UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian Indonesia. Dimana perbankan berfungsi sebagai salah satu badan penghimpunan dana dari masyarakat yang akan di gunakan untuk pembangunan Negara.Di era perekonomian yang bersaing, sudah seyogyanya perbankan menjadi instansi yang sangat dibutuhkan dalam *memback up,* kegiatan perekonomian. Perbankan menjadi instansi keuangan yang sangat dipercaya masyarakat sebagai intermidiasi dalam melakukan kegiatan ekonomi.

Sejak di keluarkan Undang-undang Perbankan No.10 tahun 1998 tentang perbankan adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak[1]. Dengan sendirinya bank-bank tersebut dituntut untuk mandiri dan mampu memobilisasi dana masyarakat serta menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit secara kolektif.

Seiring meningkatnya peranan dalam kegiatan perekonomian dalam keinginan masyarakat untuk memanfaatkan bank sebagai sarana perantara keuangan, dalam hal ini akan mendorong bank untuk meningkatkan kinerja dalam

[1] Kasmir, *Pemasaran Bank,* (Jakarta : Kencana, 2008), cet.ke- 3, h.9

pelayanan kepada masyarakat termasuk dalam usaha bank mengeluarkan produk-produk unggulannya.

Pada saat ini persaingan antar bank sangat ketat dalam memasarkan produk perbankan. Seperti tabungan, giro, deposito, dan lain-lain. Sehingga pihak perbankan mesti mempunyai kiat atau strategi yang professional dalam memasarkan peoduknya kepada pihak nasabah sebagai konsumen.

Dalam memasarkan produknya, seorang pemasar harus pandai membaca situasi pasar sekarang dan di masa yang akan datang. Artinya pemasar harus cepat tanggap apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, kemudian kapan dan di mana dibutuhkannya. Dalam hal ini produsen harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen secara tepat waktu.Disamping itu, seorang pemasar harus mampu mengomunikasikan keberadaan dan kelebihan produk dibandingkan dengan produk lainnya dari pesaing.Produsen juga harus pandai menarik minat dan merayu konsumen untuk terus memebeli dan mengonsumsi produk yang ditawarkan melalui berbagai strategi.[2]

Menurut Undang-Undang No.21 tahun 2008 tentang perbankan Tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadi'ah atau akad lain tidak bertentangan prinip syariah yang penarikknya hanya dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek,bilyet giro,dan/atau alai lainnya yang dipersamakan dengan itu.[3]

---

[2] Kasmir. *Manajemen Perbankan* ,(Jakarta : Rajawali Pers 2012), Cet. ke-11, h.189

[3] M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h.34

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Tabungan merupakan jenis simpanan yang sangat dikenal oleh masyarakat, karena sejak sekolah dasar anak-anak sudah dikenal dengan tabungan, meskipun masih bersifat manabung di sekolah[4].Bank Perkreditan Rakyat yang biasa disingkat dengan BPR adalah salah satu jenis bank yang dikenal melayani golongan pengusaha mikro kecil dan menengah dengan lokasi yang pada umumnya dekat dengan tempat masyarakat yang membutuhkan. BPR adalah lembaga keuangan bank yang menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan, dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu dan menyalurkan dana sebagai usaha BPR.

Adapun jenis layanan yang diberikan oleh BPR adalah:

1. Menghimpun dana masyarakat dalam bentuk deposito berjangka,tabungan dan atau bentuk lain yang dipersamakan dengan itu.
2. Memberikan kredit dalam bentuk kredit modal kerja,kredit investasi,maupun kredit konsumsi.
3. Menyediakan pembiayaan bagi nasabah berdasarkan prinsip bagi hasil sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan dalam peraturan pemerintah.
4. Menempatkan dananya dalam bentuk Sertifikat Bank Indonesia(SBI),deposito berjangka,sertifikat deposito,dan atau tabungan pada bank lain.

[4] Ismail, *Akuntansi Bank*, (Jakarta : Kencana Prenada Medis Grup,2010), Cet.ke- 1,h.48

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Nasabah dapat didefinisikan sebagai orang atau bandan h ukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.

