

**IMPLEMENTASI PROMOSI PRODUK IB TABUNGAN SIMPANAN
AMANAH RIAU (SINAR) PADA PT. BANK RIAU
KEPRI SYARIAH CAPEM DURI**

LAPORAN AKHIR

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mencapai Gelar Ahli Madya
(A.Md) pada Program Studi Diploma Tiga (D-III Perbankan Syariah)



Oleh:

RIANA LESTARI PASARIBU

NIM : 01820624997

**PROGRAM STUDI D-III PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
PEKANBARU-RIAU
1443 H/2021 M**

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 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.

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

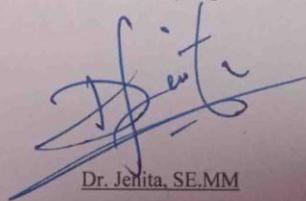
Tugas Akhir ini dengan judul : "STRATEGI PROMOSI PRODUK IB SIMPANAN AMANAH RIAU DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA PT. BANK RIAU KEPRI SYARIAH CAPEM DURI" yang ditulis oleh :

Nama : RIANA LESTARI PASARIBU
NIM : 01820624997
Program Studi : Perbankan Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diajukan dalam sidang munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Pekanbaru, 12 Agustus 2021

Pembimbing Tugas Akhir



Dr. Jehita, SE,MM

NIP: 196501262014112001



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.

PENGESAHAN

Laporan Akhir dengan judul **Implementasi Promosi Produk Tabungan IB Simpanan Amanah Riau (Sinar) Pada PT. BRKS Capem Duri**, yang ditulis oleh :

Nama : Riana Lestari Pasaribu
 NIM : 01820624997
 Program Studi : Perbankan Syariah

Telah di *Munaqasyahkan* pada

Hari : Jumat, 5 November 2021
 Tanggal : 5 November 2021 08.00 WIB.
 Tempat : Ruang *sidang munaqasyah* Fakultas Syariah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Pekanbaru, 5 November 2021

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua

Dr. Nurnasrina, SE., M.Si

Sekretaris

Madona Khairunisa, M.Sy

Penguji I

Dr. H. Muh. Said HM, MA, MM

Penguji II

Dr. Syahpawi, S.Ag., M.SH

Mengetahui:
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

Dr. Zulkifli, M.Ag
 NIP. 197410062003011005





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.

Lampiran Surat :
 Nomor : Nomor 25/2021
 Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : RIANA LESTARI PASARIBU
 NIM : 01820624997
 Tempat/Tgl Lahir : RIMBA GIAM, 25 JANUARI 2000
 Fakultas/Pascasarjana : SYARIAH DAN HUKUM
 Prodi : PERBANKAN

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:

STRATEGI PROMOSI PRODUK TABUNGAN IB SIMPANAN
AMANAH RIAU (SINAR) DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
NASABAH PADA PT BANK RIAU KEPRI SYARIAH CADEM DURI

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi (Karya Ilmiah lainnya)* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 16 September 2021
 Yang membuat pernyataan



RIANA LESTARI PASARIBU

NIM: 01820624997

*pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

ABSTRAK

Riana Lestari Pasaribu, (2021) : Implementasi Promosi Produk Tabungan IB Simpanan Amanah Riau (SINAR) Pada PT. BRKS Capem Duri.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh ketatnya dunia persaingan khususnya di dunia Perbankan sehingga bank harus lebih gesit dalam mempromosikan produknya. PT. Bank Riau Kepri Syariah Capem Duri menerapkan salah satu produknya yang menjadi daya tarik untuk menarik nasabah untuk bertransaksi di Bank Riau Kepri Syariah dengan produknya unggulanya Tabungan IB Simpanan Amanah Riau (Sinar). Adapun Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu : Bagaimana implementasi promosi produk tabungan IB Simpanan Amanah Riau (SINAR) pada PT.BRKS Capem Duri dan apa saja faktor penghambat dan pendukung dalam mempromosikan produk tabungan IB Simpanan Amanah Riau (Sinar) pada PT.BRKS Capem Duri. Tujuan dan kegunaan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi promotion produk tabungan IB simpanan amanah riau (Sinar) pada PT BRKS Capem Duri dan untuk mengetahui apa saja faktor penghambat dan pendukung dalam mempromosikan produk Tabungan IB Simpanan Amanah Riau (Sinar) pada PT.BRKS Capem Duri.

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Riau Kepri Syariah Capem Duri yang berlokasi di JL. Sudirman no 150 A samping Ramayana Duri Kabupaten Bengkalis, Riau . Menggunakan metode deskriptif kualitatif, dan adapun populasi dalam penelitian ini berjumlah 3 orang sample dalam penelitian ini ada 3 orang yaitu : 1 Orang Costumers service, 1 Orang Marketing , 1 Orang Pinsi operasional . Analisis data dalam penelitian ini yaitu *deskriptif* dan sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder serta metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. dengan jumlah narasumber 3 orang yaitu *costumers service, pinsi operasional* dan *Marketing* teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dokumen. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan sumber datapenelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Implementasi promosi produk tabungan IB Simpanan Amanah Riau (Sinar) ini telah terlaksana dan mengalami peningkatan dimana sarana yang digunakan oleh BRKS Capem Duri berupa *Periklanan, Personal selling, Sales Promotion, Publicity*. Dan adapun Faktor pendukung (Internal) Promosi yaitu Manajemen dana bank itu sendiri, dan 7P sedang faktor penghambat nya (Eksternal) yaitu meliputi : Mikro dan Makro.

Kata kunci : Implementasi , Promosi , Tabungan

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.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan karunia,rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir yang berjudul “Implementasi Promosi Produk Tabungan IB Simpanan Amanah Riau (Sinar) Pada PT. BRKS Capem Duri “. Sebagai salah satu syarat melengkapi untuk mencapai jenjang Diploma III pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Suska Riau. Shalawat beserta salam selalu tercurahkan kepada Nabi besar kita, yakni Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga besar, sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Dalam penulisan Laporan Akhir ini masih jauh dari sempurna oleh karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis dapatkan, oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis mohon maaf atas segala kekurangan . Penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa ada bantuan dan kerjasama dari pihak lain. Oleh karena itu kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya dan penghargaan kepada:

Ayahanda (Peri Patli Pasaribu) dan Ibunda (Nurjiah Hanum Hasibuan) yang telah memberikan yang terbaik tiada hentinya memberikan support selama ini dan mengorbankan segalanya demi kebahagiaan dan masa depan anaknya sehingga saya mampu menyelesaikan laporan akhir ini.

Bapak Prof. Dr. Hairunas, M.Ag selaku rektor UIN 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.

Bapak Dr. Zulkifli.M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Uin Suska Riau beserta Para Wakil Dekan I.II & III

Ibu Dr. Jenita SE,MM. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu pikiranya dengan setulus hati sehingga saya mampu menyelesaikan laporan akhir.

Ibu Nurhasanah, SE.MM selaku penasehat akademik yang telah mampu memberikan arahan dan petunjuk untuk membantu penulis selama masa perkuliahan

Ibu Dr. Nurnasrina , SE.,MS.Si selaku ketua jurusan Perbankan Syariah dan sekretaris jurusan Ibu Dr. Jenita, SE,MM.

7. Bapak Pimpinan dan Seluruh karyawan BRKS Capem Duri yang telah memberikan bantuan dan mengizinkan untuk melakukan penelitian di BRKS Capem Duri.

8. Bpk Kepala Perpustakaan UIN Suska Riau dan segenap karyawan yang telah memberikan bantuan kepada penulis untuk mendapatkan bantuan buku-buku yang berkaitan dengan judul penelitian.

Seluruh Dosen pengajar program D3 Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, yang telah mendidik penulis.

UIN SUSKA RIAU

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan di dalam laporan akhir ini, maka dengan terbuka penulis mengharapkan kritik dan saran yang menyempurnakan penulisan-penulisan lainya yang mendatang. Harapan penulis semoga laporan akhir ini dapat bermanfaat bagi semuanya.

Pekanbaru, 22 November 2021

Riana Lestari Pasaribu
NIM : 01820624997



- 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.

DAFTAR ISI

PERSetujuan	i
PENGESAHAN	
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
E. Metodologi Penelitian	8
F. Sistematika Penulisan	12
BAB II GAMBARAN UMUM	
A. Sejarah Berdirinya Bank Riau Kepri Capem Syariah Duri.....	14
B. Jenis-Jenis Bank	16
C. Jenis-Jenis Kantor	20
D. Visi dan Misi Perusahaan / Instansi	21
E. Produk- produk PT. Bank Riau Kepri Syari'ah	22
F. Dewan Pengawas Syariah	28
G. Perilaku Utama Insan Bank Riau Kepri	28
H. Budaya Bank Riau Kepri	29
I. Struktur Organisasi Bank Riau Kepri Syariah Capem Duri	29
J. Aktivitas Bank Riau Kepri Syariah.....	40

- 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 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 III LANDASAN TEORETIS

A. Pengertian Promosi	41
B. Promosi Dalam Ekonomi Islam	41
C. Pengerian dan Dasar Hukum Promosi	48
D. Jenis Kegiatan Promosi	49
E. Faktor yang mempengaruhi Promosi	58
F. Tabungan	62

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Impelementasi Promosi Produk Tabungan Simpanan Amanah Riau Pada PT.Bank Riau Kepri Syariah Capem Duri.....	63
B. Faktor Pendukung dan Penghambat Produk Tabungan IB Simpanan Amanah Riau (SINAR) Pada PT. BRKS Capem Duri.....	68

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	74
B. Saran	78

DAFTAR PUSTAKA

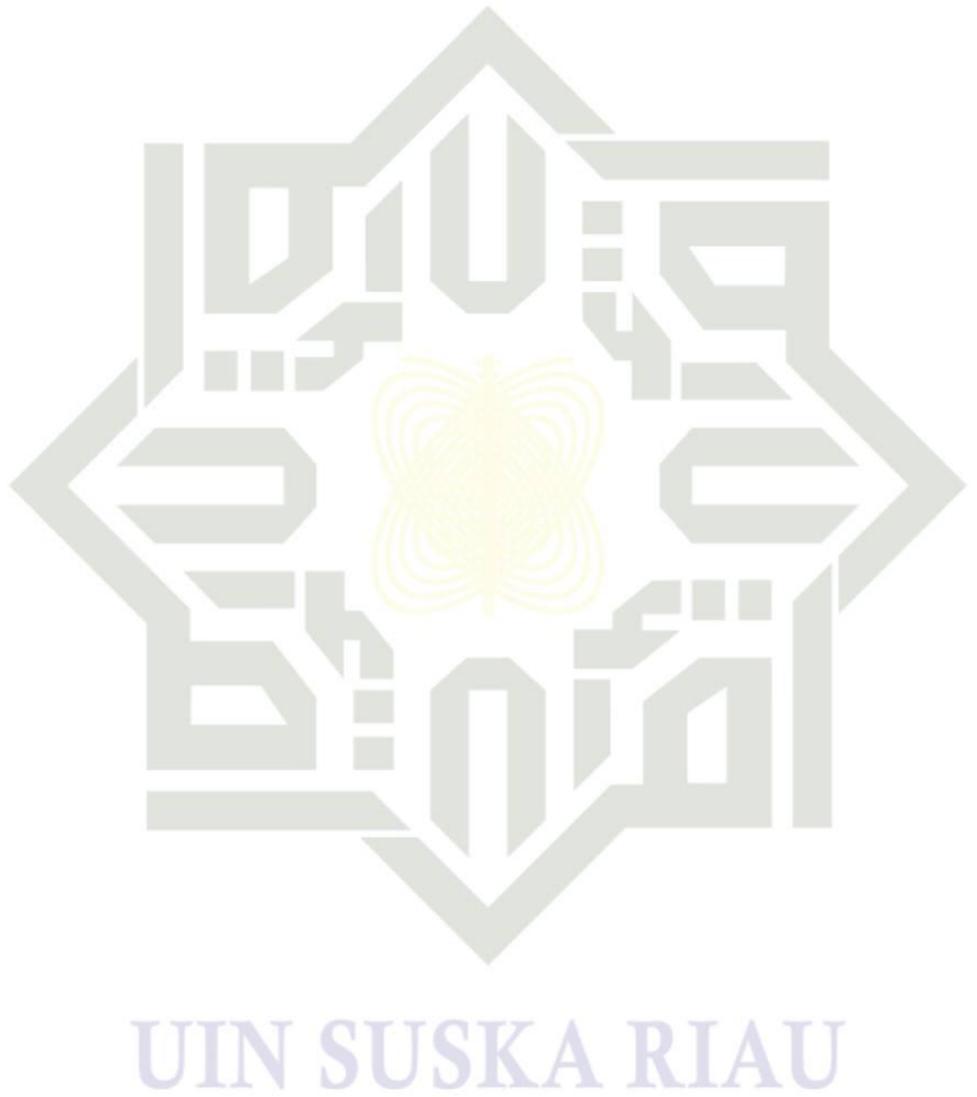
LAMPIRAN

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.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Bank Riau Kepri	21
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Bank Riau Kepri.....	32



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 Masalah

Pada zaman modern sekarang ini peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar, hampir semua sector yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Oleh karena itu saat ini dan dimasa yang akan datang setiap negara dan individu kita tidak akan lepas dari dunia perbankan, jika hendak menjalankan aktivitas keuangan, baik perorangan maupun lembaga, baik sosial atau perusahaan.

