

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.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ekonomi merupakan kegiatan sosial masyarakat. Dalam perkembangannya Kegiatan Ekonomi mengalami perubahan-perubahan dari zaman dahulu sampai sekarang. Salah satu perubahan yang muncul sebuah istilah ekonomi syariah dan ekonomi konvensional. Kedua istilah ini mempunyai perbedaan yang cukup *substansif*. Ekonomi konvensional merupakan system yang berlaku secara umum dilakukan oleh masyarakat didunia sedangkan Ekonomi Syariah adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.¹

Tidak sedikit masyarakat umum dan bahkan kalangan intelektual terdidik yang belum memahami konsep bank syariah. Mereka beranggapan bagi hasil adalah sama dengan bunga. Mereka mengklaim, bahwa bagi hasil hanyalah nama lain dari system bunga. Pandangan ini juga masih terdapat dikalangan sebagian kecil ustadz yang belum memahami konsep dan operasional bagi hasil.

Perkembangan perekonomian yang telah maju membawa masalah dan kesempatan baru pada perusahaan, agar dapat mengatasi masalah serta mendapatkan kesempatan pengembangan perusahaan maka perusahaan banyak yang tertarik untuk mengembangkan pemasarannya secara modern.

¹M.Abdul Manan, *Islamic Economics : Theory and Practice*, Terjemahan Delhi.Sh.M.Ashraf, (Yogyakarta:PT.Amanah Sejahtera,1997), h.66

Berkembangnya Bank-bank syariah di Negara-negara Islam berpengaruh ke Indonesia. Perkembangan perbankan syariah pada era reformasi ditandai dengan disetujuinya Undang-undang No.10 Tahun 1998. Dalam Undang-Undang tersebut diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah. Undang-undang tersebut juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan mengkonversi diri secara total menjadi bank syariah.² Bank syariah berbeda dengan bank konvensional dalam hal akad dan aspek legalitas, struktur organisasi, lembaga penyelesaian sengketa, usaha yang dibiayai, dan lingkungan kerja serta corporate culture.

Salah satu tujuan utama perusahaan khususnya perusahaan jasa dalam hal ini adalah bank yaitu menciptakan kepuasan nasabah, kepuasan nasabah sebagai hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkan dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk atau jasa tersebut. Apakah keinginan yang diterimanya lebih besar (minimal sama) daripada harapannya, maka nasabah puas, sebaliknya kinerja yang diberikan dari pemakaian produk atau jasa tersebut lebih kecil dari pada apa yang diharapkan maka nasabah tidak puas.³

²Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta:Gema Insani, 2005), cet.ke-9. h. 26

³M.Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung:Alfabeta, 2010), h.192

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.

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.

Dasar hukum utama yang menjadi landasan berdirinya bank syariah atau bank yang bernafaskan Islam, yaitu pada surah An-Nisa' ayat 29 yang berbunyi :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang beriman! Janganlah kamu saling memakan (mengambil harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan sukarela diantara kalian “

Berdasarkan ayat tersebut dapat dijelaskan bahwasanya bank syariah dalam melaksanakan tugasnya tidak boleh menyeleweng dari ajaran Islam (batil) namun harus selalu tolong menolong demi menciptakan suatu kesejahteraan. Banyak sekali tindakan-tindakan ekonomi atau pebisnis yang tidak sesuai dengan ajaran Islam hal ini terjadi karena beberapa pihak tidak tahan dengan godaan uang serta mereka memiliki tekanan baik kekurangan dalam hal ekonomi atau yang lain, maka bank syariah harus membentengi mereka untuk tidak berbuat sesuatu yang menyeleweng dari Islam.