Untuk bisa menumbuhkan rasa percaya di diri seseorang calon nasabah, maka kita perlu memahami karakter calon nasabah dalam menyerap informasi. Masing-masing individu ternyata mempunyai karakteristik sendiri dalam menyerap,mencerna dan untuk selanjutnya meyakini informasi yang diterima, secra garis besar ada 3 tipe, karakter :

1. Tipe visual

   Calon nasabah seperti ini akan lebih tertarik atau bahkan meyakini hal-hal atau pemaparan yang disertai dengan alat bantu visual.

2. Tipe Auditory

   Mereka sangat tertarik terhadap suara, kalimat-kalimat yang diucapkan dengan intonasi yang bagus dan sesuai akan lebih menarik minat mereka. Disinilah si *marketing*harus bisa melatih kemampuan presentasinya dalam sisi pengaturan kalimat, informasi dan pemelihan kata-kata yang bagus (ratorika).

3. Tipe Kinestetis

   Calon nasabah seperti ini cenderung ingin merasakan sesuatu untuk menambahkan ketertarikan mereka.[5]

[5] http://rndtrijaya.blogspot.co.id/2013/03/memahami-karakter-calon-klien_2036.htmI?=1

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk keberhasilan usaha perusahaan umumnya dan bidang pemasaran khususnya. Strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran.[6]

Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan mansyarakat akan suatu produk atau jasa.Pemasaran menjadi semakin penting dengan meningkatnya pengetahuan masyarakat.Pemasaran juga bisa dilakukan dalam rangka menghadapi persaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat.Para pesaing justru semakin gencar melakukan usaha pemasaran dalam rangka memasarkan produknya[7].

Kegiatan pemasaran yang dilakukan suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang.Dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang suadah ada agar tetap eksis.

Dalam prakteknya terdapat beberapa tujuan suatu perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran antara lain :

1. Dalam rangka memenuhi kebutuhan akan suatu produk maupun jasa.
2. Dalam rangka memenuhi keinginan para pelanggan akan suatu produk atau jasa
3. Dalam rangka memeberikan kepuasan semaksimal mungkin terhadap pelanggannya.

[6] Sofian Assauri, *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep dan Strategi)*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004) Ed I, Cet-.7,h.168

[7] *Ibid*, h.51

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

4. Dalam rangka meningkatkan penjualan dan laba.

5. Dalam rangka menguasai pasar dan menghadapi pesaingan.[8]

Pemasaran produk bank merupakan penciptaan pelayanan jasa-jasa bank yang memuaskan nasabah disuatu pihak dan menguntungkan perusahaan dipihak lain.Pemasaran dapat membantu produsen atau bank, sehingga tugas manajemen bank dapat mempengaruhi tingkat waktu dan karakter permintaan dengan suatu cara sehingga bank mampu untuk mencapai tujuannya.

Pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan dari perwujudan,pemberian harga, promosi dan distrubusi dari barang-barng, jasa dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi.[9]

Dalam islam, pemasaran juga menjadi sebuah hal yang penting menunjang keberhasilan usaha. Islam sangat menganjurkan untuk melakukan usaha. Sebagaimana islam juga menganjurkan umatnya untuk bekerja. Karena Allah SWT berfirman dalam surat Al-Jumu'ah:10

فَإِذَا قُضِيَتِ ٱلصَّلَوٰةُ فَٱنتَشِرُواْ فِى ٱلْأَرْضِ وَٱبْتَغُواْ مِن فَضْلِ ٱللَّهِ وَٱذْكُرُواْ ٱللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: "Apabila telah ditunaikan shalat.Maka bertebarlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung".

[8] Kasmir,*Manajemen perbankan,(*Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2007), h.168

[9]Sentot Imam Wajono, *Manajemen Pemasaran Bank*,(Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012),Cet. Ke I ,h.2

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Peran pemasaran tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga ke tangan konsumen tetapi juga bagaimana produk atau jasa dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dengan menghasilkan laba dengan mudah.Menabung adalah tindakan yang di anjurkan oleh islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk menghadapi hal-hal hal yang tidak di harapkan. Perlu diperhatikan adalah bahwa bersikap hemat tidak berarti harus kikir dan bakhil.