Begitu pentingnya dunia perbankan sehingga ada anggapan bahwa bank merupakan “nyawa” untuk mengerakkan roda perekonomian suatu negara. Anggapan ini tentunya tidak salah, karena fungsi bank sebagai lembaga keuangan sangatlah vital, misalnya dalam hal penciptaan uang, mengedarkan uang, menyediakan uang untuk menunjang kegiatan usaha, tempat mengamankan uang, tempat melakukan investasi dan jasa keuangan lainnya. Bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut kemasyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya¹. Pada tahun 1992, berdirilah bank Muamalat Indonesia sebagai bank syariah yang pertama di Indonesia yang merupakan hasil kerja tim Perbankan Majelis Ulama Indonesia (MUI) akte pendirian Bank Muamalat Indonesia ditandatangani pada tanggal 1 November 1991. Undang-undang yang mengatur tentang kehadiran bank syariah di Indonesia

¹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta : Kencana ,2010,Cet.4,h.8.



adalah UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan. Menurut undang-undang No 21 tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank umum syariah adalah bank yang berdiri sendiri dengan akta pendiriannya bukan merupakan bagian dari bank konvensional, sedangkan unit usaha syariah adalah unit kerja dari kantor pusat konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Sebagai lembaga intermediasi, bank syariah menghimpun dana dari masyarakat yang menempatkan dananya dalam bentuk simpanan akan mendapatkan bonus yang besar tergantung pada bank syariah. Masyarakat yang menyimpan dananya di bank syariah dengan menggunakan akad kerjasama akan mendapatkan bagi hasil sesuai kesepakatan yang dilakukan antara bank syariah dan nasabah. kegiatan usahanya.

Bank umum syariah adalah bank yang berdiri sendiri dengan akta pendiriannya bukan merupakan bagian dari bank konvensional, sedangkan unit usaha syariah adalah unit kerja dari kantor pusat konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.² Sebagai lembaga intermediasi, bank syariah menghimpun dana dari masyarakat yang menempatkan dananya dalam bentuk simpanan akan mendapatkan bonus yang besar tergantung pada bank syariah. Masyarakat yang menyimpan dananya di bank syariah dengan menggunakan akad

² *Ibid.* h. 9

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.



kerjasama akan mendapatkan bagi hasil sesuai kesepakatan yang dilakukan antara bank syariah dan nasabah.

Bank sebagai lembaga keuangan yang menghasilkan jasa keuangan juga membutuhkan strategi pemasaran untuk memasarkan produknya dampak dari perubahan teknologi juga berdampak positif terhadap perkembangan dunia perbankan produk yang ditawarkan kepada nasabah lebih cepat dan efisien.

Sebagai contohnya untuk melakukan pengiriman uang (transfer) dapat dilakukan pada saat itu juga dengan sistem on line komputer, padahal sebelumnya untuk mengirim uang dari satu bank ke bank lainya memerlukan waktu beberapa hari demikian juga dalam hal penagihan (inkaso) waktu yang dibutuhkan menjadi lebih cepat. Dari sisi lain untuk melakukan penarikan uang saat ini tidak perlu dilakukan ke bank tapi cukup dapat ditarik mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) yang tersebar di berbagai tempat, disamping itu juga ATM juga memberikan kelebihan lain seperti informasi saldo serta melakukan berbagai pembayaran dalam waktu yang sangat cepat melalui pendebitan.³

Bank Riau Kepri Syariah Capem Duri merupakan lembaga keuangan yang dimana sistem operasionalnya berdasarkan prinsip syariah dan Bank Riau Kepri Syariah adalah bank BUMD milik pemerintah Provinsi Riau dan Kepulauan Riau yang berpusat di Pekanbaru, Riau Indonesia. Bank riau kepri syariah capem duri merupakan bank cabang pembantu yang berada di Kota Duri tepatnya di Jalan sudirman no 150 A samping Ramayana yang merupakan lembaga keuangan yang kegiatannya menghimpun dana, menyalurkan dana kepada masyarakat dengan

³ Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2007, h. 164-165

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.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Diarang 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.

menggunakan akad- akad yang sudah ditentukan. Dalam pembahasan ini penulis memfokuskan pada produk tabungan **produk tabungan ib simpanan amanah riau (SINAR)**. Produk tabungan ib simpanan amanah riau (sinar) merupakan salah satu produk penghimpun dana yang ditawarkan pada PT Bank Riau Kepri Syariah capem duri tabungan ini merupakan tabungan yang sesuai dengan pendapatan bank.

Namun semangkin berkembangnya sector perbankan di Indonesia diperlukan adanya kegiatan pemasaran untuk menghadapi persaingan yang dari waktu ke waktu semangkin meningkatkan salah satunya di Bank Riau Kepri Syariah Capem Duri khususnya pada tabungan produk tabungan IB Simpanan Amanah Riau (Sinar). Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa,pemasaran menjadi semangkin penting dan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Dalam melakukan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut hati konsumen terutama produk yang baru diluncurkan, sedangkan dalam jangka panjang untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis hal ini dilakukan agar masyarakat atau nasabah mengetahui dan berminat untuk mengambil manfaat dari produk yang ditawarkan sesuai kebutuhannya. Kegiatan pemasaran sebelumnya hanya dilakukan oleh perusahaan berorientasi profit saja, namun dewasa ini kegiatan pemasaran tidak hanya monopoli berientasi profit bahkan usaha sosial pun sudah



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Diarang 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.

mulanya menggunakan pemasaran dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya.

Bagi dunia perbankan yang merupakan badan usaha yang berorientasi profit, kegiatan pemasaran sudah merupakan kebutuhan utama dan sudah termasuk keharusan untuk dijalankan. Tanpa kegiatan pemasaran kebutuhan dan keinginan pelanggan tidak terpenuhi, karena bagi dunia usaha seperti usaha perbankan perlu mengemas kegiatan pemasarannya secara terus-menerus melakukan riset pasar. Pemasaran harus dikelola secara professional sehingga kebutuhan dan keinginan pelanggan akan segera terpenuhi dan terpuaskan. Strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh terpadu dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan panduan tenaga kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.

Promosi merupakan bagian dari strategi pemasaran yang digunakan perusahaan sebagai ujung tombak dari kegiatan perusahaan yang memainkan peranan penting dalam volume penjualan. Tujuan dari promosi itu sendiri adalah membatani komunikasi antara produsen dan konsumen diantara permintaan dengan penawaran . pemasaran merupakan salah satu faktor terpenting yang turut mempengaruhi kemajuan suatu lembaga keuangan (perbankan). Perusahaan atau lembaga keuangan harus mengadakan komunikasi atau promosi dengan masyarakat karena promosi merupakan kunci keberhasilan dalam penyampaian produk atau jasanya kepada masyarakat. Jika banyak masyarakat yang tertarik dengan promosi yang diberikan oleh pihak perbankan maka membawa keberuntungan untuk pihak perbankan agar terus berkembang kedepannya gar



terhindar dari kebangkrutan. Hal ini terlepas kaitanya dengan semakin tajamnya persaingan antar lembaga perbankan. Oleh sebab itu PT Bank Riau Kepri Syariah Capem Duri harus lebih giat mempromosikan produk sehingga masyarakat dapat tertarik dan bergabung di PT Bank Riau Kepri Syariah Capem Duri.

Dalam kegiatan promosi perbankan akan banyak mengeluarkan biaya-biaya yang cukup besar dengan harapan dapat memperoleh penjualan yang besar pula mengingat masih adanya peluang bagi PT Bank Riau Kepri Syariah Capem Duri untuk bersaing dengan lembaga keuangan lainnya, maka diperlukan *promotion* untuk menjangkau masyarakat agar terus menerus menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perbankan. penelitian ini penulis mengkhususkan pada salah satu produk penghimpunan yang ada di Bank Riau Kepri Syariah Capem Duri yakni tabungan Simpanan Amanah Riau (SINAR) alasan mengapa dilakukan penelitian tentang produk tabungan ini dilatarbelakangi adanya persaingan yang ketat dengan produk yang ada di bank syariah lainnya. Sehingga perlu dilakukan penelitian pada produk ini sehingga produk ini dapat meningkat dan tidak kalah saingan dengan produk bank yang lainnya, berdasarkan penjelasan diatas, alasan utama penulis tertarik untuk mengambil judul “*Implementasi Promosi Produk Tabungan IB Simpanan Amanah Riau (SINAR) Pada PT.*

BRKS Capem Duri

B. Batasan Masalah

Untuk menghindari terlalu luas dan melebarnya pembahasan serta mempertajam bahasan, pembahasan yang akan dikaji dan diteliti penulis akan memberikan pembatasan masalah pada “Strategi Promosi produk tabungan IB

- 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.

Simpanan Amanah Riau (SINAR) dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT Bank Riau Kepri Syariah Capem Duri.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka maka penulis menetapkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Implementasi Promosi Produk Tabungan IB Simpanan Amanah Riau (Sinar) pada PT. BRKS Capem Duri?
2. Apa Saja Faktor Penghambat dan Pendukung Dalam Mempromosikan Produk Tabungan IB Simpanan Amanah Riau (Sinar) pada PT.BRKS Capem Duri?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas maka penelitian ini bertujuan untuk :

- a. Untuk mengetahui implementasi promotion produk tabungan IB simpanan amanah riau (Sinar) pada PT BRKS Capem Duri
- b. Untuk mengetahui apa Saja Faktor Penghambat dan Pendukung Dalam Mempromosikan Produk Tabungan IB Simpanan Amanah Riau (Sinar) pada PT.BRKS Capem Duri?

2. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan berguna bagi beberapa aspek, diantaranya:

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



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.

a. Bagi Penelitian

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan yang lebih luas dan untuk menerapkan ilmu yang didapat dibangku perkuliahan ke dalam kehidupan masyarakat.

b. Bagi Bank Riau Kepri Syariah Capem Duri

Dengan adanya penelitian ini untuk memberikan gambaran mengenai strategi promotion pada produk tabungan IB Simpanan Amanah Riau (Sinar) pada PT Bank Riau Kepri Syariah Capem Duri, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan perusahaan.

c. Bagi Akademis

Untuk menambah wawasan dibidang Perbankan Syariah dan untuk dapat dipergunakan sebagai informasi bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan strategi pemasaran pada produk tabungan IB Simpanann Amanah Riau (Sinar) di Bank Riau Kepri Syariah Capem Duri.

d. Bagi Masyarakat

Diharapkan melalui hasil penelitian ini dapat memberikan informasi akan pentingnya fungsi dan peranan lembaga keuangan syariah.

E. Metodologi Penelitian

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun menjadi lokasi dalam penelitian ini adalah pada PT. Bank Riau Kepri Syariah Capem Duri yang berada dijalan sudirman no 150 A samping Ramayana Kabupaten Bengkalis. Adapun yang menjadi alasan memilih lokasi penelitian ini adalah lokasi yang mudah dijangkau sehingga mengurangi waktu



dan memperkecil biaya yang diperlukan pada saat melakukan penelitian selain ini juga pengetahuan yang cukup tentang bank riau kepri syariah.

2. Jenis penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Metode Deskriptif* metode deskriptif yang bertujuan untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai setting sosial. Penelitian deskriptif dapat dikatakan bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, atau peristiwa yang terjadi saat sekarang atau masalah actual.

3. Subjek dan objek Penelitian

Adapun subjek ini adalah Pimpinan dan Staf karyawan PT. Bank Riau Kepri Syariah Capem Duri. Objek penelitian yang menjadi objek penelitian ini adalah Implementasi Strategi Promosi Produk Tabungan IB Simpanan Amanah Riau (Sinar) pada PT. BRKS Capem Duri.

4. Sample

Sample adalah suatu himpunan bagian dari unit populasi. Sample yang diambil dalam populasi hendaknya bisa mewakili populasi secara keseluruhan, maka dari itu penulis mengambil sample dari 3 (orang) pinsi operasional, costumers service, marketing.

5. Sumber Data

a. Data Primer adalah data yang diperoleh dari pimpinan, karyawan BRKS Capem Duri.

b. Data Sekunder adalah data-data yang diperoleh dari buku-buku perpustakaan dan dokumen-dokumen yang berhubungan dengan topik ini.

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.