Bisnis dalam Al-qur'an tidak terpisahkan dari nilai syar'i. Mencari Rezeki dengan cara berbisnis oleh al-qur'an dinamakan mencari karunia ilahi seperti dalam firman Allah surah Al-baqarah (2) :198

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ اَنْ تَبْتَغُوْا فَضْلًا مِّنْ رَبِّكُمْ ۗ فَاِذَا اَفْضَيْتُمْ مِّنْ عَرَفْتُمْ
فَاذْكُرُوْا اللّٰهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ وَاذْكُرُوْهُ كَمَا هَدٰىكُمْ وَاِنْ كُنْتُمْ مِّنْ قَبْلِهِۦ
لَمِنَ الضّٰلِّيْنَ ﴿١٩٨﴾

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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.

Artinya : “Tidak ada Dosa bagimu untuk mencari karunia (Rezeki hasil perniagaan)dari tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertobat dari arafat, berzikirlah kepada Allah di Masy’arilharam. Dan berzikirlah (dengan menyebut) Allag sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu dan sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang-orang sesat”

Perintah berbisnis juga terdapat dalam surah Al-jumu’ah (62:10)

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya : “Apabila sholat telah ditunaikan, maka bertebaranlah kamu dibumi, carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung”

Berdasarkan ayat diatas, dapat disimpulkan bahwa berbisnis itu tidak masalah, hanya saja aktifitas ini harus dilakukan dengan penuh ihtiath (kehati-hatian) supaya tidak terjerumus dalam kategori maysir, Gharar dan Riba.⁴ Al-qur’an memandang bisnis sebagai pekerjaan yang menguntungkan dan menyenangkan. Bisnis yang menguntungkan bukan hanya dengan melakukan ukuran yang benar dan timbangan yang tepat tetapi menghindarkan segala bentuk kecurangan yang kotor dan korup. Al-qur’an menekankan bahwa sebuah bisnis yang kecil lewat jalan halal dan thoyyib (baik) jauh lebih baik dari pada bisnis besar yang dilakukan dengan cara haram dan hobits(jelek).

Strategi menurut Craig & Grant (1996) adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang (*Targeting and long-term goals*) sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumberdaya yang dibutuhkan untuk mencapai

⁴A.Kadir, *Hukum Bisnis Syariah Dalam Al-qur’an*, (Jakarta:Amzah, 2013), h.56

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.

tujuan yang telah ditetapkan (*achieve the goals and objectives*).⁵ Strategi juga merupakan pola-pola berbagai tujuan serta kebijaksanaan dasar dan rencana-rencana untuk mencapai tujuan tersebut, dirumuskan sedemikian rupa sehingga jelas usaha apa yang sedang dan akan dilaksanakan oleh perusahaan, demikian juga sifat usaha baik sekarang maupun dimasa yang akan datang.⁶

Strategi-strategi yang biasa digunakan yaitu meliputi 4P, Produk (product), Harga (price), tempat atau distribusi (place), Promosi (promotion) yang juga disebut dengan bauran pemasaran atau marketing mix. Strategi ini dilakukan untuk menghindari perebutan ruang dan perhatian yang dihadapi pesaingnya.

Dalam perbankan Biasanya pihak bank melakukan serangkaian bauran promosi (*promotion mix*) untuk mengenalkan atau mempromosikan produknya guna meningkatkan kepuasan nasabah. Bauran promosi merupakan gabungan dari beberapa promosi dari satu produk sama agar promosinya dapat maksimal dan hasilnya memuaskan, bauran promosi terdiri dari: Promosi penjualan, periklanan, *publisitas* dan *personal selling*.⁷

Menurut Phillip Kotler (1993) *Personal Selling* Merupakan Potensi lisan dalam pembicaraan dengan salah satu atau lebih calon pembeli untuk tujuan melakukan penjualan.⁸

⁵Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta:Erlangga, 2006), h.1

⁶Suprioyo, *Manajemen Strategi Dan Kebijakan Bisnis*, (Yogyakarta:BPFE Yogyakarta,2002), h.7

⁷Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta:Raja Grafindo Persada, 2002). h. 25-29

⁸Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Penerjemahan, Bob Sabran MM, (Jakarta :Erlangga, 2009), h.65

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.