Ada perbedaan besar antara hemat dan kikir atau bakhil. Hemat berarti membeli untuk keperluan tertentu secukupnya dan tidak berlebihan, tidak akan membeli ataupun mengeluarkan uang kepada hal-hal yang tidak perlu. Adapun kikir atau bakhil adalah sikap yang terlalu menahan dari menahan belanja sehingga untuk keperluan sendiri yang pokok pun sedapat mungkin ia hindari, apalagi memberi kepada orang lain, ia berusaha agar uang yang dimilikinya tidak dikeluarkannya tetapi berupaya agar orang lain yang memberikan uang kepadanya. Ia akan terus menyimpan dan menumpuknya.

PT. BPR Putra Riau Mandiri merupakan gabungan dari fatma grup yang berlokasi di Jl. kubang Raya No.134.PT.Bank Perkreditan Rakyat Putra Riau Mandiri mulai berdiri pada tahun 2011 dan mulai beroperasi sejak 19 April 2011. PT.BPR Putra Riau Mandiri adalah BPR dalam pendiriannya berbadan usaha dalam bentuk Perseroan Terbatas (PT),yang bergerak dibidang perbankan dengan menjalankan fungsi bank sebagai lembaga intermediasi.

Bank Perkreditan Rakayat Putra Riau Mandiri memiliki berbagai macam produk dan jasa yaitu giro,sertifikat deposito tabungan terdiri dari tabungan

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

umrah,tabunganku,tabungan amal dan tabungan pelajar dan produk tabungan yang yang terbaru dari PT.Bank Perkreditan Rakyat Putra Riau Mandiri adalah tabungan Umrah. Dimana bukan orang yang memiliki banyak uang saja yang bisa berangkat umrah tetapi orang berpenghasilan menengah kebawah juga bisa menabung.

Tabungan umrah merupakan tabungan khusus yang direncanakan untuk nasabah yang berkeinginan untuk melakukan ibadah umrah.Dimana tabungan ini sangat menarik dengan adanya *Pickup service* dimana nasabah tidak perlu antar setoran ke kantor BPR Putra Riau Mandiri cukup menelpon ke kantor maka petugas akan datang untuk menjemput setoran tersebut. Kemudian bagi nasabah yang rutin melakukan penyetoran tabungan umrah setiap bulan Rp. 1.000.000 maka saat pemberangkatan umrah maka BPR Putra Riau Mandiri akan memberikan uang saku sebesar Rp.1.000.000,- sebagai wujud peduli dari bank.

Arti kata "*Pick Up"*berasal dari bahasa inggris yang artinya mengambil,Sedangkan yang dimaksud *Pick Up Service* adalah layanan pengambilan/pengantaran uang yang secara efektif sehingga nasabah tidak perlu datang ke bank.

Strategi jemput bola (*pick up service*) merupakan strategi di mana kita sebagai penyedia jasa/penjual produk melakukan secara aktif kegitan pemasaran dengan menghubungi calon pelanggan kita satu demi satu. Jika ada yang tertarik, kita akan mendatangi mereka kemudian mempresentasikan produk atau jasa kita. Dari persentasi ini,calon nasabah kita akan mengerti mengenai produk/jasa kita dan manfaatnya bagi mereka

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Bukan BPR saja yang memiliki produk tabungan umrah, bank–bank lain juga sudah mempunyai tabungan tersebut. Dengan adanya persaingan sekarang ini maka bank BPR mempunyai trik-trik atau strategi tertentu untuk menarik masyarakat untuk menabung di bank BPR.

PT.Bank Perkreditan Rakyat Putra Riau Mandiri adalah salah satu dari bank umum yang beroperasi di kabupaten Kampar yang memberikan jasa dalam bentuk tabungan umrah. Tentu saja PT.Bank Perkreditan merasa persaingan yang sangat pesat dalam melakukan pemasaran produk-produk dan jasa-jasa bank dalam menghimpun dana masyarakat bank ini tentunya merupakan strategi-strategi tertentu sehingga dapat mengalami kemajuan yang dan mendapat nama baik.

Dari uraian diatas dapat diambil suatu kesimpulan bahwa dana masyarakat merupakan hal yang sangat penting bagi bank, yang tidak dipisahkan dengan upaya yang dilakukan bank tersebut dalam hal penarikan dana dan masyarakat yang tergantung pada manajemen yang digunakan oleh bank agar dapat mencapai tujuan yang telah di rencanakan bank itu sendiri serta bank mengatur berbagai macam strategi dalam pemasaran produknya, untuk meningkatkan pertumbuhan tabungan umrah maka Bank Perkreditan Rakyat harus memiliki strategi untuk meningkatkan pertumbuhan.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Untuk melihat perkembangan tabungan tersebut kita bisa mengolah data dari buku register itu. Berikut ini penulis akan menunjukkan perkembangan tabungan Umrah dari tahun 2013 sampai 2015.