©Halal cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

6. Metode Pengumpulan Data

Data Dalam pengumpulan data penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik sebagai berikut :

a. Observasi

Peneliti melakukan peninjauan secara langsung kelapangan untuk mendapatkan gambaran secara nyata tentang kejadian yang diteliti. Yaitu dengan cara melakukan penelitian secara langsung pada PT. Bank Riau Kepri Syariah Capem Duri

b. Wawancara

Pengumpulan data dengan melalui tanya jawab langsung dengan narasumber karyawan PT. Bank Riau Kepri Syariah Capem Duri sebanyak 3 orang

c. Dokumentasi

Penulis mengumpulkan bahan-bahan dokumen berupa brosur, formulir dan data lain dari PT. Bank Riau Kepri Syariah Capem Duri yang berhubungan dengan objek penelitian

d. Studi Kepustakaan

Penulis memakai literature atau buku-buku yang ada kaitanya dengan nasabah yang dibahas, untuk dapat menjadi bahan panduan atau pendukung teori penelitian ini.

7. Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode penelitian deskriptif adalah Deskriptif yaitu

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.



penelitian yang berusaha mendiskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian, yang terjadi saat sekarang ini. adapun ciri-ciri metode deskriptif yang pokok pada metode deskriptif antara lain:

1. Memusatkan perhatian pada permasalahan yang ada pada saat penelitian dilakukan atau permasalahan yang bersifat actual.
2. Mengambarkan fakta tentang permasalahan yang diselidiki sebagaimana adanya diiringi dengan interpretasi rasional yang seimbang.
3. Pekerja peneliti ini bukan saja memberikan gambaran terhadap fenomena-fenomena tetapi juga menerangkan hubungan.

8. Metode Penulisan

Untuk mengelola data yang terkumpul penulis menggunakan beberapa metode yaitu :

a. Metode Deduktif

Metode deduktif adalah suatu uraian penulis yang diawali dengan menggunakan kaedah-kaedah umum, kemudian dianalisa dan diambil kesimpulan secara khusus.

b. Metode Induktif

Metode induktif adalah suatu uraian penulis yang diawali dengan menggunakan kaedah-kaedah khusus kemudian dianalisa dan diambil kesimpulan secara umum.

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.

Sistematika Penulisan

BAB I

: PENDAHULUAN

Pada bab ini terdiri dari: latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat Penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan.

BAB II

: GAMBARAN UMUM

Pada bab ini membahas tentang gambaran umum lokasi penelitian tentang sejarah singkat dan perkembangan PT Bank Riau Kepri Syariah Capem Duri, visi dan misi, struktur organisasi dan aktifitas PT Bank Riau Kepri Syariah Capem Duri.

BAB III

: LANDASAN TEORETIS

Dalam bab ini membahas teori- teori yang meliputi tentang Implementasi Promosi Produk IB Tabungan Simpanan Amanah Riau (sinar) pada PT.BRKS Capem Duri

BAB IV

: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini merupakan hasil penelitian tentang implementasi Promosi Produk IB Tabungan Simpanan Amanah Riau (Sinar) pada PT. BRKS Capem Duri.

BAB V

: PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran dari penulis.

DAFTAR PUSTAKA
 LAMPIRAN

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 II

GAMBARAN UMUM BRKS CAPEM DURI

A. Sejarah Berdirinya Bank Riau Kepri Capem Syariah Duri

Bank Pembangunan Daerah Riau Kepri didirikan sesuai dengan undang-undang No.13 tahun 1962 tentang Bank Pembangunan Daerah. terhitung tanggal 01 april 1996 secara resmi kegiatan Bank Pembangunan Daerah Riau dimulai dengan status sebagai bank Milik Pemerintah Daerah Riau. Dengan berbagai perubahan dan perkembangan kegiatan bank, sejak tahun 1975 status pendirian Bank Pembangunan Daerah Riau disesuaikan dengan Peraturan Daerah Provinsi Daerah Tingkat 1 Riau No 10 Tahun 1975, yang kemudian diatur kembali dengan Peraturan Daerah Tingkat I Riau Nomor 18 tahun 1986 berdasarkan undang-undang Nomor 13 Tahun 1962.

Status pendirian Bank Pembangunan Daerah Riau diatur dan disesuaikan dengan peraturan Daerah No. 14 Tahun 1962 tentang Bank Pembangunan Daerah Riau Berdasarkan Undang- Undang No 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Terakhir dengan Peraturan Daerah Provinsi Daerah Tingkat 1 Nomor 5 Tahun 1992 Tentang Bank Pembangunan Daerah Riau. Selanjutnya Bank Pembangunan Daerah disetujui berubah status dari Perusahaan Daerah (PD) menjadi Perseroan Terbatas (PT) sesuai hasil keputusan RUPS tanggal 26 juni 2002 yang dibuat oleh notaris Ferry Bakti,S.H dengan Akta Nomor 33, yang kemudian ditetapkan dengan peraturan daerah Nomor 10 Tahun 2002 tanggal 26 Agustus 2002 dan telah diundangkan dalam lembaran Daerah Provinsi Riau Tahun 2002 Nomor 50. perubahan bentuk hukum tersebut telah dibuat dengan Akta Notaris Muhammad

Dahad Umar,S.H Notaris dipekanbaru no 36 tanggal 18 januari 2003 yang telah disahkan oleh Menteri Kehakiman dan HAM dengan surat keputusan Nomor :C-0981.HT.01.01.TH.2003 tanggal 5 mei 2003. Perubahan badan hukum tersebut telah disahkan dalam RUPS tanggal 13 juni 2003 yang dituangkan di dalam Akta Notaris No. 29 tanggal 13 juni 2003 notaris Yondri DARTO,SH, Notaris batam dan telah pula mendapat persetujuan Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia nomor 5/30/KEP.DGS/2003 tanggal 22 juli 2003.

Sesuai keputusan RUPSLB tanggal 26 April 2010, telah dilakukan perubahan namun PT.Bank Pembangunan Daerah Riau menjadi PT. Bank Pembangunan Daerah Riau Kepri yang mendapat persetujuan dari menteri hukum dan HAMRI melalui keputusan No. AHU-3684.AH.01.02 Tahun 2010 tanggal 22 juli 2010 dan surat Direktur Jenderal Administrasi Hukum Umum Perdata No. AHU.2-AH.01.01-6849 TANGGAL 25 Agustus 2010, serta persetujuan dari Bank Indonesia melalui surat keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 12/59/KEP.GBI/2010 tanggal 23 September 2010. Perubahan nama ini diresmikan secara bersama oleh Gubernur Riau dan Gubernur Kepulauan Riau pada tanggal 13 Oktober 2010 di Batam. ⁴

Beroperasinya Bank Riau Kepri Syariah tidak hanya dilandasi dengan adanya fakta bunga bank haram dari Majelis Ulama Indonesia pada akhir tahun 2009 namun juga disokong oleh beberapa faktor. Salah satu faktor yang memungkinkan diimplementasikanya perbankan syariah adalah dari sisi regulasi dengan dikeluarkanya Undang- undang No 7 tahun 1992 tentang perbankan telah

⁴ Bank riau kepri, “*bankriaukepri*”, Artikel diakses pada 12 November 2021 dari <https://www.bankriaukepri.co.id/riau-konf/index.php>

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 Dilindungi Undang-Undang
Sate Itanoe University of Sitaras
Syarif Kasim Riau

memberikan peluang bagi Bank Umum Konvensional untuk ikut serta menangani Transaksi Perbankan Syariah juga mempunyai potensi pasar yang cukup besar di Riau dan Kepulauan Riau, mengingat mayoritas penduduknya beragama Islam. Pada tahun 2001 dalam Rapat Umum Pemegang Saham Riau telah disetujui prinsip pembentukan Bank Riau Kepri Syariah, yang kemudian ditetapkan melalui Unit Usaha Syariah. Pendirian Bank Riau Kepri dengan membentuk Unit Usaha Syariah sesuai dengan surat keputusan Direksi No. 44/KEPDIR/2002 pada tanggal 01 Oktober 2002. Akselerasi pendirian Bank Riau Kepri Syariah dipercepat dengan pembentukan Tim Pengembangan Unit Usaha Syariah Bank Riau dengan SK Direksi PT. Bank Riau No. 39/KEPDIR/2003. Pengajuan Izin prinsip Bank Riau Syariah ke Bank Indonesia diajukan pada tanggal 29 Januari 2004. Persetujuan prinsip dari Bank Indonesia didapatkan tanggal 27 Februari 2004 melalui surat BI Pekanbaru No.6/7Dpbs/Pbr. Pada tanggal 1 Juli 2004 dilaksanakan Soft dan Grand Opening Bank Riau Syariah, dan tanggal 22 Juli Bank Riau Kepri Syariah diresmikan oleh Gubernur Riau HM Rusli Zainal yang kala itu juga dihadiri Deputy Gubernur Bank Indonesia Maulana Ibrahim dan Ketua serta Ketua DPRD Provinsi Riau Dr. Chaidir MM.⁵

B. Jenis-Jenis Bank

Di Indonesia saat ini terdapat beberapa jenis perbankan seperti yang diatur dalam undang-undang perbankan jenis perbankan sebelum keluar undang-undang perbankan No 10 tahun 1998 dengan sebelumnya yaitu undang-undang No 14 tahun 1996, maka terdapat beberapa perbedaan. Namun kegiatan utama atau

⁵ Bank riau kepri syariah."bankriaukeprisyariah", Artikel ini diakses pada tanggal 12 November 2021 dari : <https://www.bankriaukepri.co.id/riau-syariah/>



Bank sebagai lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana tidak berbeda satu sama lainnya, bahkan bertambah padat dan berkembang. Perbedaan jenis perbankan dapat dilihat dari segi fungsi, serta kepemilikannya, dari segi fungsi perbedaan yang terjadi terletak pada luasnya kegiatan atau jumlah produk yang dapat ditawarkan

Dilihat dari segi **fungsinya**, menurut Undang-undang nomor 10 tahun 1998 adalah sebagai berikut:

- a. Bank Umum, bank yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran sifat jasa yang diberikan adalah umum, dalam arti dapat memberikan seluruh jasa perbankan yang ada. Bank umum sering disebut bank komersil.
- b. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Dilihat dari segi **kepemilikannya** Jenis bank dilihat dari segi kepemilikan tersebut adalah:

- a. Bank milik pemerintah, dimana baik akte pendirian maupun modalnya dimiliki oleh pemerintah, sehingga seluruh keuntungan bank ini dimiliki oleh pemerintah pula, contoh bank milik pemerintah Indonesia yaitu :

- 1) Bank Negara Indonesia 46 (BNI)
- 2) Bank Rakyat Indonesia (BRI)
- 3) Bank Tabungan Negara (BTN)

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 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

4) Bank Mandiri.

Bank milik swasta nasional, bank jenis ini seluruh atau sebagian besarnya dimiliki oleh swasta nasional serta akte pendiriannya pun didirikan oleh swasta, begitu pula pembagian keuntungannya untuk keuntungan swasta pula, adapun contoh bank milik swasta yaitu :

- 1) Bank Bumi Putra
- 2) Bank Central Asia
- 3) Bank Danamon
- 4) Bank Internasional Indonesia
- 5) Bank Lippo
- 6) Bank Mega
- 7) Bank Muamalat
- 8) Bank Niaga
- 9) Bank Permata

Bank Milik Koperasi

Merupakan Bank yang kepemilikannya saham-saham bank ini dimiliki oleh perusahaan yang berbadan hukum koperasi, adapun contoh bank milik swasta yaitu: Bank Umum Koperasi Indonesia (Bank Bukopin)

Bank Milik Asing

Bank jenis ini merupakan cabang dari bank yang ada diluar negeri, baik milik swasta asing atau pemerintah asing. Kepemilikannya pun dimiliki oleh pihak luar negeri adapun contoh bank milik asing yaitu :

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 milik UIN Suska Riau

- 1) ABN AMRO bank
- 2) American Express Bank
- 3) Bank of America
- 4) Bank of Tokyo
- 5) Bangkok Bank
- 6) City Bank
- 7) Chase Manhattan Bank
- 8) European Asia Bank
- 9) Hong Kong Bank
- 10) Standard Chartered Bank
- e. Bank Milik Campuran

Bank Milik Campuran kepemilikan merupakan yang sahamnya campuran dimiliki oleh pihak asing dan pihak swasta nasional. Kepemilikan sahamnya secara mayoritas dipegang oleh warganegara Indonesia, adapun contoh bank campuran yaitu sebagai berikut :

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- 1) Bank Finconesia
- 2) Bank Merincop
- 3) Bank PDFCI
- 4) Bank Sakura Swadarma
- 5) Ing Bank
- 6) Inter Pacifik Bank
- 7) Mitsubishi Buana Bank
- 8) Paribas BBD Indonesia

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- 9) Sumitomo Niaga Bank
10) Sanwa Indonesia Bank

Dilihat dari segi **status** Dilihat dari segi kemampuannya dalam melayani masyarakat maka bank umum dapat dibagi ke dalam 2 macam. Pembagian jenis ini disebut juga pembagian berdasarkan kedudukan atau status bank tersebut. Status bank yang dimaksud ialah:

a. Bank Devisa

Merupakan bank yang dapat melaksanakan transaksi keluar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan. Persyaratan untuk menjadi bank devisa ini ditentukan oleh Bank Indonesia contohnya : Transaksi Ke luar negeri, travel-lers cheque, pembukaan dan pembayaran Letter of Credit (L/C) dan transaksi luar negeri lainnya.

b. Bank non devisa

Merupakan bank yang belum mempunyai izin untuk melaksanakan transaksi sebagai bank devisa, sehingga tidak dapat melaksanakan transaksi seperti halnya bank devisa⁶

C. Jenis-Jenis Kantor

a Kantor Pusat, merupakan kantor dimana semua kegiatan perencanaan sampai kepada pengawasan terdapat dikantor ini. Setiap bank memiliki kantor pusat dan kantor pusat tidak melakukan kegiatan operasional

⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana, 2004), Cet. 1, h. 18-23

sebagaimana kantor bank lainnya akan tetapi mengendalikan jalanya kebijaksanaan kantor pusat terhadap cabangnya.

b Kantor Cabang Penuh, merupakan salah satu kantor cabang yang memberikan jasa bank paling lengkap dengan kata lain semua kegiatan perbankan ada di kantor cabang penuh dan biasanya kantor cabang penuh membawahi kantor cabang pembantu.

c Kantor Cabang Pembantu, merupakan kantor cabang yang berada dibawah kantor cabang penuh dimana kegiatan jasa bank yang dilayani hanya sebagian saja.

d. Kantor Kas, merupakan kantor bank yang paling kecil dimana kegiatannya hanya meliputi teller/ kasir saja.