Adapun cara yang diterapkan dalam *personal selling* adalah melalui tenaga penjual yang tersebar hampir di seluruh wilayah promosi yang lain.

Personal selling banyak digunakan oleh produsen yang memproduksi barang dengan karakteristik harga yang mahal, memenuhi kebutuhan pribadi dengan produk beragam, serta membutuhkan pertimbangan khusus untuk membeli produk yang ditawarkan.

Personal selling sendiri memiliki pengaruh penting terhadap timbulnya niat membeli. Karena manusia sangat terbuka terhadap banyak stimulasi atau rangsangan yang dapat diterima melalui lima indera. Baik itu berupa bentuk, warna, suara, sentuhan, aroma dan rasa dari rangsangan itu sendiri. Karena pemasar harus menyediakan sesuatu yang khusus sebagai rangsangan untuk menarik calon pembeli. Dalam hal ini penjual berupaya untuk membantu atau membujuk calon pembeli untuk membeli produk yang ditawarkan. Tidak seperti iklan *personal selling* melibatkan kontak langsung antara penjual dan pembeli, baik secara tatap muka ataupun melalui alat komunikasi.

Namun yang menarik pada Kantor Cabang Pembantu PT. Bank BRISyariah Teluk Kuantan yang banyak dan sering dilakukan bauran promosi adalah *personal selling*. Persaingan yang semakin sulit didunia bisnis saat ini, menjadi alasan penting dalam penelitian ini, oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi *personal selling* yang dilakukan oleh pihak BRISyariah Teluk kuantan dalam mencapai target.⁹

⁹Satria Irvan Nugraha, (UH. PT. BANK BRISyari'ah). *Wawancara*, 10 November 2016. Kota Teluk Kuantan.

Menurut Satria Irvan Nugraha (Karyawan Kantor Cabang Pembantu PT.Bank BRISyariah Teluk Kuantan), dengan adanya *personal selling* maka mereka dapat dengan mudah mengetahui informasi yang berasal dari calon pembeli maupun nasabah lama tentang apa yang mereka butuhkan baik mengenai jenis produk maupun harga yang dikehendaki sehingga mereka berusaha untuk memenuhi selera nasabah. Yaitu dengan meluncurkan produk-produk baru selain itu, kegunaan *personal selling* yang dilakukan selama ini juga bertujuan untuk memberikan informasi kepada nasabah baru maupun nasabah lama tentang produk-produk yang ditawarkan perusahaan.¹⁰

Menurutnya lagi dengan adanya *personal selling* maka calon pembeli juga akan mendapatkan beberapa keuntungan diantaranya dapat mengetahui harga produk yang ditawarkan dengan diskon yang berbeda sesuai dengan keadaan produknya baik untuk produk lama maupun untuk produk baru, serta dapat mempermudah calon pembeli untuk memperoleh produk yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan. Calon pembeli dapat bertanya secara langsung tentang produk yang ditawarkan kepada karyawan penjualnya sehingga terjadi interaksi antara calon pembeli dan penjual yang bersifat lebih pribadi. Diharapkan dengan adanya hubungan yang akrab timbul niat untuk membeli dari calon pembeli.¹¹

Jadi intinya, *personal selling* tidak hanya terbatas pada penjualan produk kepada calon pembeli tetapi ada hal lain yang lebih ditekankan, yaitu interaksi calon pembeli dan calon penjual. Informasi yang dihasilkan dari

¹⁰*Ibid*
¹¹*Ibid*

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.

