupakan laporan keuangan yang di publikasikan oleh bank **bjb** syariah dan dapat dilihat oleh seluruh lapisan masyarakat dan institusi baik itu pemegang saham, BI, OJK, LPS maupun masyarakat umum.

2) Email, merupakan media yang dipilih oleh bank **bjb** syariah untuk pengaduan konsumen terhadap pelayanan serta kritik dan saran terhadap bank **bjb** syariah yaitu [corporate@bjbs.co.id](mailto:corporate@bjbs.co.id)

Waktu : 24 jam

Isi : email berfungsi untuk kritik atau saran untuk bank **bjb** syariah yang bis dikirim dengan format sebagai

berikut :

Nama :

Email :

No Telp :

Alamat :

Pertanyaan / pesan :

### 3.7 Hasil Validitas dan Reabilitas

#### 3.7.1 Pengujian Validitas

Uji validasi ditujukan untuk menguji sejauh mana alat ukur dalam hal ini kuesioner mengukur apa yang ingin diukur. Pengujian validasi dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing item skor dengan total skor. Teknik analisis yang digunakan adalah koefisien korelasi *product-moment pearson*, sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Butir yang mempunyai korelasi positif dengan skor total serta korelasi yang tinggi menunjukkan bahwa butir tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula.

Syarat minimum dikatakan valid untuk variabel penelitian adalah  $r = 0,30$ .

**Tabel 3.1**  
**Uji Validitas Variabel Komunikasi Pemasaran**

Item	r korelasi	r kritis	keterangan
1	0.501	0.300	valid
2	0.666	0.300	valid
3	0.482	0.300	valid
4	0.610	0.300	valid
5	0.526	0.300	valid
6	0.608	0.300	valid
7	0.620	0.300	valid

**Tabel 3.2**  
**Uji Validitas Variabel Minat Nasabah**

Item	r korelasi	r kritis	keterangan
1	0.443	0.300	valid
2	0.575	0.300	valid
3	0.488	0.300	valid
4	0.535	0.300	valid
5	0.524	0.300	valid

Berdasarkan hasil uji validitas, diketahui bahwa dalam variabel komunikasi pemasaran dan minat nasabah semua item valid karena nilai  $r$  korelasinya lebih besar dari  $r$  kritis.

### 3.7.2 Reabilitas Instrumen

Analisis reliabilitas merupakan salah satu ciri utama instrumen pengukuran yang baik. Reliabilitas sering disebut juga sebagai keterpercayaan, keandalan, keajegan, konsisten dan sebagainya, namun ide pokok dalam konsep reliabilitas

adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Tinggi rendahnya reliabilitas secara empiris ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas, walaupun secara teoritis besarnya koefisien berkisar antara 0,00-1,00 dan juga dapat bertanda positif (+) maupun negatif (-). Dalam hal reliabilitas, koefisien yang besarnya kurang dari nol (0,00) tidak ada artinya karena interpretasi reliabilitas selalu mengacu pada koefisien yang positif.

Pada penelitian ini digunakan metode pengukuran reliabilitas *Alpha Cronbach*, dengan kriteria besarnya koefisien reliabilitas minimal harus dipenuhi oleh suatu alat ukur adalah 0,70 yang berarti bahwa secara keseluruhan alat ukur telah memiliki konsistensi yang dapat diandalkan. Dari hasil pengolahan data diketahui bahwa nilai reliabilitasnya:

**Tabel 3.3 = 4 Nilai Reabilitas**

Variabel	Nilai	Reliabel
Komunikasi pemasaran	0,824	Reliabel
Minat nasabah	0,744	Reliabel

Nilai reliabilitas memberikan indikasi bahwa keandalan kuesioner yang digunakan pada variabel komunikasi pemasaran dan minat nasabah sebagai alat pengukur termasuk pada kategori korelasi kuat karena nilainya lebih besar dari 0,7.