D. Visi dan Misi Perusahaan / Instansi

a. VISI

“ Menjadi mitra syariah jasa layanan perbankan yang terkemuka di daerah, sehat dan kompetitif sesuai dengan prinsip syariah”

b MISI

“ Secara teguh memenuhi prinsip kehati-hatian, maupun mendukung sektor riil dan konsisten menjalankan prinsip syariah secara optimal”

c CORPORATE IMAGE

“ Mitra Syariah Terpercaya “



Gambar 2.1. Logo Bank Riau Kepri

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.

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.

- a) Kuning keemasan (Reflesikan dari harapan akan kesuksesan, keunggulan dan kegemilangan)
- b) Merah maron (Ekspresikan semangat berkarya aktif, semangat perjuangan dan produktifitas.
- c) Hitam (identic dengan keteguhan, ketegasan, formal, sopan dan mantap)

E. Produk- produk PT. Bank Riau Kepri Syari'ah

Produk-Produk yang ditawarkan PT.Bank Riau Kepri Syariah cabang pembantu Duri adalah

a. Produk Penghimpunan Dana

1. Tabungan iB Sinar Mudharabah

Tabungan iB SINAR merupakan Simpanan dana pihak ketiga dalam rupiah pada bank tabungan berdasarkan prinsip mudharabah muthlaqah. Dengan prinsip ini, tabungan nasabah sebagai investasi dalam arti dana tabungan dimanfaatkan secara produktif dalam bentuk pembiayaan kepada masyarakat.

Dalam transaksi, nasabah bertindak sebagai shahibul maal atau pemilik dana, dana bank bertindak sebagai mudhorib atau pengelola dana dalam kapasitasnya sebagai mudhorib bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya, termasuk didalamnya *mudharabah* dengan pihak lain. Modal harus dinyatakan jumlahnya dalam bentuk tunai dan bukan piutang. Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah

dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening , bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.

2. Tabungan Sinar *Wadia'ah*

Tabungan Sinar *Wadi'ah* Merupakan Simpanan dana pihak ketiga dalam rupiah pada bank, dipergunakan sebagai tabungan untuk nasabah dengan menggunakan akad *Wadi'ah* (titipan) ketentuan umumnya bersifat simpanan bisa diambil kapan saja (on call) atau berdasarkan kesepakatan.

Dalam tabungan sinar sinar (*wadi'ah*) ini tidak ada imbalan yang dipersyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian yang bersifat sukarela dari bank yang disebut bonus atau fee.

3. Tabungan IB Dhuha *Wadi'ah*

Tabungan iB Dhuha merupakan Simpanan dana pihak ketiga dalam rupiah pada bank yang mana dipergunakan sebagai tabungan haji dan umrah, dengan menggunakan akad *wadi'ah*

4. Tabungan IB Dhuha *Mudharabah*

Tabungan IB Dhuha *Mudharabah* merupakan simpanan dana pihak ketiga dalam rupiah pada bank, dipergunakan sebagai tabungan haji dan umroh, dengan menggunakan akad bagi hasil (*Mudharabah*)

5. Giro iB

Giro Wadiah merupakan Simpanan (titipan) dana pihak ketiga dalam rupiah, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan

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.

menggunakan cek, surat perintah pembayaran lain atau dengan perintah pemindah bukuan (Misalnya : bilyet, giro, warkat kliring, dll) dengan menggunakan akad wadi'ah.

Giro IB adalah simpanan dari pihak ketiga pada bank yang penarikan dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek/bilyet giro (BG), sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindah bukuan. Giro IB dilaksanakannya berdasarkan prinsip *wadi'ah (titipan) dan Mudharabah (bagi hasil)*

6. Deposito iB investasi yang aman dan barokah

Deposito iB adalah simpanan dana berjangka dengan menggunakan akad mudharabah muthlaqah, yang penarikannya hanya dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpanan dengan Bank.

b. Produk Penyaluran Dana

1. Pembiayaan Komersial IB

Pembiayaan komersial IB adalah pembiayaan yang diberikan kepada perorangan atau badan usaha yang bergerak pada sector perdagangan, jasa, industry manufacturing/pabrikasi, agro industry, peternakan, konstruksi, pengembangan kawasan perumahan dan sektor ekonomi lainnya dalam rangka memenuhi kebutuhan pembiayaan investasi atau modal kerja baik atas dasar kontrak maupun non kontrak, dengan menggunakan akad : Transaksi jual beli (akad murabaha, salam, istisna), Transaksi Sewa (akad ijarah), Transaksi sewa beli

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.



(IMBT), Transaksi Investasi (akad Mudharabah dan Musyarakah), akad lainnya tergantung dengan kebutuhan pembiayaan yang tidak bertentangan dengan prinsip syari'ah.

2. Pembiayaan Aneka Guna IB (PAG)

Pembiayaan iB Aneka Guna adalah pembiayaan yang diberikan kepada pegawai dan pensiunan yang berpenghasilan tetap, pekerja profesi dan pengusaha dalam rangka pembiayaan tanah untuk perumahan, pembangunan/rehabilitasi/renovasi rumah sendiri, pembelian perabot dan peralatan rumah tangga serta kebutuhan lainnya,sesuai dengan prinsip Syariah.

3. Pembiayaan Pemilikan Kendaraan Bermotor (PKB) IB

Pembiayaan kendaraan bermotor murabahah adalah pembiayaan yang diberikan kepada pegawai yang berpenghasilan tetap, pensiunan ,pekerja profesi dan pengusaha dalam rangka kepemilikan kendaraan bermotor roda 2 (dua) dan atau roda 4(empat) , adapun akada yang digunakan adalah akad murabaha

4. Pembiayaan Usaha Mikro, kecil dan menengah IB (UMKM Ib)

Pembiayaan iB Pengusaha kecil disediakan untuk membantu pengusah kecil baik secara perorangan maupun kelompok dalam memperoleh tambahan modal kerja atau investasi dengan prinsip murabahaha dalam pembiayaan UMKM IB, akad yang digunakan disesuaikan dengan kebutuhan pembiayan lainnya, antara lain :

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.

Transaksi bagi hasil (Akad Mudharabah dan Musyarakah), Transaksi Jual Beli (Murabaha, Istisna, dan Salam), Transaksi Sewa Jasa (akad Ijarah atau Kafalah), Transaksi sewa beli (akad Ijarah Muntahiya bittamlik)

5. Pembiayaan Kepemilikan Emas iB (PKE)

Pembiayaan pemilikan emas IB adalah pembiayaan untuk kepemilikan emas dengan menggunakan akad Murabaha dalam bentuk emas padu/lantakan/batangan (gold baru) dan /atau emas perhiasan dengan memperhitungkan uang muka pembayarannya. Objek Pembiayaan

- a) Emas Batangan (gold bar) atau emas padu/lantakan bersertifikat PT. Antam maupun dari toko emas local dengan kadar 24 karat (99,999%) dengan berat minimal 10 gram
- b) Emas perhiasan dari toko emas local dengan berat minimal 5 gram.

6. Produk Rahn Emas iB (Rahn)

Produk rahn emas adalah produk dimana memberikan fasilitas pinjaman kepada nasabah dengan jaminan berupa barang/ harta nasabah (emas) yang bersangkutan dengan mengikuti prinsip gadai .

Produk Jasa

Tujuan pemberian jasa-jasa bank ini adalah untuk mendukung dan memperlancar kegiatan menghimpun dana dan menyalurkan dana. Lengkap atau tidaknya jasa Bank yang diberikan kepada nasabah tergantung kepada kemampuan Bank tersebut baik dari segi modal, perlengkapan fasilitas

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.



sampaipada personil yang mengoperasikannya. Adapun jasa-jasa pada PT.

Bank Riau Kepri yaitu :

- 1) Transfer (iriman uang) adalah suatu kegiatan jasa bank untuk memindahkan sejumlah dana tertentu dengan perintah nasabah
- 2) Kliring adalah jasa penyelesaian utang piutang antara bank dengan cara saling menyerahkan warkat-warkat yang akan dikliringkan dilembaga kliring
- 3) Inkaso adalah jasa bank untuk menagih warkat-warkat yang berasal dari luar kota
- 4) Pembayaran pensiunan kepada pegawai negeri sipil (PNS)
- 5) Pembayaran gaji kepada pegawai negeri sipil (PNS)
- 6) Kafalah (Bank Garansi), Bank garansi adalah surat berjaga (surat jaminan tertulis) yang dikeluarkan bank kepada pihak penerima jaminan bahwa bank akan membayar sejumlah uang kepadanya dalam waktu tertentu jika pihak yang dijamin tidak dapat memenuhi kewajibanya.
- 7) RTGS (Real Time Gross Settlement) adalah proses penyelesaian akhir transaksi pembayaran yang dilakukan per transaksi dan bersifat real time dimana rekening dapat didebet dan dikredit berkali kali dalam sehari sesuai dengan perintah pembayaraan dan penerimaan pembayaran .⁷
- 8) Surat Keterangan Dukungan Bank (SKDB)

Surat keterangan dukungan bank (SKDB) adalah surat keterangan yang dikeluarkan bank yang ditujukan kepada pihak pemilik proyek

⁷ www.bankriaukepri.com Diakses tanggal 1 Juli 2021 Pukul 14:00

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.



/pengguna anggaran/satuan kerja bahwa bank menyatakan kesedian memberikan dukungan finansial atau keuangan kepada pihak pelaksana proyek (nasabah) untuk pelaksanaan proyek tertentu sepanjang memenuhi ketentuan/persyaratn bank.

Dewan Pengawas Syariah

Adapun yang membedakan bank syariah dan bank konvensional adalah adanya Dewan Pengawas Syariah yang bertugas mengawasi operasional bank dan produk-produk agar sesuai dengan tuntunan syariah. Adapun fungsi dari dewan pengawas syariah:

1. Mengawasi jalanya operasional bank sehari-hari agar sesuai dengan ketentuan syari'ah
2. Membuat pernyataan secara berkala (setahun sekali) bahwa Bank Riau Kepri Syari'ah telah berjalan sesuai dengan ketentuan Syari'ah.
3. Meneliti dan membuat rekomendasi produk baru dari Bank Riau Kepri Syari'ah

G. Perilaku Utama Insan Bank Riau Kepri

- a. Jujur dan Berkomitmen
- b. Bekerjasama, saling menghargai, dan Mendukung
- c. Berfikir Positif
- d. Peduli, Proaktif dan Cepat Tanggap
- e. Tulus Ikhlas
- f. Berorientasi Pada Solusi Terbaik
- g. Kompeten dan Bertanggung Jawab

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.



- h. Bekerja Cerdas, Efektif dan Efisien
- i. Kreatif, Inovatif dan Bernilai Tambah
- j. Memberikan Hasil Terbaik

H. Budaya Bank Riau Kepri

- a. Integrity adalah suatu konsep yang menunjuk konsistensi antara tindakan dengan nilai dan prinsip.
- b. Synergy adalah membangun dan memastikan hubungan kerja untuk mencapai hasil lebih besar .
- c. Costumer Focus adalah sebuah strategi untuk melayani pelanggan lebih baik.
- d. Professionalism adalah kemampuan untuk melaksanakan tugas dan fungsinya secara baik dan benar dan juga berkomitmen Excellence adalah keunggulan dimana bank riau kepri ini memiliki keunggulan yang tak kalah dengan bank yang lainnya, baik cara penghimpunannya maupun penyaluranya.

