

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Sektor keuangan merupakan industri yang mempunyai peranan penting dalam lingkup perekonomian dan terus menerus berkembang sesuai kebutuhan masyarakat. Bank sebagai salah satu sektor keuangan, perannya dalam lingkup perekonomian sebagai penyedia layanan keuangan guna meningkatkan taraf hidup masyarakat. Waktu-kewaktu industri keuangan semakin bertambah sehingga menuntut bank melakukan inovasi layanan bisnisnya. *Fintech* sebagai inovasi layanan pada sektor keuangan dengan adanya sentuhan teknologi modern.<sup>1</sup> *Fintech* singkatan dari financial dan *technology*, yang berarti teknologi keuangan. Financial technology adalah inovasi layanan keuangan yang pengoperasiannya memanfaatkan teknologi digital<sup>2</sup>. Teknologi digital yaitu sistem dimana pengoperasiannya menggunakan sistem komputerisasi yang berbasis mobile atau teknologi web dengan jaringan sinyal elektrik.

Inovasi *fintech* ada setelah krisis keuangan secara global pada tahun 2008 yang menggabungkan *e-finance*,

---

<sup>1</sup> B A Harahap and others, 'Perkembangan Financial Technology Central Bank Digital Currency (CBDC). Bank Indonesia Report', 9.204 (2022)

<sup>2</sup> Mohd Hafizul Afifi Abdullah and others, 'Evolving Spiking Neural Networks Methods for Classification Problem: A Case Study in Flood Events Risk Assessment', *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*, 16.1 (2019),

*analitik Big Data*, teknologi internet, kecerdasan buatan, layanan jaring sosial, dan media sosial. Waktu-kewaktu *Start-Up fintech* bermunculan untuk menawarkan layanan kepada masyarakat<sup>3</sup>. Perkembangan layanan teknologi ini berawal dari munculnya beberapa aplikasi transportasi online misalnya *go jek*, *go food*, *grab*, dan *maxim*. Perkembangan fintech di Indonesia untuk saat ini memang berdomisili paling tinggi dijabodetabek. Namun tidak menutup kemungkinan *fintech* akan terus berkembang, karena layanan transportasi online diantaranya *go jek*, *go food*, *grab*, dan lain-lain kian berkembang di kota Bengkulu.

Pengembangan bisnis transportasi merambah pada fitur jasa yang mampu mempertemukan masyarakat dengan lembaga keuangan, yakni adanya aplikasi (*P2P*) *peer to peer* landing berbasis pembiayaan. Perkembangan teknologi demikianlah yang memberikan pengaruh besar terhadap produk-produk yang ada di perbankan, sehingga menimbulkan suatu tantangan dan persaingan yang semakin kuat di lembaga perbankan dengan lembaga keuangan lain. QS. Al-Baqarah (2): (275)

---

<sup>3</sup>Study Kasus and others, *Pengaruh People, Process, Physical Avidence Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Berbasis Digital Fintech Produk ATM Dan M-DIN*, 2023.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
 الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ  
 بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ  
 فَاتْتَمَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

"Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya."

Demikian bahwa perbankan syariah fintech harus konsisten mengedepankan prinsip jual-beli halal dan menghindari riba, karena Allah "menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba". Saat ini, untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah tidak sedikit lembaga perbankan yang telah mempersiapkan diri dengan menciptakan atau memanfaatkan fitur-fitur *financial technology*.<sup>4</sup> Hal ini dibuktikan dalam tahun terakhir, layanan digital dengan fitur-fitur digital fintech telah berkembang

---

<sup>4</sup> Kasus and others, *Pengaruh People, Process, Physisical Avidence Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Berbasis Digital Fintech Produk ATM Dan M-DIN*.

pada industri keuangan diantaranya *internet banking*, *mobile payment*, *electronic money*, dan *mobile banking*.<sup>5</sup>

Kemudian mengenai layanan digital *fintech* menurut Untoro et al. perkembangan layanan digital masih banyak yang belum mengenalnya, dan pertumbuhan layanan digital *fintech* masih terbatas di wilayah-wilayah tertentu saja<sup>6</sup>. Hal ini juga benar adanya, sejalan dengan hasil prasurvei yang peneliti lakukan, dimana mayoritas nasabah BTN Syariah Bengkulu sudah aktif memanfaatkan layanan berbasis digital *fintech*, sementara sebagian nasabah lainnya masih ada yang belum optimal dalam penggunaannya.

Nasabah yang tidak terbiasa atau tidak mampu menerima, dan memanfaatkan layanan berbasis digital *fintech* justru dapat menjadikan tantangan bagi perbankan syariah. Hal ini dapat disebabkan karena terbatas, atau kurangnya sosialisasi akan layanan digital *fintech* tersebut. Sehingga selain bank melakukan inovasi layanan menjadi digital *fintech*, juga diperlukan evaluasi baik produk maupun proses pemasarannya. Bank syariah harus mempersiapkan bagaimana strategi pemasaran, program atau layanan berbasis digital *fintech* tersebut.

Kondisi tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi perbankan syariah. Kurangnya pemahaman dan sosialisasi

---

<sup>5</sup> dr.yoyo sidaryo S.E M.M., *Digital Marketing Dan Fintech Di Indonesia*, 2020 h.1.