### 3.8 Hasil Penelitian

#### 3.8.1 Gambaran Umum Responden

**Tabel 3.4  
Gambaran Banyaknya Responden  
Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis kelamin	Frekuensi	%
---------------	-----------	---



Pria	61	61.0
Wanita	39	39.0
Total	100	100.0

**Tabel 3.5**  
**Gambaran Banyaknya Responden**  
**Berdasarkan Usia**

Usia	Frekuensi	%
<18	17	16.0
19-25	13	13.0
26-32	23	23.0
33-39	17	17.0
>39	30	30.0
Total	100	100.0

**Tabel 3.6**  
**Gambaran Banyaknya Responden**  
**Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Frekuensi	%
Dosen/Pengajar	30	30.0
Mahasiswa/Pelajar	6	6.0
Peg. Swasta	39	39.0
PNS	8	8.0
Wiraswasta	17	17.0
Total	100	100.0

**Tabel 3.7**  
**Gambaran Banyaknya Responden**  
**Berdasarkan Penghasilan**

Penghasilan (Rp)	Frekuensi	%
<1.000.000	7	7.0
>3.000.000	35	35.0
1.000.000-2.000.000	34	34.0
2.000.000-3.000.000	24	24.0
Total	100	100.0

### 3.8.2 Gambaran Variabel Komunikasi Pemasaran (X)

Berdasarkan data yang telah terkumpul dari lapangan untuk tahap selanjutnya adalah menganalisa tanggapan dari responden. Dari tahapan ini juga digolongkan ke dalam beberapa bagaian, diantaranya pengklasifikasi tanggapan responden, dan pembobotannya. Variabel Komunikasi Pemasaran (X) dan Minat Nasabah (Y) akan terungkap melalui jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan yang diajukan pada kuesioner.

Variabel Komunikasi Pemasaran diukur menggunakan 7 butir pernyataan dan variabel minat nasabah terdiri dari 5 butir pernyataan. Untuk mengetahui gambaran tentang variabel tersebut maka dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Menentukan data terbesar dan data terkecil

$$\text{Data terbesar} = 100 \times 5 \text{ (nilai tertinggi)} = 500$$

$$\text{Data terkecil} = 100 \times 1 \text{ (nilai terendah)} = 100$$

2. Menentukan jangkauan (R)

$$R = \text{data terbesar} - \text{data terkecil}$$

$$R = 500 - 100 = 400$$

3. Menentukan banyaknya kelas (k)

Pada penelitian ini menggunakan skala *likert*, sehingga kelas yang digunakannya pun berdasarkan skala tersebut, yang terdiri dari 5 (lima) jawaban, sehingga dalam menentukan kelas juga akan mengikuti dari banyaknya jawaban dan dalam hal ini maka kelasnya pun menjadi 5 (lima).

4. Membuat panjang interval kelas (int)

$$\text{Int} = \frac{400}{5} = 80$$

5. Membuat tabel rentang klasifikasi

**Tabel 3.8**  
**Rentang Klasifikasi Variabel**

No	Lebar Interval	Kategori	
		X	Y
1	100 – 180	Tidak Baik	Tidak Baik
2	181 – 260	Kurang Baik	Kurang Baik
3	261 - 340	Cukup	Cukup
4	341 - 420	Baik	Baik
5	421 - 500	Sangat Baik	Sangat Baik

*Sumber : data olahan*

**Tabel 3.9**  
**Informasi Yang Diberikan Melalui Koran Menarik Dan Jelas.**

Kriteria		Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	2	2.00	2
Tidak Setuju	2	2	2.00	4
Ragu- Ragu	3	12	12.00	36
Setuju	4	37	37.00	148
Sangat Setuju	5	47	47.00	235
Jumlah		100	100.00	425

**Tabel 3.10**  
**Bank Jabar Banten Syariah Memberikan Hadiah Untuk Meningkatkan Minat Beli Nasabah Terhadap Produk Tabungan iB Masalah**

Kriteria		Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Tidak Setuju	2	2	2.00	4
Ragu- Ragu	3	13	13.00	39
Setuju	4	43	43.00	172
Sangat Setuju	5	42	42.00	210
Jumlah		100	100.00	425

**Tabel 3.11**  
**Pemberian Dana Sponsor Ketika Anda Mengajukan Proposal Kegiatan Yang Anda Lakukan**

Kriteria		Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	8	8.00	8
Tidak Setuju	2	39	39.00	78
Ragu- Ragu	3	30	30.00	90