I. Struktur Organisasi Bank Riau Kepri Syariah Capem Duri

- a. Pengertian dari struktur organisasi

Dalam setiap perusahaan ataupun lembaga perbankan struktur organisasi mempunyai arti yang sangat penting agar pelaksanaan kegiatan maupun usahanya dapat berjalan dengan baik dan dapat berjalan dengan baik dan lancar,sesuai dengan tugas dan tanggung jawab masing-masing secara professional,simboisis mutualisme, dan sistematis. Bentuk ini juga

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.

selalu dipengaruhi oleh fungsi dasarnya, yaitu fungsi dasar kerja dari jenis kegiatan usahanya atau besar kecilnya dari organisasi bank tersebut.

Adapun manfaat dan tujuan dari struktur organisasi bank riau kepri syariah capem duri. Untuk membantu mencapai target perusahaan, membantu dalam membuat job description karyawanya, membantu dalam pembagian tugas atau tanggung jawab menjadi yang lebih mudah dan jelas membantu untuk mengurangi konflik internal yang terjadi dalam perusahaan.

Bentuk- bentuk struktur organisasi adalah sebagai berikut :

1) Struktur organisasi fungsional

Struktur organisasi fungsional merupakan struktur organisasi yang paling umum digunakan suatu organisasi. Pembagian kerja dalam bentuk struktur organisasi fungsional ini dilakukan berdasarkan fungsi manajemennya seperti keuangan, produksi, pemasaran dan sumber daya manusia.

Struktur organisasi divisional (*Divisional Structure Organization*)

Struktur organisasi divisional adalah struktur organisasi yang di kelompokkan berdasarkan kesamaan produk, layanan, pasar, dan letak geografis.

a) Struktur Organisasi Matriks (*Matrix Structure Organization*)

Struktur organisasi matriks merupakan kombinasi dari struktur organisasi fungsional dan struktur organisasi divisional dengan tujuan untuk menutupi kekurangan- kekurangan yang terdapat pada kedua

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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

bentuk struktur organisasi tersebut. Struktur organisasi ini sering disebut dengan struktur organisasi proyek karena karyawan yang berada di unit kerja fungsional harus mengerjakan kegiatan atau tugas proyek-proyek organisasi yang ditugaskan kepadanya.⁸ Struktur Organisasi Bank Riau Kepri Syariah Capem Duri adapun bentuk struktur organisasinya sebagai berikut : gambar 2.1

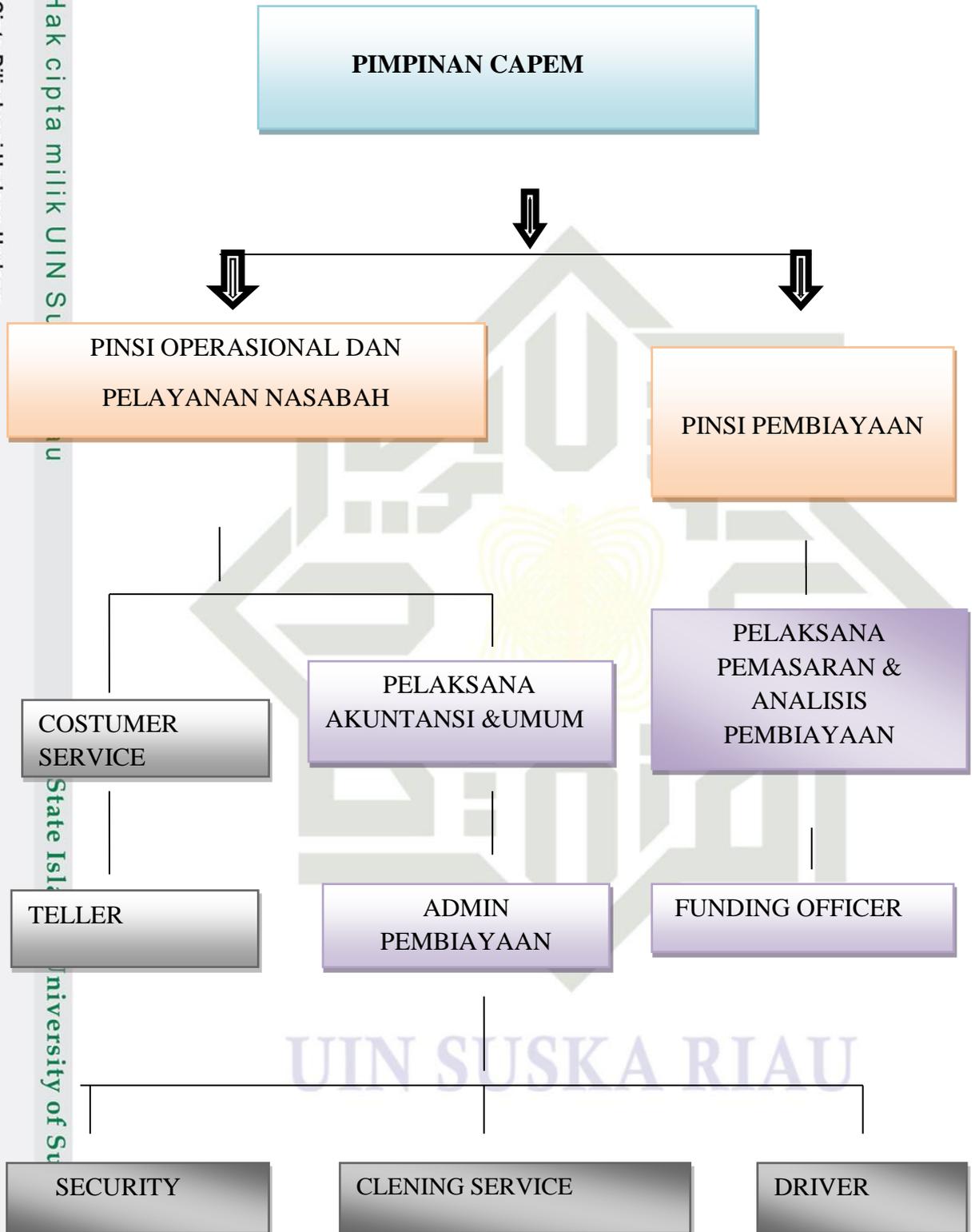


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

⁸ <http://www.ilmumanajemenindustri.com>, diakses 1 Juli 2021

Gambar 2.2 Struktur Organisasi Instansi Bank Riau Kepri Capem Syariah Duri⁹



⁹ Arsip dan Dokumentasi PT. Bank Riau Kepri Syariah

- 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.

Dari struktur diatas penulis memaparkan gambaran umum mengenai susunan, dan pembagian pelaksanaan tugas dari masing-masing bagian organisasi tersebut adalah sebagai berikut.

Uraian Tugas Bagian/Job Description dari bank riau kepri syariah capem duri

a. pincapem

1. Merencanakan, mengelola dan mengendalikan operasional kantor cabang pembantu sejalan dengan kebijakan dan pedoman yang dibuat oleh kantor pusat
2. Memaksimalkan dan memelihara tingkat pelayanan serta profitabilitas dengan memastikan bahwa pegawai selalu memberikan pelayanan bermutu tinggi kepada nasabah
3. Menyusun rencana kerja dan anggaran kantor cabang pembantu serta melakukan monitoring dan pengendalian atas pelaksanaannya serta menyampaikan hasil kerja dan mempertanggungjawabkan kepada kantor cabang induk .
4. Meneliti laporan pendapatan dan biaya setiap hari dalam rangka pengendalian biaya.

b. Pinsi operasional

1. Mengusahakan agar proses administrasi yang berkaitan dengan pembiayaan, transaksi dalam negeri, kliring, kepegawaian dan pengelolaan barang/aktiva tetap dapat dilaksanakan secara aman, efektif dan efisien

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.

2. Melaksanakan kegiatan pembukuan dan membuat laporan keuangan kantor cabang pembantu .
3. Menyetujui fiat bayar untuk penarikan di atas wewenang teller
4. Memonitoring dan memastikan bahwa pengelolaan kas/likuiditas berjalan secara efektif efisien dan aman
5. Melakukan pemeriksaan fisik uang kas setiap hari dan memastikan tempat penyimpanan uang(khasanah/k Luis) dan sekitarnya cukup aman termasuk penutupan asuransi cash in safe

c. Pinsi pembiayaan

1. Mencari nasabah dan membina kerjasama dengan nasabah serta memasarkan produk /jasa-jasa bank untuk memperluas peluang aktivitas usaha
2. Menyelesaikan pembiayaan bermasalah
3. Memasarkan, menganalisis, permohonan pembiayaan dan membuat rekomendasi pengajuan pembiayaan aserta memantau rekening nasabah
4. Mengusahakan agar laporan-laporan pembiayaan baik yang dilaporkan ke kantor pusat maupun cabang induk dibuat tepat waktunya dan administrasinya dikelola secara up to date.

d. Customer service

Melayani keinginan nasabah yang akan melakukan pembukuan rekening bank tabungan maupun deposito,serta



seorang cosyumer service harus mampu mencari jalan keluar dari setiap masalah yang dialami oleh setiap nasabah.

1. Memasarkan produk dan jasa-jasa yang dihasilkan oleh bank
2. Mencari nasabah baru dan membina hubungan yang baik dengan kerjasama yang saling menguntungkan
3. Menghimpun/mengarahkan dana giro, tabungan, deposito dan dana dana lainnya serta menjaga pelayanan produk dan jasa bank
4. Melayani nasabah dengan ramah dan penuh tanggung jawab
5. Melakukan postingan pembukuan, menerima dan membuat referensi bank
6. Menguasai dengan baik produk dan jasa bank riau dan ikut membantu meningkatkan pencapaian sasaran kantor cabang
7. Menatalaksanakan prosedur pembukuan tabungan haji dan hal-hal yang terkait
8. Memonitoring kinerja ATM, mengisi kas ATM, dan menerima permohonan pembukaan/penutupan dan validasi kartu ATM serta melayani pengaduan nasabah yang berkaitan dengan ATM dan menjamin agar mesin ATM selalu berjalan dengan baik
9. Menjaga pelayanan yang prima serta menarik minat masyarakat agar lebih banyak mempergunakan produk/jasa bank

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 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.

e. Teller

Teller selaku kuasa bank untuk melakukan pekerjaan yang berkaitan dengan penerimaan dan penarikan pembayaran uang.

1. Melayani semua jenis setoran, penarikan tunai dan kiriman uang ole nasabah
2. Mengusahakan mutu pelayanan prima sehingga dapat membina, meningkatkan hubungan serta menarik nasabah agar lebih banyak menggunakan produk dan jasa bank
3. Memberikan penjelasan kepada nasabah/calon nasabah mengenai produk-produk bank
4. Melayani nasabah yang memerlukan informasi tentang saldo dan mutasi rekening
5. Melakukan setiap transaksi dengan teliti, cermat, efektif dan efisien
6. Melakukan kontrol antara kas masuk/keluar termasuk membuat laporan posisi kas pada penutupan hari kerja
7. Melaksanakan dan mengupayakan pelayanan prima kepada nasabah
8. Melaksanakan terciptanya mutu pelayanan yang baik bagi nasabah sehingga tercapai tingkat efisien dan efektifitas pekerjaan



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.

f. Akuntansi dan umum

1. Menyusun laporan keuangan harian dan bulanan
2. Mempersiapkan laporan realisasi anggaran setiap bulannya
3. Membuat daftar penyusutan inventaris dan pembukuan belanja inventaris
4. Melakukan penginputan data untuk kiriman uang, RTGS dan Inkaso
5. Mengelola administrasi dan file personalia, pajak, absensi, korespondensi dan daftar gaji

g. Admin pembiayaan

1. Melakukan pembukaan rekening pinjaman/bank garansi dan membuat perjanjian pembiayaan /bank garansi yang telah disetujui pimpinan beserta jadwal angsuran
2. Mempersiapkan administrasi pembiayaan yang baik termasuk surat-surat jaminan
3. Mengawasi semua aktivitas dalam hubungan dengan administrasi pembiayaan
4. Melakukan monitoring pergeseran perubahan kolektibilitas pembiayaan dan rekening proceed pinjaman
5. Penataan dan pengamanan bundel-bundel pembiayaan
6. Mengeluarkan data print out atas aktivitas pembukuan dan aktivitas lainnya
7. Membuat daftar tagihan pinjaman setiap bulannya

**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.

8. Mengusahakan agar laporan pembiayaan dibuat tepat pada waktunya

9. Mengadministrasikan daftar hitam debitur macet

h. Satpam

1. Menjaga dan mengamankan secara kontinue lingkungan kantor cabang

2. Mengontrol kunci pintu, jendela kantor serta mengusahakan agar pemakain AC, genset, racun api dan listrik secara efisien dan efektif

3. Melaksanakan perjalanan dinas dalam rangka menjemput dan mengantar uang ketempat tujuan

4. Melayani dan mengarahkan nasabah dan calon nasabah kepada petugas-petugas yang menangani keperluan nasabah

5. Ikut membantu tugas customer service dalam memonitoring kinerja mesin ATM

6. Melakukan dan Mengupayakan pelayanan prima kepada nasabah

7. Melakukan penjagaan terhadap keamanan nasabah

8. Melakukan koordinasi dengan security lainnya.

i. Cleaning Service

1. Menjamin kebersihan ruangan kantor dan peralatan kantor serta kerapian tata letaknya paling kurang 3 kali sehari

**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.

2. Memonitoring pemakaian barang keperluan kantor serta menjaga agar barang tersebut selalu tersedia agar tidak mengganggu jalannya operasional kantor sehari-hari
3. Menyusun dan menjilid voucher transaksi harian serta dokumen-dokumen lainnya
4. Mengantarkan surat dan menfoto copy dokumen sambil tetap menjaga segala kerahasiaan yang bersangkutan dokumen tersebut
5. Ikut membantu tugas customer service dalam memonitoring kinerja mesin ATM

j. Supir

1. Menjamin tersedianya transportasi
2. Mengkoordinir pengambilan uang dan membawa uang tersebut melalui rute yang umum dan didampingi oleh satpam dan polisi
3. melaksanakan perjalanan dinas dalam rangka menjemput dan mengantarkan uang
4. menjaga masa berlaku STNK mobil dan mealkukan service rutin sesuai jadwal dengan penuh tanggungjawab
5. mengantar petugas bnak menjumpai nasabah dalam rangka penagihan atau tugas lain.¹⁰

¹⁰ Arsip dan Dokumentasi PT.Bank Riau Kepri Syariah

Aktivitas Bank Riau Kepri Syariah

Adapun aktivitas pada Bank Riau Kepri Syariah yaitu :

- a. Penghimpun Dana berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) ada dua prinsip penghimpun dana, yaitu: (Menghimpun dana dengan prinsip wadiah dan mudharabah),
- b. Penyaluran Dana (prinsip jual beli, prinsip investasi, prinsip sewa)
- c. Jasa Pelayanan berdasarkan akad wakalah, hawalah, kafalah dan rahn.¹¹

© 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.

