

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH  
NASA BAH TABUNGAN PADA PT. BANK SYARIAH  
MANDIRI CABANG KAMPUNG BARU  
MEDAN**

**SKRIPSI**

**Ditujukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan  
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**

**Oleh :**

**KURNIA WIBOWO  
NIM : 07 832 0111**



**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2011**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**Judul** : **PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN  
JUMLAH NASABAH TABUNGAN PADA PT. BANK  
SYARIAH MANDIRI CABANG KAMPUNG BARU  
MEDAN**

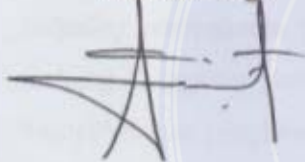
**Nama Mahasiswa** : **KURNIA WIBOWO**

**No. Stambuk** : **07 832 0111**

**Jurusan** : **MANAJEMEN**

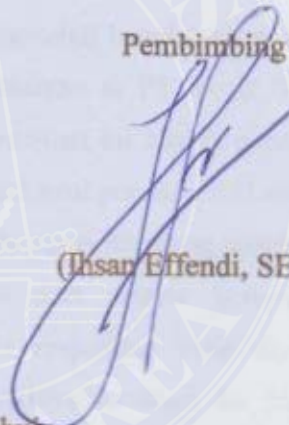
**Menyetujui :**  
**Komisi Pembimbing**

**Pembimbing I**



**(Amrin Mulia U, SE, MM)**

**Pembimbing II**



**(Ihsan Effendi, SE, MSi)**

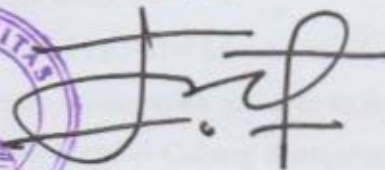
**Mengetahui :**

**Ketua Jurusan**



**(Ihsan Effendi, SE, MSi)**

**Dekan**



**(Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, MEd)**

## RINGKASAN

Kurnia Wibowo. NPM. 078320111. "Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kampung Baru Medan". Skripsi 2011.

Perbankan syariah adalah lembaga investasi dan perbankan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Sumber dana yang didapatkan harus sesuai dengan syaria', alokasi investasi yang dilakukakan bertujuan untuk menumbuhkan ekonomi dan sosial masyarakat serta melakukan jasa-jasa perbankan yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.

PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kampung Baru Medan secara khusus tujuannya adalah untuk menyediakan pembiayaan dalam pembangunan usaha masyarakat, sedangkan secara umum tujuannya adalah untuk mengembangkan pertumbuhan ekonomi daerah dengan mendorong pelaksanaan pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat guna menaikkan taraf hidup orang banyak.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah tabungan di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kampung Baru. Medan. Jenis Penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 10% dari total populasi 372 orang yaitu 37,2. Dengan demikian penulis menggenapkan menjadi 40 orang nasabah. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan data primer berupa pengamatan/ observasi dan menyebarkan angket pada responden yang dijadikan sampel penelitian serta data sekunder dengan melakukan studi ke pustakan untuk mendapatkan data-data yang berkaitan dengan masalah penelitian. Teknik analisis data yang dipergunakan adalah analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan program software SPSS 15.00 for windows

Dari hasil analisis diperoleh konstanta bernilai 11,639 hal ini menunjukkan jika variable bebas (X) berupa promosi bernilai satu satuan maka variable terikat (Y) berupa nasabah tabungan di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kampung Baru Medan sebesar 11.639

Kata Kunci : Promosi, Jumlah Nasabah Tabungan

## KATA PENGANTAR



*Assalammualaikum Wr.Wb*

Syukur alhamdulillah kita ucapkan kehadiran Allah S.W.T, berkat rahmat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun dengan keterbatasan waktu, biaya, tenaga, kemampuan, pengetahuan dan pengamatan yang terbatas akhirnya penulis menyelesaikan skripsi yang diberi judul **“Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kampung Baru, Medan”**.