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.

interaksi tersebut dapat berkembang. Minsalnya, calon pembeli berniat untuk membeli produk yang ditawarkan tetapi mereka masih ragu-ragu. Selain itu *personal selling* selalu mengutamakan nasabah karena prinsip yang mereka pegang adalah “ Nasabah adalah Raja”. Oleh karena itu respon yang ada pada calon pembeli maupun nasabah lama harus ditanggapi dengan baik. Hal ini akan menentukan sikap nasabah terhadap produk dimasa yang akan datang

Strategi *personal selling* akan meletakkan dasar penjualan produk secara jangka panjang karena jaminan terhadap kualitas produk juga dipertaruhkan oleh tenaga penjualan karena mereka akan langsung berhadapan dengan nasabahnya.¹² Namun benarkah strategi Promosi *personal selling* yang dipilih oleh perusahaan mampu untuk meningkatkn penjualan produk dan mempengaruhi nasabah untuk melakukan penjualan produk, oleh karena itu dalam penelitian ini akan dilakukan evaluasi terhadap pelaksanaan strategi Promosi *personal selling* di Kantor Cabang Pembantu PT.Bank BRISyariah Teluk Kuantan. Selama ini Kantor Cabang Pembantu PT.Bank BRISyariah Teluk Kuantan melalui tenaga *personal selling* untuk menjual dan mengenalkan produknya ke nasabah. Berikut akan disajikan data penjualan yang dicapai oleh tenaga *personal selling* di Kantor Cabang Pembantu PT.Bank BRISyariah Teluk Kuantan pada Tahun 2015 :

¹²http://Linda Dwi Astuti_1281013427.Skripsi Bab I, Diakses Tanggal 20 November 2016, Jam 09:23

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.

Hasil *Personal Selling* Produk Penyaluran Dana di Kantor Cabang Pembantu PT. Bank BRISyariah Teluk Kuantan tahun 2015
Tabel.1.1

No.	Tenaga <i>Personal Selling</i>	Target Penjualan	Hasil penjualan <i>personal selling</i>
1	M. Afiffudin	4.800.000.000	4.850.000.000
2	Sahrus Sabri	3.600.000.000	3.750.000.000
3	Sakbri perdiansyah	3.600.000.000	4.320.000.000
4	Gatot rio sapatro	3.600.000.000	4.000.000.000
	Fajri	6.000.000.000	6. 530.000.000
	Jumlah	Rp. 21.600.000.000	Rp.23.450.000.000

Sumber Data : PT.Bank BRISyariah Teluk Kuantan 2015

Tabel diatas menjelaskan adanya kecendrungan pencapaian penjualan yang melebihi target oleh setiap tenaga *personal selling* Kantor Cabang Pembantu PT. Bank BRISyariah Teluk Kuantan Tahun 2015, hal ini mengindikasikan bahwa tenaga *personal selling* mempunyai kemampuan mendukung dalam kegiatan pemasaran perusahaan nya.

Atas dasar latar belakang masalah yang telah peneliti uraian diatas, maka dalam penelitian ini akan dideskripsikan tentang bagaimana strategi *personal selling* yang dilakukan oleh Kantor Cabang Pembantu PT. BRISyariah Teluk Kuantan dalam usahanya meningkatkan penjualan. Sehingga penulis mengambil Judul dalam penelitian ini “**STRATEGI PROMOSI PERSONAL SELLING DALAM MENCAPAI TARGET DI KANTOR CABANG PEMBANTU PT. BANK BRISYARIAH TELUK KUANTAN DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARI’AH**”

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.