Tabel 1.1

Jumlah Penyetor Nasabah Tahun 2013-2015

Tahun	Jumlah Nasabah	Jumlah penyetoran
2013	565	198.029.431.36
2014	1.795	525. 583.339.00
2015	1.379	568.369.850.00

Sumber :*PT.Bank Perkreditan Rakyat Putra Riau Mandiri ,Tahun 2013-2015*

Dari data diatas dapat kita lihat bahwa pertumbuhan jumlah nasabah pada tahun 2015 jauh merosot dibandingkan pada tahun 2014.[10]Dimana pada tahun sebelumnya mengalami jumlah nasabah sangat meningkat tetapi pada tahun 2015 jumlah nasabah berkurang.suatu bank harus mampu memberikan produk bermutu yang lebih baik,harga lebih murah,penyerahan produk lebih cepat dan pelayanan yang lebih berkualitas dibanding para persaingan.

Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, satu-satunya cara yang sangat penting dan harus dimiliki oleh suatu bank adalah unggul dalam pemberian pelayanan terhadap nasabah.Pelayanan adalah setiap tindakan atau bantuan yang diberikan oleh petugas bank kepada nasabah sehubungan dengan produk atau jasa.

[10]Dokumentasi PT .Bank Perkreditan Rakyat Putra Riau Mandiri, (Laporan Buku Penyetoran Umrah Tahun 2013-2015)

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Kualitas pelayanan kepada nasabah sangat menentukan keunggulan dari suatu produk bank.[11]

Jika suatu bank tidak memberikan pelayanan produk dan jasa yang berkualitas, yang sesuai dengan kebutuhan atau harapan nasabah, maka produk maupun jasa bank tersebut akan ditinggalkan oleh para nasabahnya. Hal ini akan berakibat terhadap penurunan *performance*bank tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul "**PENERAPAN LAYANAN *PICK UP SERVICE* PRODUK TABUNGAN UMRAH PADA PT. BANK PERKREDITAN PUTRA RIAU MANDIRI DALAM MENARIK NASABAH DITINJAU DARI ASPEK EKONOMI ISLAM."**

B. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis membatasi masalah pada penerapan layanan *pick up service* produk tabungan umrah dalam menarik nasabah ditinjau dari aspek ekonomi islam yang dilakukan oleh bank perkreditan rakyat putra riau mandiri.

C. Rumusan Masalah

Adapun permaslahan yang penulis angkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan layanan *pick up service* produk tabungan umrah yang dilakukan oleh bank perkreditan rakyat putra riau mandiri.

[11]Kasmir. *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), h. 124.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Bagaimana tinjauan aspek ekonomi islam terhadap penerapanlayanan *pick up service* produk tabungan umrah yang dilakukan BPR Putra Riau Mandiri.

D. Tujuan dan kegunaan Penelitian

1. Tujuan dari Penelitia

Adapun tujuan dilaksanakan penelitian ini adalah :

a. Untuk menjelaskan penerapan layanan *pick up service* produk tabungan umrah yang dilakukan oleh bank perkreditan rakyat putra riau mandiri dalam menarik nasabah.

b. Untuk menjelaskan tinjauan aspek ekonomi islam terhadap layanan pick up service

c. **Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penulisan ini adalah untuk:

a. Bagi penulis berguna untuk menambah wawasan pengetahuan tentang sistem layanan *pick up service* produk tabungan umrah dalam menarik nasabah yang dilakukan oleh bank perkreditan rakyat putra riau mandiri.

b. Sebagai salah satu syarat untuk memenuhi tugas penelitian dalam menyelesaikan program SI pada Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum Jurusan Ekonomi Islam Universitas Sultan Syarif Kasim Pekanbaru Riau.

c. Bagi perusahaan sebagai bahan evaluasi bagi perusahaan serta sebagai bahan memperbaiki sistem yang telah tertata untuk lebih baik dan lebih diminati masyarakat luas.