Penuis telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini, maka dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dengan hati yang tulus dan ikhlas kepada :

1. Bapak Prof. DR. H. Ali Ya'kub Matondang, Sag, MA, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Prof. DR. H. Sya'ad Afifuddin, SE, MEd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area dan sekaligus Ketua Sidang Meja Hijau.
3. Bapak Hery Syahril, SE, Msi selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

4. Bapak Hasan Effendi, SE, MSi selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area sekaligus sebagai Dosen Pembimbing II yang telah membantu hingga selesainya skripsi ini.
5. Bapak Amrin Mulia U, SE, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan saran dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta staff fakultas ekonomi yang telah mengajar dan membantu penulis hingga dapat menyelesaikan perkuliahan.
7. Bapak pimpinan dan para staff PT. Bank Syariah mandiri Cabang Kampung Baru, Medan yang telah membantu penulis dalam memberikan data dan informasi demi terwujudnya skripsi ini.
8. Buat sobatku dan juga buat teman-teman Manajemen angkatan 2007 yang telah memberikan saran dan motivasi hingga skripsi ini terselesaikan.
9. Teristimewa saya ucapkan terima kasih yang tak terhingga buat Ayahanda dan Ibunda yang dengan penuh kasih sayang membesarkan, mendoakan dan berkorban demi masa depan Ananda.

Sainya skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca umumnya dan bagi penulis khususnya, kiranya Allah S.W.T melindungi kita semua, Amin.

*Wasalamumu 'alaikum W.R.W.B*

Medan, 2011

Penulis

(KURNIA WIBOWO)

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>RINGKASAN</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah) .....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB II : LANDASAN TEORITIS</b>	
A. Uraian Teoritis.....	5
1. Pengertian Promosi .....	5
2. Manfaat dan Tujuan Promosi .....	7
3. Bauran Promosi (Promotion Mix).....	9
4. Strategi Promosi .....	15
5. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kegiatan Promosi ....	17
6. Pengertian Tabungan.....	19
7. Bank Syariah.....	20
B. Kerangka Konseptual.....	25
C. Hipotesis.....	26
<b>BAB III: METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian .....	27
B. Populasi dan Sampel.....	28
C. Definisi Operasional .....	29
D. Jenis dan Sumber Data.....	30
E. Teknik Pengumpulan Data.....	30
F. Teknik Analisis Data.....	31

#### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN**

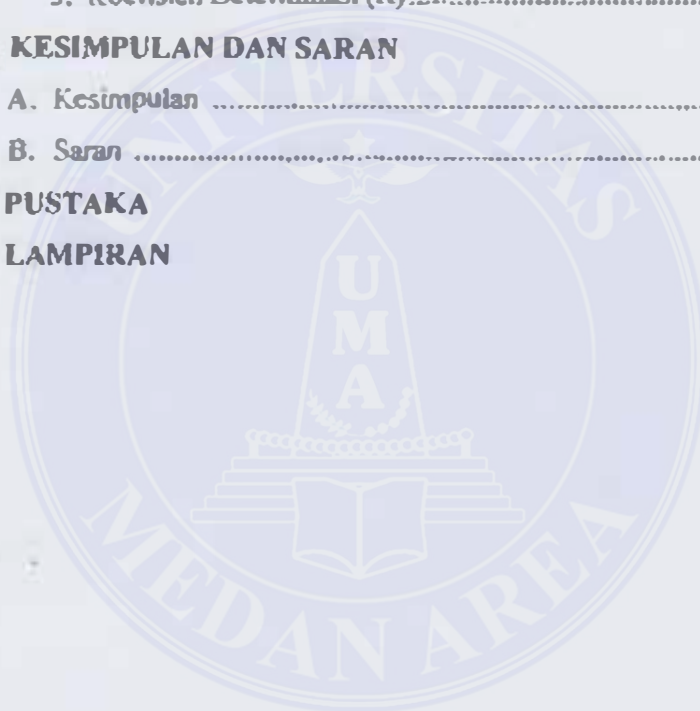
A. Hasil Penelitian .....	33
1. Sejarah Singkat PT. Bank Syariah Mandiri .....	33
2. Struktur Organisasi Perusahaan .....	35
3. Penyajian Data Responden .....	44
B. Pembahasan Penelitian .....	59
1. Analisis Regresi Linear Sederhana .....	59
2. Pengujian Hipotesis .....	60
3. Koefisien Determinasi (R) .....	61

#### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	63
B. Saran .....	64

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **DAFTAR LAMPIRAN**



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	25
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	43





## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Rincian Waktu Penelitian .....	27
Tabel 3.2 Jumlah Nasabah Tabungan .....	28
Tabel 3.3 Instrumen Skala Likert .....	31
Tabel 4.1 Pihak Bank Syariah Mandiri Sering Mengiklankan Produknya Melalui Media Televisi .....	45
Tabel 4.2 Produk Yang Diiklankan Pihak Bank Syariah Mandiri Berupa Produk Tabungan Dan kartu Kredit .....	46
Tabel 4.3 Iklan-iklan Yang Ditayangkan Membuat Anda Tertarik Untuk Menambah Jumlah tabungannya .....	46
Tabel 4.4 Karyawan Bank Syariah Mandiri Memberikan Pelayanan Dan Menjaga Hubungan Baik Dengan Anda .....	47
Tabel 4.5 Anda Sering Ditawarkan Untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri .....	47
Tabel 4.6 Kualitas Pelayanan Yang Diberikan Karyawan Bank Syariah Mandiri Menambah Minat Anda Untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri .....	48
Tabel 4.7 Bank Syariah Mandiri Sering Melakukan Pameran Penjualan Terhadap Produk Tabungannya .....	48
Tabel 4.8 Pameran Yang Diselenggarakan Pihak Bank Syariah Mandiri Menarik Perhatian Anda Untuk Menabung .....	49
Tabel 4.9 Sales Memberikan Informasi Mengenai Bagaimana Menabung di Bank Syariah Mandiri dan Apa aja Keuntungannya .....	49
Tabel 4.10 Pihak Bank Syariah Mandiri Memberikan Informasi Tentang Jumlah Tabungan Anda .....	50
Tabel 4.11 Informasi-informasi yang diberikan Pihak Bank Syariah Mandiri Menarik Minat Anda Untuk Menabung .....	50
Tabel 4.12 Informasi-informasi yang diberikan Berupa jumlah tabungan, Suku Bunga dan abtas Pengambilan Uang di ATM .....	51

Tabel 4.13 Karyawan Selalu Tanggap dan Siap Didalam Melayani Anda ...	52
Tabel 4.14 Karyawan Selalu Menjaga <del>Kecapatan</del> Kelancaran dan Keandalan Pelayanan Terhadap Nasabah .....	52
Tabel 4.15 Produk yang disediakan Perusahaan Dapat Memenuhi Tingkat Kebutuhan Nasabah dalam Bertransaksi .....	53
Tabel 4.16 Karyawan Selalu Memberikan Perhatian Dalam Melayani Keluhan Nasabah .....	53
Tabel 4.17 Keramah-tamahan Para Karyawan Membuat Nasabah Puas ... ..	54
Tabel 4.18 Keresponsifan Petugas pada Saat Melayani Nasabah Cukup Baik .....	54
Tabel 4.19 Pelayanan Yang Memuaskan, Menambah Minat Anda Untuk Menabung .....	55
Tabel 4.20 Pelayanan Yang Tidak Memuaskan Memberikan kesan yang Buruk Terhadap Nasabah .....	55
Tabel 4.21 Tabulasi dan Nilai Jawaban responden Terhadap Variabel Bebas X (Promosi) .....	56
Tabel 4.22 Tabulasi dan Nilai Jawaban responden Terhadap Variabel Bebas Y (Nasabah Tabungan) .....	57
Tabel 4.23 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Dari Hasil Koefisien Korelasi Product Moment .....	58
Tabel 4.24 Coefficients(a) .....	59
Tabel 4.25 Coefficients(a)/ uji t .....	60
Tabel 4.26 Model Summary(b) .....	61

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perbankan merupakan salah satu Lembaga Keuangan yang memiliki pengaruh besar dalam roda perekonomian masyarakat. Bank adalah sebuah lembaga bagi masyarakat untuk menyimpan uang dan juga dapat menjadi tempat peminjaman uang di saat masyarakat membutuhkan. Seiring dengan berjalannya waktu, bank telah menjadi sebuah kebutuhan hidup bagi manusia.

