

ABSTRAK

IMPLEMENTASI NILAI-NILAI DAKWAH DALAM MANAJEMEN PEMASARAN DI BANK BNI SYARIAH PEKANBARU

Oleh : Muhammad Irham

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persoalan perbankan Syariah sebagai lembaga ekonomi Syariah dalam mengimplementasikan nilai-nilai dakwah dalam setiap aktivitas ekonominya terutama aktivitas manajemen pemasaran belum diimplementasikan secara maksimal. Implementasi nilai-nilai dakwah adalah penerapan nilai-nilai ajaran Islam yang terkandung dalam al-Qur'an dan al-hadits. Permasalahan dalam penelitian ini adalah Bagaimana Implementasi Nilai-nilai Dakwah dalam Manajemen Pemasaran di Bank BNI Syariah Pekanbaru. Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Implementasi Nilai-nilai Dakwah dalam Manajemen Pemasaran di Bank BNI Syariah Pekanbaru tersebut. Subjek penelitian ini adalah Kepala bagian Pemasaran Bank BNI Syariah Pekanbaru dan beberapa orang karyawannya serta ditambah beberapa orang Nasabah. Selanjutnya yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah Implementasi Nilai-Nilai Dakwah dalam Manajemen Pemasaran. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dan menggunakan pendekatan kualitatif. Informan penelitian berjumlah 6 orang. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi yang kemudian hasil data tersebut dianalisis secara deskriptif kualitatif. Penelitian ini menemukan bahwa Implementasi Nilai-nilai Dakwah dalam Manajemen Pemasaran di Bank BNI Syariah Pekanbaru telah mengacu kepada nilai-nilai dakwah yang terkandung dalam aktivitas manajemen pemasaran Syariah pada umumnya yang mengambil konsep keteladanan dari sifat Rasulullah SAW, yang terdiri dari nilai Shiddiq, Fathanah, Amanah, Tabligh dan Istiqamah. Kelima nilai tersebut telah diimplementasikan dalam setiap aktivitas manajemen pemasaran di Bank BNI Syariah Pekanbaru ini baik dalam proses pemilihan produk, penentuan harga, distribusi maupun proses promosi. Implementasi nilai Shiddiq tertuju pada aspek kebenaran, kejujuran dan kehalalan dari setiap transaksi atau aktivitas manajemen pemasaran yang dilaksanakan. Implementasi nilai Fathanah tertuju kepada aspek kecerdasan dan kreatifitas dalam menjalankan setiap aktivitas manajemen pemasaran. Selanjutnya Implementasi nilai Amanah lebih menekankan kepada aspek tanggung jawab, keteladanan, menjaga kepercayaan dan aspek keadilan dalam melaksanakan aktivitas manajemen pemasaran. Implementasi nilai Tabligh teruju pada aspek penyampaian ajaran-ajaran Islam terutama yang berhubungan dengan ekonomi Islam dan tertuju pada aktivitas mengajak masyarakat untuk bertransaksi secara Syariah. Sedangkan Implementasi nilai Istiqamah lebih menekankan kepada aspek sikap komitmen dan konsisten serta berpegang teguh kepada prinsip-prinsip Syariah yang bersumber dari al-Qur'an dan al-Hadits dan aturan-aturan yang telah ditetapkan Bank BNI Syariah Pusat.

Kata Kunci : Impementasi Nilai-nilai Dakwah, Manajemen Pemasaran

ABSTRACT

THE IMPLEMENTATION OF *DAKWAH* (ISLAMIC PROPAGATION) VALUES IN MARKETING MANAGEMENT AT BNI SYARIAH (ISLAMIC BANK) PEKANBARU

BY : MUHAMMAD IRHAM

This research is motivated by the problem of the Islamic banking as Islamic economics in implementing *Dakwah* values in its economic activities. This problem is closely related to marketing management of the Islamic banking which is not maximally implemented. The implementation of *Dakwah* values is the implementation Islamic values based on the Qur'an and Hadith. The research problem is how the implementation of *Dakwah* values in marketing management at BNI Syariah Pekanbaru is. Therefore, this research aims to know the implementation of *Dakwah* values in marketing management at BNI Syariah Pekanbaru. The subjects of the research are the head of marketing section at BNI Syariah Pekanbaru, several staffs and some of its customers. The object of the research is the implementation of *Dakwah* values in marketing management. This is a descriptive study based on a qualitative approach. There are 6 informants selected. Data is collected through observation, interview, and documentation. It is then analyzed descriptively and qualitatively. This thesis finds that the implementation of *Dakwah* values in marketing management at BNI Syariah Pekanbaru has been based on *Dakwah* values as found in other general Islamic marketing management activities. They are based on the best example concept of The Prophet's characters consisting of *Shiddiq* (Honest), *Fathanah* (smart), *Amanah* (trusted), *Tabligh* (Transparent), and *Istiqamah* (Consistent). These five values are implemented in each marketing management activities at BNI Syariah Pekanbaru in the process of product selection, price fixing, distribution, and promotion. The implementation of *Shiddiq* is focused truth, honesty and *kehalalan* (permissible) aspect of transaction or marketing management activities conducted. The implementation of *Fathanah* is focused on intelligence and creativity aspect in implementing each marketing management activities. The implementation of *Amanah* value is emphasized on responsibility, exemplary, trustworthy, and fairness aspect in conducting marketing management activities. The implementation of *Tabligh* value is emphasized on Islamic teachings delivery especially related to Islamic economics intended to invite people to conduct Islamic transaction. The implementation of *Istiqamah* value is emphasized on commitment and consistency aspect as well as Islamic principles based on the Qur'an and Hadith as well as regulations decided by BNI Syariah Pekanbaru.

Keywords : The Implementation of *Dakwah* values, Marketing Management.