B. Batasan Masalah

Agar penulisan Penelitian ini lebih terarah, dan tidak menyimpang dari topik yang dipersoalkan, maka penulis memberi batasan permasalahan ini pada Strategi Promosi *Personal Selling* dalam mencapai target yang dilakukan pihak bank (karyawan/karyawati) Kantor Cabang Pembantu BRISyariah Teluk Kuantan ditinjau menurut Ekonomi Syari'ah.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Strategi Promosi *personal selling* di Kantor Cabang Pembantu PT. Bank BRISyariah Teluk Kuantan dalam mencapai target?
2. Bagaimana Tinjauan Ekonomi Syari'ah dalam Strategi Promosi *Personal Selling* Dalam Mencapai target Di Kantor Cabang Pembantu PT. Bank BRISyari'ah Teluk Kuantan?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk Mengetahui Strategi Promosi *personal selling* di PT. Bank BRISyariah Teluk Kuantan dalam mencapai target.
- b. Untuk Tinjauan Ekonomi Syari'ah Dalam Strategi Promosi *personal selling* dalam mencapai target di Kantor Cabang Pembantu PT. Bank BRISyariah Teluk Kuantan.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Sebagai sumbangan pemikiran dalam khazanah ilmu pengetahuan, dan dapat menambah literature ekonomi islam di perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.

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.

- b. Sebagai sumbangan dan pemikiran informasi bagi pihak-pihak lain yang ingin mengadakan penelitian yang sama dimasa yang akan datang.
- c. Sebagai salah satu syarat menyelesaikan perkuliahan pada program srata satu (SI) pada jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sulthan Syarif Kasim Riau.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Adapun yang menjadi lokasi penelitian ini adalah Kantor Cabang Pembantu PT. Bank BRISyari'ah Jl.Ahmad Yani No.32 Taluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi, Sedangkan alasan peneliti mengambil lokasi ini karena mudah dijangkau dan permasalahan yang diteliti belum pernah ada yang menelitinya.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah sumber utama penelitian yang memiliki data mengenai variabel-variabel yang diteliti.¹³Subjek dalam penelitian ini adalah Karyawan/Karyawati di Kantor Cabang Pembantu PT.Bank BRISyariah kantor cabang pembantu Teluk Kuantan. Sedangkan objek penelitian ini adalah Strategi Promosi *personal selling* dalam mencapai target yang dilakukan karyawan/ karyawati di Kantor Cabang Pembantu PT.Bank BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Teluk Kuantan.

¹³Saiful Anwar, *Metode Penelitian* .(Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011).h.34-35

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.

3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek atau subjek yang memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti.¹⁴ Populasi dalam penelitian ini adalah Karyawan/ti dan nasabah PT.Bank BRISyariah Teluk kuantan yang berjumlah 25 orang. Sedangkan sampel adalah wakil dari populasi yang memenuhi syarat untuk memberikan keterangan kepada penulis mengenai objek penelitian. Dalam penelitian ini, sampel diambil hanya dari pihak Marketing dan nasabah yaitu yang berjumlah 5 orang Marketing dan 20 orang nasabah maka peneliti mengambil 25%, menggunakan Metode *purposive sampling*.

Purposive sampling adalah Teknik pengambilan sampel sumber data dengan sengaja sesuai dengan persyaratan sampel yang diperlukan.¹⁵

4. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari wawancara dengan karyawan Kantor Cabang Pembantu PT.Bank BRISyariah kantor cabang pembantu Teluk kuantan.

b. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang tidak berhubungan langsung dengan karyawan dan merupakan data pendukung bagi peneliti, yang

¹⁴Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Persada Media Group, 2006), Cet 1, h.141

¹⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung :Alfabeta, 2012), cet ke-16.h.218

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.

berupa data yang diambil dari buku dan dokumen yang berubungan dengan masalah yang diteliti.¹⁶

5. Teknik pengumpulan data

Adapun data yang dikumpulkan sesuai dengan sifat penelitian yaitu lapangan dan perpustakaan, maka dengan landasan tersebut pengumpulan data dilakukan dengan cara:

a. Angket

Angket yaitu mengumpulkan data, dan memberikan daftar pertanyaan kepada karyawan yang dapat memberikan jawaban yang penulis butuhkan.

b. Observasi

Menurut Nasution (1988) menyatakan bahwa observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan, baik kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya serta pancaindra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit.¹⁷ Dalam hal ini penulis turun langsung kelapangan tempat penelitian Jl.Ahmad Yani No.32 Teluk kuantan. Kabupaten Kuantan Singingi

c. Wawancara

Menurut Esterberg (2002) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topic tertentu.