Bank yang diharapkan bisa menjadi solusi bagi masalah perekonomian masyarakat ternyata memiliki sisi negatif. Sisi negatif tersebut berupa sistem riba yang berbentuk dan dikenal sebagai BUNGA. Sistem bunga atau Riba ini terdapat pada perbankan konvensional atau yang secara ekstrem bisa disebut Bank dengan Sistem Kapitalis. Sistem bunga atau Riba sangat meresahkan nasabah karena sistem ini dinilai terlalu meagutungkan pihak bank, terutama dalam menjalankan perannya sebagai kreditur, walaupun nasabah sedang berada dalam kondisi yang tidak baik. Dengan kata lain, riba telah menzalimi nasabah.

Perbankan syariah adalah lembaga investasi dan perbankan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Sumber dana yang didapatkan harus sesuai dengan syarat, alokasi investasi yang dilakukan bertujuan untuk menumbuhkan ekonomi dan sosial masyarakat serta melakukan jasa-jasa perbankan yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. Dari definisi tersebut jelas bahwa perbankan syariah tidak hanya semata-mata mencari keuntungan dalam

operasionalnya akan tetapi terdapat nilai-nilai sosial kemasyarakatan dan spiritualisme yang ingin dicapai.

Eksistensi perbankan syariah di Indonesia ditandai dengan dibentuknya PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk pada tahun 1991 diprakarsai oleh Majelis ulama Indonesia (MUI) dan pemerintah Indonesia, dan memulai kegiatan operasionalnya pada tahun 1992. Sewaktu terjadi krisis ekonomi moneter di Indonesia, Bank Muamalat Indonesia dengan sistem syariahnya menjadi satu-satunya bank yang tidak terkena imbas dari krisis ekonomi tersebut.

Pada tahun 1999, perbankan syariah berkembang luas dan menjadi tren pada tahun 2004. Hingga hari ini, sudah berdiri tiga bank yang beroperasi dengan sistem syariah atau bank umum syariah. Ketiga bank tersebut adalah Bank Muamalat Indonesia, Bank Syariah Mandiri (BSM), dan Bank Syariah Mega Indonesia (BSMI). Belum lagi ditambah dengan Unit Usaha Syariah dari bank-bank konvensional seperti BNI Syariah, BRI Syariah, dll.

Di balik perkembangan perbankan syariah yang dinilai cukup baik, ternyata perbankan syariah masih memiliki beberapa permasalahan. Dan puncak dari permasalahan itu adalah, kurangnya sosialisasi pada masyarakat tentang perbankan syariah. Masyarakat masih memiliki pengetahuan yang kurang baik tentang bank syariah. Seperti, masyarakat masih beranggapan sistem bunga pada bank konvensional dan sistem bagi hasil pada bank syariah merupakan dua sistem yang sama, sehingga masyarakat lebih memilih menggunakan jasa perbankan konvensional yang dinilai telah berpengalaman dalam menjalankan usaha perbankan walaupun sebenarnya perbankan

## DAFTAR PUSTAKA

Djumhana, Muhammad, 2000, **Hukum Perbankan di Indonesia**, PT Citra Aditya Bakti, Bandung.

Buchari Alma (2004), **Manajemen Pemasaran Dan pemasaran Jasa**. Penerbit Alfabeta, Bandung.

Catur, 2001, **Marketing dan Strateginya**, BPFE, Yogyakarta.