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Bagi pihak lain diharapkan berguna sebagai sumbangan pikiran dan perbandingan dalam melakukan penelitian yang sama pada tempat yang berbeda untuk masa yang akan datang.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dan mengambil lokasi di PT.Bank Perkreditan Rakyat Putra Riau Mandiri yang terletak di jalan Kubang raya teratak buluh no.134

2. Subjek dan Objek Penelitian

Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah staff karyawan bagian pemasaran yang berada di bank perkreditan rakyat putra riau mandiri. Dan yang menjadi objeknya adalah penerapan layanan produk tabungan umrah di PT.BPR Putra Riau Mandiri dalam menarik nasabah ditinjau dari aspek ekonomi islam.

3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah dengan staff karyawan bagian pemasaran yang berjumlah 28 orang dan nasabah berjumlah 1379 orang. Jumlah populasi untuk karyawan penulis mengambil 10% dari jumlah populasi sebanyak 3 orang dengan cara *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel berdasarkan pada kareakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut-paut dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Sedangkan untuk populasi nasabah penulis mengambil 2% dari jumlah populasi dengan cara 2% X 1.379 = 27,58

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

=28 orang dengan cara *accidental sampling* yaitu pengumpulan data melalui siapa saja yang ditemui responden secara kebetulan.

4. Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelian ini adalah:

a. Data primer : adalah data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian.

b. Data sekunder : Data yang diperoleh dari berbagai pihak dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

5. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yan penulis gunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Observasi Yaitu mengadakan pengamatan langsung di lapangan untuk mendapatkan gambaran secara nyata tentang kegiatan yang diteliti.

b. Wawancara merupakan melakukan tanya jawab langsung untuk mengumpulkan data yang diperlukan guna menjawab permasalahan yang penulis peroleh dari staff karyawan PT.BPR Putra Riau Mandiri.

c. Angket, yaitu penulis membuat pertanyaan tertulis kepada responden berkaitan layananan pick up service di BPR

d. Dokumtasi, yaitu penulis mengambil buku-buku referensi yang ada kaitannya dengan persoalan yang diteliti.

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

6. Teknik Analisis Data

Analisis data Deskriptif kualitatif, yaitu data-data yang dikumpulkan melalui observasi dan wawancara diklasifikasikan kedalam kategori-kategori berdasarkan persamaan jenis dari data-data tersebut, kemudian diuraikan sedemikian rupa sehingga diperoleh gambaran yang utuh tentang masalah yang diteliti.

7. Metode Penulisan

Setelah data-data dianalisis, selanjutnya ditulis dengan menggunakan metode sebagai berikut:

a. Deskriptif yaitu:menggambarkan masalah yang dibahas berdasarkan data yang diperoleh kemudian data tersebut di analisa dengan teliti.
b. Deduktif yaitu : menguraikan masalah secara umum dan menarik masalah secara khusus.
c. Induktif yaitu : mencari data yang khusus untuk menarik kesimpulan yang umum.

8. Sistematika penulisan

Untuk terarahnya penulisan ini, maka penulis membaginya ke dalam lima bab yang terdiri dari beberapa sub bab, adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Adapun yang terdapat dalam pendahuluan adalah Latar belakang masalah, batasan masalah, perumusan masalah,

tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, analisa data, sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini memberikan gambaran tentang lokasi penelitian yang terdiri dari sejarah berdirinya perusahaan,visi dan misi perusahaan,serta produk-produk pada Bank Perkreditan Rakyat Putra Riau Mandiri

BAB III : LANDASAN TEORI

Bab ini mengemukakan mengenai teori-teori yang melandasi pembahasan penelitian yang diperoleh melalui telaah pustaka yaitu:Pengertian Pelayanan,Fungsi Pelayanan,Konsep Pelayanan,kepuasan nasabah,Pengertian minat dan pelayanan dalam tinjauan aspek ekonomi islam.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini merupakan bab hasil penelitian dan pembahasannya terdiri dari beberapa poin, yaitu: penerapan layanan *pick up service* produk tabungan umrah dalam menarik nasabah,Sistem layanan *pick up service* ditinjau dari aspek ekonomi islam di BPR Putra Riau Mandiri.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dikemukakan beberapa kesimpulan yang diringkas dari hasil penelitian dan pembahasan dan mengemukakan beberapa saran.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.