¹⁶Etta Mamang Sangadji, *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*, (Yogyakarta: Andi, 2010), Ed 1, h.190

¹⁷M.Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Public, dan Ilmu Sosial lainnya*, (Jakarta:Kencana, 2010), Cet 4. h.115.

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.

d. Dokumentasi

Dokumentasi Merupakan cara pengumpulan data dengan mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan-catatan suatu peristiwa yang ditinggalkan baik tertulis maupun tidak tertulis.

6. Teknik Analisa Data

Setelah data yang memiliki keterkaitan dapat penulis kumpulkan, maka penulis selanjutnya mengumpulkan data-data tersebut dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu menganalisa data dengan jalan mengklarifikasikan data-data berdasarkan persamaan jenis dari data tersebut, dan kemudian diuraikan antara data satu dengan data yang lainnya sehingga diperoleh gambaran yang utuh tentang masalah yang diteliti.

7. Metode Penulisan

Untuk mengelola dan menganalisa data yang terkumpul, penulis menggunakan Metode sebagai berikut :

- a. Deduktif adalah menyimpulkan hubungan yang tadinya tidak tampak berdasarkan generasi yang sudah ada.
- b. Induktif adalah proses mengorganisasikan fakta-fakta atau hasil-hasil pengamatan yang terpisah-pisah menjadi suatu rangkaian hubungan atau generasi.

- c. Deskriptif, yaitu menggambarkan secara tepat masalah yang diteliti sesuai dengan yang diperoleh, kemudian dianalisa sesuai dengan masalah tersebut.¹⁸

F. Sistematika Penulisan

Untuk lebih jelas gambaran mengenai masalah yang diteliti serta memudahkan dalam memahami tulisan, maka penulisannya dibagi kedalam lima (v) bab terdiri dari beberapa pasal yang merupakan satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan yang terdiri dari Latar belakang Masalah, Batasan Masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM BRISYARIAH

Dalam bab ini dijelaskan Sejarah dan Perkembangan BRISyariah, Visi dan Misi PT. Bank BRISyariah, Budaya Kerja BRISyariah, Produk-Produk Bank BRISyariah, Struktur Organisasi PT. Bank BRISyariah, Konsep Dasar PT. Bank BRISyariah serta Prinsip operasional Bank syariah pada PT. Bank BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Kuansing.

¹⁸ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2011), Ed 1 Cet. 1, h. 37

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.

BAB III TINJAUAN TEORITIS

Dalam Bab ini akan dijelaskan teori yang mendukung permasalahan tentang : Strategi promosi : pengertian Strategi promosi dan tujuannya, *Personal selling* yang meliputi : pengertian *personal selling*, Tahapan *personal selling*, Tujuan *Personal Selling*, Bentuk-bentuk *personal selling*, Kelebihan dan kelemahan *personal selling*, Strategi *personal selling* dalam perbankan,. Strategi *personal selling* : Strategi *personal selling* secara umum dan strategi *personal selling* secara individual, Prinsip Etika dalam Promosi *personal selling* Serta strategi *personal selling* dalam pandangan ekonomi Syari'ah.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam Bab ini penulis mengemukakan hasil penelitian dan pembahasan yang meliputi : Strategi Promosi *personal selling* dalam mencapai Target di Kantor Cabang Pembantu PT.Bank BRISyariah Teluk Kuantan dan Tinjauan Ekonomi Syari'ah dalam Strategi Promosi *Personal Selling* Dalam Mencapai target Di Kantor Cabang Pembantu PT.Bank BRISyari'ah Teluk Kuantan

BAB V PENUTUP

Bagian ini merupakan akhir dimana penulis akan mengambil kesimpulan dan dan memberikan saran-saran yang mungkin akan bermanfaat dalam penelitian yang akan datang.