

ABSTRAK

Winda Lestari (2017) : Strategi Promosi Personal Selling dalam Mencapai Target di Kantor Cabang Pembantu PT. Bank BRISyari'ah Teluk Kuantan Ditinjau Menurut Ekonomi Syari'ah.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh Pencapaian Target perusahaan pada tahun 2015 yang sangat tinggi, yang dilakukan oleh Tenaga pemasaran strategi Promosi *personal selling* di Kantor Cabang Pembantu PT. Bank BRISyari'ah Teluk Kuantan, sehingga dapat memberikan citra yang baik bagi perusahaan. Adapun yang menjadi Rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana Strategi Promosi *Personal selling* di Kantor Cabang Pembantu PT. Bank BRISyari'ah dalam mencapai Target Serta Bagaimana Tinjauan Ekonomi Syari'ah dalam Strategi promosi *Personal Selling* dalam Mencapai Target di Kantor Cabang Pembantu PT. Bank BRISyari'ah Teluk Kuantan.

Penelitian ini bersifat lapangan (*Field research*) Sehingga Populasi dalam penelitian adalah karyawan/ti dan Nasabah PT. Bank BRISyari'ah teluk kuantan yang berjumlah 25 orang, sedangkan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah dari pihak marketing yang berjumlah 5 orang marketing dan nasabah 20 orang sehingga penulis menggunakan rumus *purposive sampling*. Sumber data terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari wawancara dengan karyawan di kantor Cabang Pembantu PT. Bank BRISyari'ah kantor cabang pembantu Teluk Kuantan. Sedangkan data sekunder data yang diperoleh dari buku-buku, dokumen dan hal-hal yang terkait dengan penelitian ini, maka dalam pengumpulan data penulis menggunakan teknik Observasi, angket, wawancara dan dokumentasi. Analisa data dalam penelitian ini adalah analisa deskriptif Kualitatif.

Dari hasil penelitian ini penulis mengambil kesimpulan bahwa strategi *personal selling* yang dilakukan dalam mencapai target di Kantor Cabang Pembantu PT. Bank BRISyariah Teluk Kuantan ialah : mengenali pasar, menentukan target-target calon nasabah yang akan diprospek, menyiapkan brosur-brosur produk BRISyari'ah, menentukan jadwal kunjungan kepada calon nasabah, presentasi produk, *follow up* kepada calon nasabah. Tinjauan Ekonomi Syari'ah terhadap Strategi *Personal selling* di Kantor Cabang Pembantu PT. Bank BRISyari'ah Teluk Kuantan Dalam Mencapai target telah sesuai prinsip Ekonomi Syari'ah yaitu tidak ada unsur penipuan/janji palsu kepada calon nasabah karena akad utamanya PT. Bank BRISyari'ah adalah *Ta'awwun* (tolong-menolong). Tidak ada unsur (*Ghibah*), pada dasarnya dalam hal mencari bisnis atau menjual produk di Kantor Cabang Pembantu PT. Bank BRISyari'ah tidak ada unsur (*Ghibah*), tidak ada unsur paksaan dalam hal penjualan produk yang disampaikan marketing, karena selain melakukan pertemuan langsung kepada calon nasabah (*face to face*), kemudian jika calon nasabah tertarik/setuju dengan produk yang ditawarkan maka marketing akan mengajukan langsung surat penawaran sesuai dengan kesepakatan calon nasabah tersebut.



Hak Cipta Diindungi 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.