Setuju	4	19	19.00	76
Sangat Setuju	5	4	4.00	20
Jumlah		100	100.00	272

**Tabel 3.12**  
**Kegiatan Festival Yang Dilakukan Bank Jabar Banten Syariah**  
**Inovatif Dan Menarik**

Kriteria		Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	11	11.00	11
Tidak Setuju	2	38	38.00	76
Ragu- Ragu	3	33	33.00	99
Setuju	4	17	17.00	68
Sangat Setuju	5	1	1.00	5
Jumlah		100	100.00	259

**Tabel 3.13**  
**Katalog Bank Jabar Banten Syariah Menarik.**

Kriteria		Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	18	18.00	18
Tidak Setuju	2	33	33.00	66
Ragu- Ragu	3	34	34.00	102
Setuju	4	12	12.00	48
Sangat Setuju	5	3	3.00	15
Jumlah		100	100.00	249

**Tabel 3.14**  
**Website Bank Jabar Banten Syariah Memberikan Informasi Layanan**  
**Produk Dan Jasa Baik Jelas**

Kriteria		Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Tidak Setuju	2	6	6.00	12
Ragu- Ragu	3	18	18.00	54
Setuju	4	41	41.00	164
Sangat Setuju	5	35	35.00	175
Jumlah		100	100.00	405

**Tabel 3.15**  
**Bazar Yang Diadakan Bank Jabar Banten Syariah Menarik.**

Kriteria		Jumlah	%	Skor
----------	--	--------	---	------

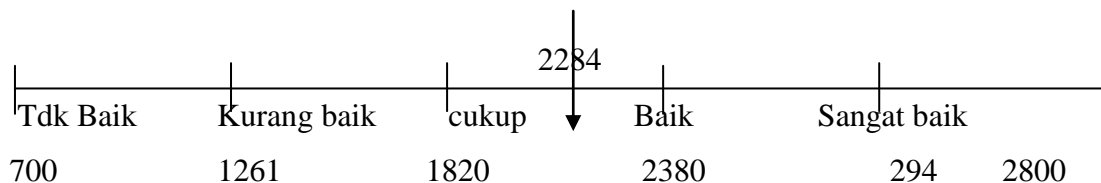
Sangat Tidak Setuju	1	21	21.00	21
Tidak Setuju	2	33	33.00	66
Ragu- Ragu	3	24	24.00	72
Setuju	4	20	20.00	80
Sangat Setuju	5	2	2.00	10
Jumlah		100	100.00	249

**Tabel. 3.16**  
**Total Pembobotan Variabel Komunikasi Pemasaran**

No	Pernyataan	Skor	%	Kategori
5	Informasi yang diberikan melalui koran menarik dan jelas.	425	85	Baik
6	Bank Jabar Banten Syariah memberikan hadiah untuk meningkatkan minat beli nasabah terhadap produk tabungan iB Masalahah	425	85	Baik
7	Pemberian dana sponsor ketika anda mengajukan proposal kegiatan yang anda lakukan.	272	54.4	Cukup
8	Kegiatan festival yang dilakukan Bank Jabar Banten Syariah inovatif dan menarik.	259	51.8	Cukup
9	Katalog Bank Jabar Banten Syariah menarik.	249	49.8	Cukup
10	Website Bank Jabar Banten Syariah memberikan informasi layanan produk dan jasa baik jelas.	405	81	Baik
11	Bazar yang diadakan Bank Jabar Banten Syariah menarik.	249	49.8	Cukup
<b>Total</b>		2284	456.8	
<b>Rata rata</b>		309.83	61.97	Cukup

Kriteria	
700-1260	Tidak baik
1261 -1820	Tidak baik
1821 - 2380	Cukup
2381 - 2940	Baik
2941 – 2800	Sangat baik

**Gambar 3.2**  
**Garis Kontinum Komunikasi Pemasaran**



### 3.8.3 Gambaran Minat Nasabah

**Tabel 3.17**  
**Hadiah Tabungan iB Masalah Selalu Mengambil Perhatian Untuk Membeli**

Kriteria		Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Tidak Setuju	2	3	3.00	6
Cukup	3	7	7.00	21
Setuju	4	59	59.00	236
Sangat Setuju	5	31	31.00	155
Jumlah		100	100.00	418

**Tabel 3.18**  
**Nasabah Tertarik Membeli Tabungan iB Masalah Karena Sesuai Dengan Prinsip Syariah Dibandingkan Dengan Yang Lain.**