¹¹ <https://www.kompasiana.com> Kegiatan Bank Syariah dan Jenis Transaksinya, Diakses pada tanggal 4 agustus pukul 14:00

BAB III

LANDASAN TEORETIS

A. Pengertian Promosi

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan baik produk, harga, dan lokasi dalam kegiatan ini setiap bank berusaha mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung ataupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah untuk dapat mengenal bank oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru . paling tidak ada empat macam yaitu Advertsing, Personal Selling, Promosi Penjualan, Publishitas sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya.

B. Promosi Dalam Ekonomi Islam

Ekonomi islam juga menerapkan promosi yang dilakukan untuk menawarkan, menginformasikan, menjual produk atau jasa, dipasar karena dengan promosi masyarakat akan mengetahui keberadaan produk atau jasa. prinsip yang digunakan oleh Nabi Muhammad SAW, adalah personal selling, iklan, promosi penjualan dan humas. Namun cara-cara yang ditetapkan oleh Nabi Muhammad SAW berbeda dengan promosi yang dilakukan dengan saat ini. Cara yang dilakukan Nabi Muhammad SAW tidak lepas dari nilai-nilai moralitas. Promosi pada era nabi belum berkembang seperti saat ini, dimana seluruh produsen telah

menggunakan alat alat yang serba modern, media internet,televise,radio dan lain-lain. Dalam istilah manajemen sifat dari nabi dapat diterjemahkan sebagai supel, cerdas, deskripsi tugas,wewenang, kerja tim,cerdas dan lain sebagainya.¹²

Promosi adalah salah satu bagian dari marketing mix yang besar perannya. Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan (penjual) untuk mendorong konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan.promosi adalah arus informasi atau satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Bagian yang tajam dari bagian pemasaran adalah pesan yang dikomunikasikan kepada calon nasabah melalui berbagai unsur yang terdapat dalam program promosi.

Dalam promosi dikenal sebagai istilah “bauran promosi” bauran promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling, dan alat kombinasi lain,yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.¹³ promosi adalah salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran betapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen/nasabah belum pernah mengenal ataupun mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya/ menggunakannya, bauran promosi terdiri dari lima unsur,yakni : periklanan(advertising), personalselling, publistis (publicity), promosi penjualan dan penjualan langsung (direct marketing). Periklanan mencakup penyampaian

¹² Ali Hasan, *Marketing dan Bank Syariah*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2010),26.

¹³ Rizki syahputra. “*Strategi Pemasaran Dalam Al-Qur’an Tentang Promosi Penjualan*”. *Ekobisma* Volume 6.No.2. (2019) : h.83



informasi melalui berbagai media personal selling, adalah penerangan dan penjelasan secara lisan tentang produk yang ditawarkan kepada satu atau beberapa calon pembeli/menggunakanya publitis terdiri dari pemuatan berita tentang produk pada penerbitan majalah atau Koran,radio,atau televisi. Promosi penjualan mencakup semua kegiatan lain yang dikategorikan pada tiga kegiatan diatas seperti display,pertunjukkan pameran, demonstrasi dan sebagainya.dan penjualan langsung adalah pemasaran yang dilakukan dengan cara menginformasikan langsung produk kepada konsumen baik itu melalui direct mail, mengingatkan via telpn,dll. Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk dan jasanya kegiatan promosi ini bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen,melainkan juga sebagai alat mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian/ penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya hal ini dilakukan dengan menggunakan alat-alat promosi.

Dalam dunia perbankan promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan yaitu baik produk,harga dan lokasi dalam kegiatan ini setiap bank berusaha mempromosikan seluruh kegiatan produk jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank,oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.

Salah satu tujuan bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calin nasabah yang baru. Kemudian promosi

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.



juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produknya promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata nasabahnya. Dalam praktiknya paling tidak empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya. Pertama, promosi melalui periklanan(adversiting) kedua melalui promosi penjualan (sales promotion), ketiga publisitas (publicity),dan keempat adalah promosi penjualan pribadi (personal selling).

Adapun tujuan promosi : dalam praktek promosi dapat dilakukan dengan mendasarkan pada tujuan-tujuan berikut ini :

- a. Modifikasi tingkah laku orang-orang yang melakukan komunikasi ini mempunyai beberapa alasan antara lain: mencari kesenangan,mencari bantuan,memberikan pertolongan atau instruksi,memberikan informasi mengemukakan ide dan pendapat. Sedangkan promosi,dari segi lain, berusaha merubah tingkah laku dan pendapat,memperkuat tingkah laku yang ada penjual selalu berusaha menciptakan kesan baiktentang dirinya atau mendorong pembelian barang dan jasa perusahaan.
- b. Memberitahu kegiatan promosi itu dapat ditujukan untuk memberitahu pasar yang dituju tentang penawaran perusahaan. Promosi yang bersifat informatif umumnya lebih sesuai dilakukan pada tahap-tahap awal di dalam siklus kehidupan produk. Promosi yang bersifat informartife ini juga penting bagi konsumen karena dapat membantu dalam pengambilan keputusan untuk

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. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membeli. Informasi yang diberikan dapat melalui tulisan gambar, kata kata dan sebagainya, yang disesuaikan dengan keadaan.

- c. Membujuk yaitu membujuk calon konsumen agar mau membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Yang perlu ditekankan disini bahwasanya membujuk bukan berarti memaksa calon konsumen. Membujuk dengan berlebih-lebihan akan memberikan kesan yang negatif pada calon konsumen sehingga keputusan yang diambil mungkin justru keputusan negatif.
- d. Karena ingin meningkatkan penjualan Karena ingin agar perusahaan dikenal sebagai perusahaan yang baik / *bonafide*.
- e. Karena ingin mengetengahkan segi kelebihan perusahaan atau produk jasa kita terhadap saingan¹⁴

Mengingatkan konsumen tentang adanya barang tertentu, yang dibuat dan dijual perusahaan tertentu, ditempat tertentu dan dengan harga yang tertentu pula. Konsumen kadang-kadang memang perlu diidngatkan, karena mereka tidak ingin bersusah payah untuk selalu mencari barang apa yang dibutuhkan dan dimana bisa mendapatkan barang tersebut. Promosi yang bersifat mengingatkan dilakukan terutama untuk mempertahankan produk dihati masyarakat dan perlu dilakukan selama tahap kedewasaan di dalam siklus, kehidupan produk ini berarti pula perusahaan berusaha untuk paling tidak mempertahankan pembeli yang ada. Karena ada banyak hal mengenai perusahaan yang sebaiknya diketahui oleh pihak luar.

Dengan alasan-alasan seperti diatas, tujuan promosi dirumuskan oleh

¹⁴ *ibid*

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.



suatu perusahaan. Secara garis besar tujuan promosi dapat dibagi dua, yaitu tujuan jangka panjang (misalnya: membangun nama baik perusahaan, mendidik konsumen, dan menciptakan reputasi tinggi dari suatu produk dan tujuan jangka pendek (misalnya: menaikkan penjualan, mengumumkan lokasi agen dan mengumumkan perusahaan atau penyempurnaan produk).

Dalam artian lain promosi merupakan salah satu variabel didalam bauran pemasaran (marketing mix) yang sangat penting dilaksanakan perusahaan dalam memasarkan produk atau jasanya. Kadang-kadang istilah promosi ini digunakan secara sinonim dengan istilah penjualan. Adapun istilah promosi menurut para ahli yaitu:

1. Menurut kotler dan Armstrong (2021:76) "*promotion means activities that communicate the merits of the target customers to buy it*" artinya promosi merupakan kegiatan yang mengomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut. Salah satu yang menunjang keberhasilan penjualan adalah promosi, promosi digunakan perusahaan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat luas agar kesadaran terhadap suatu produk perusahaan lebih meningkat. Promosi juga digunakan perusahaan untuk menginformasikan manfaat dari suatu produk. Terdapat beberapa pengertian promosi menurut para ahli.
2. Menurut hermawan (2012:38) pengertian promosi adalah promosi salah satu komponen prioritas dari kegiatan pemasaran yang memberitahukan kepada konsumen bahwa perusahaan meluncurkan suatu produk.

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. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



3. Tiptono (2008), promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran.
4. Muslich (2010), promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk dan atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia membeli, menerima, loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.
5. Hermawan (2012), promosi adalah salah satu komponen prioritas dari ketiga kegiatan pemasaran yang memberitahukan kepada konsumen bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang menggoda konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian.
6. Sadono Sukirno (2013), promosi adalah memperkenalkan barang supaya konsumen menyukainya dan membelinya.

Dalam konsep Al-Qur'an tentang bisnis juga sangat komprehensif yang dipakai tidak menyangkut dunia saja, namun juga menyangkut akhirat urusan akhirat. Al-Qur'an memandang kehidupan manusia sebagai sebuah proses yang berkelanjutan manusia harus bekerja bukan hanya untuk meraih sukses di dunia juga mupun sukses di akhirat. Menurut prinsip syariah, kegiatan promosi harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan sang pencipta, berusaha semaksimal mungkin, untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri strategi promosi ¹⁵

¹⁵ Ahmad Mustag, *the Furture of Ecomomics: An Islamic Persepektif*, Asy Syaamil Press dan Rafika, Jakarta, 2001, h.35

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.



Pengertian Dan Dasar Hukum Promosi

Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dapat mengarahkan organisasi atau seseorang untuk menciptakan transaksi antara pembeli dan penjual. Promosi merupakan kegiatan terakhir dari *marketing mix* yang sangat penting karena sekarang ini kebanyakan pasar lebih banyak bersifat pasar pembeli dimana keputusan terakhir terjadinya transaksi jual beli sangat dipengaruhi oleh konsumen. Oleh karena itu pembeli adalah raja. Para produsen berbagai barang bersaing untuk merebut hati para pembeli agar tertarik dan mau membeli barang yang dijual. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang termasuk penting selain produk, harga, dan lokasi Promosi digunakan untuk menginformasikan kepada orang-orang mengenai produk dan membujuk para pembeli di pasar sasaran sebuah perusahaan, organisasi saluran, dan publik supaya membeli mereknya. Unsur bauran promosi meliputi periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat atau publisitas.¹⁶ Empat unsur bauran promosi tadi biasanya digunakan untuk meningkatkan citra perusahaan terhadap para pesaingnya dan atau menginformasikan, mendidik, dan mempengaruhi sikap dan prilaku pembeli dari individu, perusahaan, institusi dan atau badan pemerintah yang membentuk sebuah pasar sasaran.

Dalam artian luas promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan dalam memasarkan produk atau jasa. Promosi merupakan bagian dari aktifitas yang dibutuhkan dalam dunia perdagangan, baik barang maupun jasa. Promosi dipandang sangat penting dalam

¹⁶ Marwan Asri, *Marketing*, (Yogyakarta : UPP-AMP YKPN, 1991), 211.



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.

dunia perdagangan saat ini dimana persaingan semakin sulit. Akan tetapi meskipun demikian, promosi harus dilakukan sesuai dengan aturan yang ada.