Grenvas 2001. **Managemen Pemasaran**, Erlangga. Jakarta

Freddy Rangkuti, 2001, **Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis, Reorientasi, Konsep Perencanaan Staretegis Untuk Menghadapi Abad 21**, Cetakan Kedelapan, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Lamb, Charles W. Hair, J Joseph F dan MC Daniel Carl, 2001, **Pemasaran**, Terjemahan David Octaveva, Edisi Pertama, Jilid II, Salemba Empat. Jakarta

Philip. Kotler. 2009. **Managemen Pemasaran**. (Analisis, Perencanaan, Implementasi, Pengendalian), Edisi Keenam, Salemba Empat, Jakarta

Setiadi, 2005, **Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Analisis**, Edisi Revisi, Cetakan Kedua Belas, Penerbit BPFE, Yogyakarta.

Sofyan Assauri, 2000, **Manajemen Pemasaran, Dasar Konsep dan Strategi**, Edisi Pertama, Cetakan Keenam, Penerbit PT. Raya Grafinda Persada, Jakarta

Sugiyono, 2005. **Metedologi Penelitian Bisnis**. Alfa beta, Cetakan Kelima, Bandung.

Tjiptono. **Pemasaran Jasa**. 2001, Salemba Empat, Jakarta

Suryadi, Purwanto S.K, 2004, **Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern**, Buku Kedua. Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta

<http://www.slideshare.net/zudin/produk-produk-perbankan-syariah>

## KUISIONER PENELITIAN

No.	INDIKATOR VARIABEL PROMOSI	STS (1)	TS (2)	RR (3)	S (4)	SS (5)
<b>A. Periklanan</b>						
1.	Pihak Bank Syariah Mandiri sering mengiklankan produknya melalui Media Televisi.					
2.	Produk yang di iklankan pihak Bank Syariah Mandiri berupa produk tabungan dan kartu kredit.					
3.	Iklan-iklan yang ditayangkan membuat anda tertarik untuk menambah jumlah tabungannya					
<b>B. Personal Selling</b>						
4.	Karyawan Bank Syariah Mandiri memberikan pelayanan dan menjaga hubungan yang baik dengan anda					
5.	Anda sering ditawarkan untuk menabung di Bank Syariah Mandiri.					
6.	Kualitas pelayanan yang diberikan karyawan Bank Syariah Mandiri menambah minat anda untuk menabung di Bank Syariah Mandiri.					
<b>C. Sales Promotion</b>						
7.	Bank Syariah Mandiri sering melakukan pameran penjualan terhadap produk tabungannya.					
8.	Pameran yang diselenggarakan Pihak Bank Mandiri menarik perhatian anda untuk menabung.					
9.	Sales memberikan informasi mengenai bagaimana menabung di Bank Syariah Mandiri dan apa saja keuntungannya.					
<b>D. Publicitas</b>						
10.	Pihak Bank Syariah Mandiri, memberikan informasi tentang jumlah tabungan anda.					
11.	Informasi-informasi yang diberikan pihak Bank Syariah Mandiri, menarik minat anda untuk menabung.					
12.	Informasi-informasi yang diberikan berupa jumlah tabungan, suku bunga dan batas pengambilan uang di ATM.					

No.	INDIKATOR VARIABEL NASABAH TAMBAHAN	STS (1)	TS (2)	RR (3)	S (4)	SS (5)
1.	Karyawan selalu tanggap dan siap didalam melayani anda					
2.	Karyawan selalu menjaga ketepatan, kelancaran dan keandalan pelayanan terhadap nasabah					
3.	Produk yang disediakan perusahaan dapat memenuhi tingkat kebutuhan nasabah dalam bertansaksi.					
4.	Karyawan selalu memberikan perhatian dalam melayani keluhan nasabah.					
5.	Keramah-tamahan para karyawan membuat para nasabah puas.					
6.	Keresponsifan petugas pada saat melayani nasabah cukup baik.					
7.	Pelayanan yang memuaskan, menambah minat anda untuk menabung					
8.	Pelayanan yang tidak memuaskan memberikan kesan yang buruk terhadap nasabah.					

Terima kasih atas kerjasama Bapak/Ibu, semoga sukses dan lancar dalam segala urusan