Kriteria		Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	14	14.00	14
Tidak Setuju	2	31	31.00	62
Cukup	3	44	44.00	132
Setuju	4	7	7.00	28
Sangat Setuju	5	4	4.00	20
Jumlah		100	100.00	256

**Tabel 3.19**  
**Nasabah Menyimpan Dananya Di Tabungan iB Masalah Karena Adanya Dorongan kebutuhan**

Kriteria		Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	14	14.00	14
Tidak Setuju	2	26	26.00	52
Cukup	3	41	41.00	123
Setuju	4	12	12.00	48
Sangat Setuju	5	7	7.00	35
Jumlah		100	100.00	272

**Tabel 3.20**  
**Tanggapan Minat Beli Responden Tentang Nasabah Membeli Tabungan iB Masalah Karena Adanya Kepuasan Tersendiri Di Dalam Pemakaiannya.**

Kriteria		Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	10	0
Tidak Setuju	2	4	34	8
Cukup	3	23	44	69
Setuju	4	50	10	200
Sangat Setuju	5	23	2	115
Jumlah		100	100.00	392

**Tabel 3.21**  
**Tanggapan Minat Beli Responden Tentang Teknologi Informasi Yang Digunakan Dalam Menginformasikan Tabungan iB Masalah Membuat Nasabah Melakukan Pembelian**

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)	Pembobotan
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Tidak Setuju	2	1	1.00	2
Cukup	3	15	15.00	45
Setuju	4	54	54.00	216
Sangat Setuju	5	30	30.00	150
Jumlah		100	100.00	413

**Tabel 3.22**  
**Total Pembobotan Variabel Minat Nasabah**

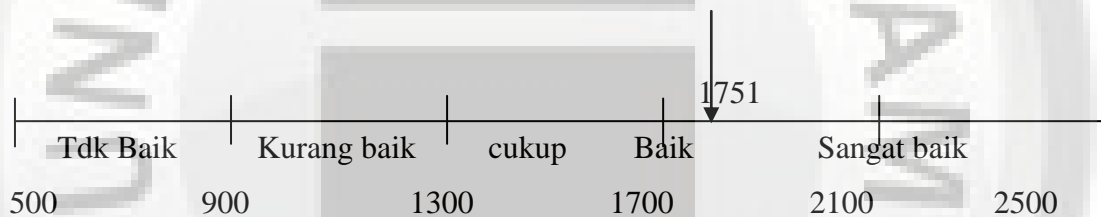
No	Pernyataan	Skor	%	Kategori
12	Hadiah tabungan iB Masalah selalu mengambil perhatian untuk membeli.	418	83.6	Baik
13	Nasabah tertarik membeli tabungan iB Masalah karena sesuai dengan prinsip syariah dibandingkan dengan yang lain.	256	51.2	Cukup
14	Nasabah menyimpan dananya di tabungan iB Masalah karena adanya dorongan kebutuhan.	272	54.4	Cukup

15	Tanggapan minat beli responden tentang nasabah membeli tabungan iB Maslahah karena adanya kepuasan tersendiri di dalam pemakaiannya.	392	78.4	Baik
16	Tanggapan minat beli responden tentang teknologi informasi yang digunakan dalam menginformasikan tabungan iB Maslahah membuat nasabah melakukan pembelian.	413	82.6	Baik
<b>Total</b>		1751		
<b>Rata rata</b>		350.2	70.04	Baik

Kriteria

500-900	Tidak baik
901 -1300	Tidak baik
1301 - 1700	Cukup
1701 - 2100	Baik
2101 – 2500	Sangat baik

**Gambar 3.3**  
**Garis Kontinum Minat Nasabah**



#### BAB IV

### ANALISIS PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP MINAT NASABAH TABUNGAN iB MASLAHAH DI BANK BJB SYARIAH

#### 4.1 Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran di bank bjb syariah.

Pelaksanaan komunikasi pemasaran yang dilakukan bank **bjb** syariah merupakan salah satu usaha yang dilakukan pihak bank dalam menginformasikan dan mengkomunikasikan produknya kepada nasabah. Kebijakan komunikasi pemasaran yang efektif dan efisien merupakan hal penting dalam menarik