Dasar hukum mengenai promosi sebagaimana dalam surah Al-Hujurat ayat 6 berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ تَدْمِينٌ

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.”*¹⁷

Maksud ayat diatas adalah bahwa ayat ini termasuk ayat yang mengajarkan adab dan akhlak yang baik, yaitu keharusan mengklarifikasi akan suatu berita agar tidak mudah mengikuti kabarberita yang tidak bertanggung jawab. Dan juga tidak mudah menghukumi orang dengan berbekal informasi yang samar dsan tidak pasti kebenarannya¹⁸

D. Jenis Kegiatan Promosi

Dalam promosi terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan Pada umumnya, ada 4 kegiatan yang bisa dilakukan, yaitu :

1. Periklanan,
2. *Personal Selling*,
3. Promosi Penjualan, dan
4. Publisitas dan Humas.

1) Periklanan (*Advertising*)

¹⁷ Departemen Agama RI, *Al-Mujawwad* (Cemani : Al- Qur'an Terkemuka, 2017), h.

¹⁸ *ibid*



Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik, dan mempengaruhi calon nasabahnya penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti lewat :

1. Pemasangan *Billbord* di jalan- jalan strategi
2. Pencetakan Brosur disebarakan disetiap cabang atau pusat- pusat perbelanjaan.
3. Pemasangan Spanduk di lokasi tertentu yang strategis.
4. Pemasangan Melalui Koran
5. Pemasangan Melalui Televisi
6. Pemasangan Melalui Radio
7. Pemasangan Menggunakan media lainnya.¹⁹

Sebagian besar Negara memiliki Undang-Undang periklanan. Selandia baru memiliki tidak kurang dari 33 Undang- Undang yang berkaitan dengan periklanan. Regulasi periklanan mengambil beberapa bentuk. Salah satu berkaitan dengan pesan- pesan dan kejujuran. Di Jerman, sebagai contoh. Sulit menggunakan iklan yang komparatif dan kata-kata “ lebih baik atau paling baik”. Di Argentina, iklan farmasi harus mendapat persetujuan harga dari Menteri Kesehatan Masyarakat. Bentuk restrika lainnya terkait dengan pengawasan atas periklanan minuman keras dan rokok di televisi. Restrika yang lebih tidak langsung adalah pelarangan periklanan di media tertentu. Pembatasan lainnya adalah melalui transaksi periklanan. Agar iklan yang dijalankan dapat efektif dan efisien maka perlu dilakukan program pemasaran

¹⁹ Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional*, Jilid II, Rineka Cipta, Jakarta, 2006, hlm. 614

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.

yang tepat. Langkah-langkah dalam periklanan yang efektif dan efisien adalah:
 Identifikasi pasar sasaran yang akan dituju serta motif pembeli atas produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

- a) Menentukan misi, tujuan dan sasaran periklanan yang terkait dengan sasaran penjualan dari suatu produk (*mission*).
- b) Menetapkan anggaran periklanan (*money*).
- c) Merancang, menyusun serta menerapkan pesan yang disampaikan kepada pasar sasaran (*message*).
- d) Menetapkan media yang harus digunakan sesuai dengan pasar sasaran yang dituju oleh perusahaan (*media*).
- e) Melakukan evaluasi terhadap hasil yang dicapai dari pemasangan suatu iklan (*Measurement*).²⁰

Menurut Kotler, ada delapan langkah-langkah utama dalam mengembangkan program komunikasi dan promosi yang efektif, yaitu:

- a) Mengidentifikasi audiens sasaran

Dalam tahap ini perusahaan menentukan siapa audiens target, audiens target bisa merupakan individu, kelompok masyarakat khusus atau umum. Bila perusahaan telah melakukan segmentasi dan penargetan, maka segmen itulah yang menjadi audiens target.

- b) Menentukan Tujuan Komunikasi

Setelah mengetahui audiens target dan karakteristiknya, maka kemudian dapat menentukan tanggapan apa yang dikehendaki. Perusahaan

²⁰ *Ibid* h. 178

© Hak cipta milik UIN Suska Riau harus menentukan tujuannya, apakah untuk menciptakan kesadaran, pengetahuan, kesukaan, pilihan, keyakinan, atau pembelian.

c Merancang Pesan

Perusahaan harus menyusun pesan yang efektif. Idealnya suatu pesan harus mampu memberikan perhatian (*attention*), menarik (*interest*), membangkitkan keinginan (*desire*) dan menghasilkan tindakan (*action*), atau sering disebut dengan metode AIDA. Pesan yang efektif harus dapat menyelesaikan empat masalah, yaitu: *How, What, When, dan Who*.

d Menyeleksi Saluran Komunikasi

Arus menyeleksi saluran-saluran komunikasi yang efisien untuk membawakan pesan. Saluran komunikasi itu bisa berupa komunikasi personal ataupun nonpersonal.

e Menetapkan Jumlah Anggaran Promosi

Menetapkan anggaran sangatlah penting karena untuk menentukan menggunakan media apa, juga tergantung pada anggaran yang tersedia. Ataukah perusahaan berorientasi pada pencapaian sasaran promosi yang akan dicapai sehingga sebesar itulah anggaran yang akan berusaha disediakan. Menentukan Bauran Promosi Langkah berikutnya setelah menetapkan anggaran promosi adalah menentukan alat promosi yang akan digunakan, apakah melalui periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan, atau hubungan masyarakat, dan lain-lainnya (bauran dari berbagai perangkat tersebut).

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.



f. Mengukur Hasil-hasil Promosi

Setelah melaksanakan promosi, perusahaan harus mengukur dampaknya ada audiens target, apakah mereka mengenal atau mengingat pesan-pesan yang diberikan. Berapa kali melihat pesan tersebut, apa saja yang masih diingat bagaimana sikap mereka terhadap produk atau jasa tersebut, dan sebagainya.

g. Mengelola dan Mengkoordinasi Proses Komunikasi

Karena jangkauan komunikasi yang luas dari alat dan pesan komunikasi yang tersedia untuk mencapai audiens target, maka alat dan pesan komunikasi perlu dikoordinasikan. Karena jika tidak, pesan-pesan itu akan menjadi lesu pada saat produk tersedia, pesan kurang konsisten atau tidak efektif lagi. Untuk itu perusahaan-perusahaan mengarah pada penerapan konsep komunikasi pemasaran yang terkoordinasi²¹

2) *Personal Selling*

Personal selling adalah kegiatan promosi yang dilakukan antar individu yang sering bertemu muka yang ditunjukkan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan kepada belah pihak. Peranan penjualan perorangan berbeda dari perusahaan. Ada perusahaan tanpa wiraniaga, menjual pos, melalui perwakilan perusahaan, agen penjualan atau perantara. Perusahaan dengan produk bisnis, seperti Xerox atau Du Pont, wiraniaga langsung berhubungan dengan pelanggan.

²¹ Lupiyodi Rambat, A.Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat edisi 2, Jakarta, 2006, hlm. 123-124

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.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

Secara Khusus *personal selling* dilakukan oleh petugas *costumer service*. Hal ini khususnya penting tatkala perusahaan menjadi produk yang membutuhkan pengakraban atau mengundang banyak pertanyaan dari para pelanggan. Kedua, kiat ini paling efektif pada waktu para pelanggan ingin melihat langsung kerja produk tersebut, para wiraniaga dapat mendemonstrasi sebagaimana menggunakan produk dan menunjukkan manfaatnya. Ketiga, penjual pribadi merupakan satu-satunya kiat mudah untuk mewawancarai pelanggan yang memberi produk kompleks guna memastikan bahwa perusahaan menawarkan produk atau kumpulan produk yang tepat. Keempat, penjual pribadi dapat menjadi lebih efektif untuk membujuk orang supaya membeli. Kelima, para wiraniaga dapat berinteraksi dengan para pembeli atau menjawab pertanyaan- pertanyaan dan mengatasi keberatan, mereka dapat menarget para pembeli; dan mereka dapat memiliki kapasitas untuk mengakumulasikan pengetahuan pasar dan menyediakan umpan balik. Secara khusus kegiatan *personal selling* dapat diwakili oleh *account officer* atau *financial advisor*. Namun personel selling dapat dilakukan dengan merekrut tenaga-tenaga wiraniaga (*salesman* atau *salesgirl*) untuk melakukan penjualan *door to door*.

Penjualan pribadi (*personal selling*) menawarkan sejumlah keunggulan. Pertama, sebagai satu-satunya teknik promosional yang memungkinkan umpan balik langsung yang segera, penjualan pribadi merupakan satu-satunya cara untuk mengadaptasi presentasi kepada masing-masing pelanggan. Hal ini khususnya penting tatkala perusahaan menjadi produk yang membutuhkan

pengakraban atau mengundang banyak pertanyaan dari para pelanggan. Kedua, kiat ini paling efektif pada waktu para pelanggan ingin melihat langsung kerja produk tersebut, para wiraniaga dapat mendemonstrasi sebagaimana menggunakan produk dan menunjukkan manfaatnya. Ketiga, penjual pribadi merupakan satu-satunya kiat mudah untuk mewawancarai pelanggan yang memberi produk kompleks guna memastikan bahwa perusahaan menawarkan produk atau kumpulan produk yang tepat. Keempat, penjual pribadi dapat menjadi lebih efektif untuk membujuk orang supaya membeli. Kelima, para wiraniaga dapat berinteraksi dengan para pembeli atau menjawab pertanyaan-pertanyaan dan mengatasi keberatan, mereka dapat menarget para pembeli; dan mereka dapat memiliki kapasitas untuk mengakumulasi pengetahuan pasar dan menyediakan umpan balik.

Sebagaimana tercantum dalam surah ali Imran ayat 77

إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا أُولَٰئِكَ لَا خَلَاقَ لَهُمْ فِي الْآخِرَةِ وَلَا يُكَلِّمُهُمُ اللَّهُ وَلَا يَنْظُرُ إِلَيْهِمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلَا يُزَكِّيهِمْ وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ

Artinya : *Sesungguhnya orang-orang yang menukar janji (nya dengan) Allah dan sumpah-sumpah mereka dengan harga yang sedikit, mereka itu tidak mendapat bahagian (pahala) di akhirat, dan Allah tidak akan berkata-kata dengan mereka dan tidak akan melihat kepada mereka pada hari kiamat dan tidak (pula) akan mensucikan mereka. Bagi mereka azab yang pedih.*

Dan diterangkan pula dalam hadist HR.Ibnu Majah:

الْمُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ لَا يَحِلُّ لِمُسْلِمٍ بَاعَ مِنْ أَخِيهِ بَيْعًا وَفِيهِ عَيْبٌ إِلَّا بَيِّنَةً لَهُ.
(رواه بن ماجه عن عقبه بن عار)

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 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.

Artinya : “Muslim Adalah saudara muslim tidak boleh bagi seorang muslim apabila ia berdagang dengan saudaranya dalam memakan cacat, kecuali diterangkan “²²

3) Promosi Penjualan

Promosi penjualan adalah salah satu bentuk kegiatan promosi dengan menggunakan alat peraga seperti : peragaan, pameran, demonstrasi, hadiah, contoh barang dan sebagainya. Promosi penjualan dapat dilakukan melalui pemberian diskon, kontes, kupon, atau sampel spanduk. Sebagaimana penjualan telah tercantum dalam surah al baqarah ayat 275 :

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya : Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.

Dengan menggunakan alat tersebut akan memberi tiga manfaat bagi promosi penjualan, yaitu:

a. Komunikasi, yaitu memberikan informasi yang dapat menarik dan mempengaruhi perhatian nasabah yang membeli.

b. Insentif, yaitu memberikan dorongan dan semangat kepada nasabah untuk segera memberi produk yang ditawarkan.

c. Investasi mengharapkan nasabah segera merealisasikan pemberian produk.

Adapun tahap promosi penjualan : Menentukan tujuan yang akan dicapai dari program promosi penjualan tersebut. Menyeleksi alat-alatnya atau apa yang akan ditawarkan dari program promosi penjualan tersebut, Menyusun

²² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, CV. Diponegoro, Bandung , 2000, hlm. 576

program promosi penjualan yang sesuai, Melakukan pengujian pendahuluan atas program, Melaksanakan dan mengendalikan program, Mengevaluasi hasil dari program promosi penjualan

Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam promosi penjualan :

- a. *Estabilish the sales promotion objektif and select the sales promotion tools* (menetapkan dan menyeleksi promosi penjualan berdasarkan tujuan dari promosi penjualan). Perusahaan mengidentifikasi terlebih dahulu apa tujuan yang ingin dicapai dari promosi penjualan yang ingin dilakukan, kemudian menetapkan jenis promosi penjualan yang ingin dilakukan, kemudian menetapkan jenis promosi penjualan yang paling tepat untuk mencapai tujuan tersebut.
- b. *Size of incentives* (besarannya insentif). Berupa besaran insentif yang akan diberikan kepada pelanggan.

Duration and timing of promotion (lamanya dan jangka waktu promosi) Sama halnya seperti kegiatan periklanan, maka promosi penjualan juga memiliki program tersendiri. Dalam praktiknya program promosi penjualan memiliki tiga macam cara, yaitu :

- 1) Promosi konsumen, seperti penggunaan kupon, sampel produk, hadiah, atau bentuk undian berhadiah.
- 2) Promosi dagang, yaitu berupa bantuan peralatan atau insentif.
- 3) Promosi wiraniaga melalui kontes penjualan. Misalkan program 1000 agen yang diancarkan produk pembersih piring *sunlight*.

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. Diarang 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.

4) Publisitas dan Humas

Publisitas merupakan kegiatan promosi yang hampir sama dengan periklanan yaitu melalui media masa tetapi informasi yang diberikan tidak dalam bentuk iklan tetapi berupa berita. Biasanya lembaga yang dipublikasikan tidak mengeluarkan biaya sedikitpun tetapi tidak bisa merugikan kalau lembaga yang dipublikasikan diberitakan kejelekannya. Humas memiliki dua keunggulan utama atas unsur unsur promosional lainnya, pertama biasanya murah dan terkadang malah gratis, kedua persepsi objektivitas yang kepercayaan orang-orang terhadap pesan.

E. Faktor yang mempengaruhi promosi

1. Faktor internal

Faktor internal terdiri dari strength dan weakness yaitu faktor yang berasal dari objek itu sendiri. Faktor internal pada perusahaan adalah faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perusahaan secara langsung yang berasal dari ruang lingkup perusahaan yang meliputi : Strength (kekuatan), weakness (kelemahan). Faktor internal ini sering juga disebut dengan *controllable factors* yaitu faktor-faktor yang dapat dikendalikan oleh perusahaan ini dikenal dengan 7P *product, Price, Promotions, Place, Physical Adivence, Proccess, People* atau dalam bahasa pemasaran ini dikenal dengan bauran pemasaran.²³

2. Faktor Eksternal (Opportunity dan Threat)

Merupakan faktor yang berasal dari luar objek, faktor eksternal berfokus pada hal-hal yang diluar control perusahaan, pembahasan tentang peluang dan

²³ Nur Rianto, 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung : Alfabeta h. 111

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.

perusahaan yang membantu perusahaan itu dalam promosi, penjualan dan distribusi kepada para nasabah

Masyarakat atau Publik

Masyarakat atau publik yang dimaksud disini adalah sekelompok masyarakat yang secara actual atau potensial yang mempunyai perhatian pengaruh terhadap perusahaan dalam mencapai tujuan.

Pemasok

Pemasok adalah perusahaan dan individu yang menyediakan sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan dan para pesaing.

e) Pesaing

Pesaing adalah bank yang memenuhi kebutuhan konsumen sama dengan bank yang mengelola.

4. Lingkungan Makro

Lingkungan Makro merupakan kekuatan yang lebih luas dari lingkungan mikro yang mempengaruhi bank secara keseluruhannya. Komponen-komponen lingkungan makro adalah :²⁶

a. Lingkungan Demografis yang dimaksud lingkungan demografis merupakan lingkungan yang menyangkut mengenai kependudukan, seperti : jumlah penduduk, jumlah kepadatan, lokasi penduduk, usia penduduk, pendidikan dan pergeseran penduduk dari suatu wilayah ke wilayah lainnya.

b. Lingkungan Ekonomis, lingkungan ekonomis merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi daya beli dan pola pembelanjaan konsumen daya beli ini

²⁶ *Ibid*, h.114-115

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
- dapat diukur tingkat pendapatan masyarakat dan perkembangan tingkat harga umum. Faktor-faktor yang menyebabkan perubahan daya beli nasabah adalah perubahan pendapatan dan perubahan harga-harga produk dan jasa dipasar.
- c) Lingkungan Alam merupakan sumber daya alam yang dibutuhkan seperti kebutuhan bahan bakubiaya energy, tingakat polusi. Pengaruhnya adalah kekurangan bahan baku, meningkatnya daya energy, meningkatnya tingkat polusi campur tangan pemerintah dalam lingkungan sumber daya alam.
 - d) Lingkungan Teknologi, lingkungan teknologi merupakan kekuatan-kekuatan yang menciptakan teknologi baru menciptakan inovasi baru melalui pengembangan produk baru serta mampu menangkap peluang-peluang yang ada.
 - e) Lingkungan Politik dan Undang-Undang maksudnya dalah lembaga yang mengawasi perubahan seperti badan pemerintah, kelompok penekan yang mempengaruhi dan membatasi ruang gerak organisasi dan individu dalam suatu masyarakat seperti tumbuhnya lembaga swadaya masyarakat yang ikut mengawasi kinerja perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung.
 - f) Lingkungan Kultural Merupakan lembaga-lembaga atau kekuatan lain yang mempengaruhi nilai dimasyarakat seperti persepsi,preverensi dan perilaku masyarakat terhadap produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.²⁷

²⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana, 2004), Cet. 1, h. 97

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian terhadap Implementasi Promosi Produk Tabungan IB Simpanan Amanah Riau (Sinar) pada PT. Bank Riau Kepri Syariah Capem Dur, maka penulis berkesimpulan sebagai berikut

1. Advertsing (Periklanan)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik, dan mempengaruhi calon nasabahnya penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti lewat :

- a) Pemasangan *Billbord* di jalan- jalan strategi
- b) Pencetakan Brosur disebarakan disetiap cabang atau pusat- pusat perbelanjaan.
- c) Pemasangan Spanduk di lokasi tertentu yang strategis.
- d) Pemasangan Melalui Koran
- e) Pemasangan Melalui Televisi
- f) Pemasangan Melalui Radio
- g) Pemasangan Menggunakan media lainnya.

2. *Personal selling*

Adalah kegiatan promosi yang dilakukan antar individu yang sering bertemu muka yang ditunjukkan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan kepada belah pihak. Peranan penjualan perorangan berbeda dari perusahaan.



Ada perusahaan tanpa wiraniaga, menjual pos, melalui perwakilan perusahaan, agen penjualan atau perantara. Perusahaan dengan produk bisnis, seperti Xerox atau Du Pont, wiraniaga langsung berhubungan dengan pelanggan. Secara khusus personal selling dilakukan oleh petugas customer service.

3. Promosi Penjualan

Promosi Penjualan adalah salah satu bentuk kegiatan promosi dengan menggunakan alat peraga seperti : peragaan, pameran, demonstrasi, hadiah, contoh barang dan sebagainya. Promosi penjualan dapat dilakukan melalui pemberian diskon, kontes, kupon, atau sampel spanduk.

4. Publisitas

Publisitas Merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, perlombaan cerdas cermat, kuis serta kegiatan lainnya melalui berbagai media. Kegiatan Publisitas dapat meningkatkan pamor bank dimata para nasabahnya, baik secara langsung atau tidak langsung. faktor pendukung dan penghambat, sedangkan faktor pendukung sering kita kenal dengan (Internal Meliputi Manajemen bank itu sendiri, dan 7 P), sedangkan faktor penghambat (Eksternal meliputi, Makro dan Mikro)

B. SARAN

Berdasarkan hasil dari kesimpulan diatas penulis memberikan saran kepada PT. Bank Riau Kepri Syariah Capem Duri sebagai berikut:

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 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.

- 1) PT. Bank Riau Kepri Syariah Capem Duri harus tetap mempertahankan dan mengembangkan produknya tabungan simpanan amanah riau dengan strategi yang berbeda dan tetap mempromosikan produk tersebut sehingga produk tersebut tidak kalah saing dengan produknya, meskipun setiap produk memiliki keunggulan dan kelemahan maka jadikanlah kelemahan produk tersebut menjadi ciri khas tersendiri, oleh karena itu strategi yang digunakan untuk mempromosikanya harus lebih menarik dari sebelumnya sehingga calon nasabah akan tertarik untuk menggunkanya. Tabungan simpanan amanah riau (Sinar) merupakan tabungan yang menggunakan akad mudrabah dimana nasabah akan mendapatkan bagi hasil sesuai dengan kesepakatan antara nasabah dengan pihak bank, oleh karena itu Bank Riau Kepri Syariah Capem Duri harus tetap mempromosikan produk-produknya tanpa meninggalkan prinsip syariah.
- 2) Bank Riau Kepri Syariah Capem Duri harus bisa menciptakan Sarana- sarana promosi yang lebih banyak lagi sehingga produk yang ditawarkan pun akan berkembang, selain itu agar bank dapat menaikkan mitra di mata masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Karim, Adiwarmanto. 2008. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, Ed. Ke.3, Cet. Ke 5
- Ahmad Mustag, 2001 *the Furture of Ecomomics: An Islamic Persepektif* , Asy Syaamil Press dan Grafika, Jakarta
- Al Arif Nur Rianto. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* . Bandung : Alfabeta
- Ali Hasan, 2010, *Marketing dan Bank Syariah* , Bogor : Ghalia Indonesia,
- Andri Soemitro. 2010. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia
- Arsip dan Dokumentasi Produk Tabungan IB SINAR PT.Bank Riau Kepri Syariah,
- Arsip dan Dokumentasi PT.Bank Riau Kepri Syariah
- Bank riau kepri syariah.”*bankriaukeprisyarlah*”, Artikel ini diakses pada tanggal 12 November 2021 dari : <https://www.bankriaukepri.co.id/riau-syarlah/>
- Bank riau kepri, “*bankriaukepri*”, Artikel diakses pada 12 November 2021 dari <https://www.bankriaukepri.co.id/riau-konf/index.php>
- Departemen Agama RI, 2017 Cemani : Al- Qur’an Terkemuka,
<http://anotherday26.weebly.com/blog/analisis-swoth-strenght-weakness-opportunity-threat.html>. (Diakses pada 1 Juli 2021. 14.30)
- <http://keuangansyarlah.mysharing.co/mengenal-tabungan-mudharbah-muthlaqah.co.id> (Diakses, tanggal 31 Juli 2021)
- <http://www.ilmumanajemenindustri.com> (diakses 1 Juli 2021)
- <https://www.kompasiana.com> *Kegiatan Bank Syariah dan Jenis Transaksinya*, Diakses pada tanggal 4 agustus pukul 14:00
- Kasim, 2004. *Pemasaran Bank*, Jakarta : Kencana
- Kasim, 2007. *Pemasaran Bank*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

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



- Kasmir. 2007. *Manajemen Perbankan* Jakarta: PT. Raja Grafindo
- Linda Sandaro. 2020. *Analisis Strategi Promosi Produk Simpanan di PT. TBK* Bengkulu
- Lupiyodi Rambat, A.Hamdani, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat edisi 2, Jakarta
- Marwan Asri, 1991, *Marketing*, Yogyakarta : UPP-AMP YKPNNur
- Nur Rianto, 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : Alfabeta
- Rasyid, (Costumers Service, Bank Riau Kepri Syariah), *Wawancara*, Duri, 15 November 2021
- Rizki syahputra. “*Strategi Pemasaran Dalam Al-Qur’an Tentang Promosi Penjualan*”. *Ekobisma* Volume 6.No.2. (2019) : h.83
- Satria Heriady, (Pinsi Operasional, Bank Riau Kepri Syariah,)*Wawancara*, Pekanbaru 12 Juli 2021
- Tabungan* ([https:// www. Akseleran.co.id](https://www.akseleran.co.id), Diakses pada tanggal 31 juli 2021 pukul 20 : 00)
- www.bankriaukepri.com Diakses tanggal 1 Juli 2021 Pukul 14:00

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

©Hak Cipta dimiliki UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Laporan Akhir dengan judul **Implementasi Promosi Produk Tabungan IB Simpanan Amanah Riau (Sinar) Pada PT. BRKS Capem Duri**, yang ditulis oleh :

Nama : Riana Lestari Pasaribu

NIM : 01820624997

Program Studi : Perbankan Syariah

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 21 November 2021

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Nurnasrina, SE.M.Si

Sekretaris
Madona Khairunisa, M.Sy

Penguji I
Dr. H. Muh.Said HM. MA, MM

Penguji II
Dr. Syahpawi, S.Ag.M.SH



Mengetahui:
Kasubbag Akademik Kemahasiswaan dan Alumni
Fakultas Syariah dan Hukum

Jalilus, S.Ag.

NIP. 19750801 200701 1 023



Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

© 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.

1. Apa tujuan dari promosi ?

2. Apa saja produk-produk yang terdapat di PT.BRKS Capem Duri?

3. Apakah dari tahun ke tahun nasabah tabungan ib meningkat?

4. Bagaimana PT.BRKS mengelola dana nasabah pada produk tabungan IB?

5. Apa saja yang menjadi produk unggulan BRKS Capem Duri?

6. Apa saja keuntungan yang di dapatkan bank melalui penjualan pribadi?

7. Apa saja sarana promosi yang dapat digunakan PT.BRKS Capem Duri?

8. Bagaimana pertumbuhan dana pihak ketiga dengan menggunakan promosi?

9. Sebutkan apa saja factor pendukung dan penghambat dalam promosi?

10. Apa saja keuntungan yang didapatkan dari tabungan IB?

UIN SUSKA RIAU

Lampiran 2 : Dokumentasi

Hak cipta milik 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.



f Kasim Riau