<sup>6</sup>

layanan digital dapat memengaruhi kepercayaan nasabah. Oleh karena itu, selain melakukan inovasi teknologi, bank syariah juga perlu mengevaluasi strategi pemasaran dan proses pelayanannya agar tidak hanya efektif secara bisnis, tetapi juga tetap mencerminkan nilai-nilai syariah.

Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah Bengkulu merupakan salah satu unit kerja yang menerapkan strategi pemasaran berbasis digital *fintech* untuk meningkatkan kualitas pelayanan nasabah. Namun, implementasi strategi ini menghadapi tantangan, seperti tingkat literasi digital masyarakat, kepercayaan terhadap layanan digital, dan persaingan dengan lembaga keuangan lainnya. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis strategi pemasaran digital *fintech* yang diterapkan oleh BTN Syariah Bengkulu dalam upaya meningkatkan pelayanan dan kepuasan nasabah.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi pemasaran Bank Tabungan Negara Syariah Bengkulu berbasis digital *fintech* terhadap pelayanan nasabah?
2. Bagaimana implementasi nilai-nilai (*value*) syari'ah dalam strategi pemasaran Bank Tabungan Negara Syariah Bengkulu?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran Bank Tabung Negara Syariah Bengkulu berbasis digital *fintech* terhadap pelayanan nasabah.
2. Untuk mengetahui bagaimana implementasi nilai-nilai (*value*) syari'ah dalam strategi pemasaran Bank Tabung Negara Syariah Bengkulu.

### D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan, terutama tentang strategi pemasaran bank syari'ah berbasis digital *fintech* terhadap pelayanan nasabah.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Bank Tabungan Negara Syariah Bengkulu maupun instansi terkait sebagai bahan pertimbangan, masukan atau saran agar dapat lebih memperbaiki strategi pemasaran atau pelayanannya, agar nasabah dapat lebih mengetahui bagaimana sistem baru tersebut, dan dapat membangun kepercayaan serta kepuasan nasabah terhadap digital *fintech*. Dalam rangka memanfaatkan

peluang-peluang yang ada agar mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.

#### **E. Penelitian Terdahulu**

Dalam penelitian ini peneliti mengambil beberapa referensi sebagai rujukan penelitian terdahulu yang relevan antara lain :

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Ayu Hidayatullah, pada tahun 2022 dengan judul “*Analisis Strategi Pemasaran Fitur E-Commerce pada Mobile Banking PT. Bank Syariah Indonesia KC Bengkulu S Parman 2*”<sup>7</sup>. Fokus penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran fitur *e-commerce* pada *mobile banking* serta kendala-kendala yang dihadapi saat memasarkan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dimana data yang diambil melalui metode wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini yaitu PT. Bank Syariah Indonesia KC Bengkulu S Parman 2 melakukan kegiatan pemasaran dengan melakukan segmentasi pasar dan selanjutnya 11 menerapkan sistem bauran pemasaran yang terdiri dari strategi produk, strategi harga, strategi tempat, serta promosi. Persamaannya yaitu samasama meliti tentang strategi pemasaran, sedangkan perbedaannya peneliti

---

<sup>7</sup> Ayu Hidayatullah, ‘*Analisis Strategi Pemasaran Fitur E-Commerce Pada Mobile Banking PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bengkulu S Parman 2*’, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Suukarno Bengkl, 2020

terdahulu membahas tentang strategi pemasaran fitur *e-commerce* pada *mobile banking*.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Khotimatus Sa'diyah, Wiwik Hasbiyah AN, dan Zaldy Suhatman, pada tahun 2022 dengan judul “*Analisis Strategi Pemasaran Syariah Di Bank BSI KC Ciputat*<sup>8</sup>”. Fokus penelitian ini yaitu strategi pemasaran syariah yang dilakukan Bank BSI dalam memasarkan produk. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan menggunakan data sekunder dan primer. Data primer didapatkan langsung dari lapangan melalui wawancara, sedangkan data sekunder didapatkan dari buku referensi, jurnal, website, dan penelitian terdahulu. Hasil dari penelitian ini yaitu teknologi marketing BSI berupa media elektronik atau media sosial seperti iklan di TV dan internet. Persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran, sedangkan perbedaannya peneliti terdahulu membahas strategi pemasaran secara umum.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Mutiara Apriza, pada tahun 2021 dengan judul “*Manfaat Penggunaan Layanan Digital Bagi Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Ipuh*<sup>9</sup>”. Fokus penelitian ini yaitu mengetahui

---

<sup>8</sup> Zaldy Suhatman Khotimatus Sa'diyah, Wiwik Hasbiyah, ‘Analisis Strategi Pemasaran Syariah Di Bank BSI KC Ciputat’, *Madani Syariah*, 2022, pp. 121–31.

<sup>9</sup> Mutiara Apriza, ‘Manfaat Penggunaan Layanan Digital Bagi Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP IPUH (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu)’, *Pharmacognosy Magazine*, 75.17 (2021)

manfaat penggunaan layanan digital bagi nasabah. Penelitian ini dilakukan menggunakan penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu penelitian mendalam mengenai unit sosial, individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat tertentu yang hasilnya merupakan gambaran yang lengkap dan terorganisir baik mengenai unit tersebut. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa manfaat penggunaan layanan digital bagi nasabah BSI KCP Ipuh sangat bermanfaat karena layanan yang sangat bagus dan mudah digunakan. Hanya saja ada beberapa nasabah yang tidak menggunakan digital ini diakibatkan oleh tidak adanya jaringan. Adapun persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang layanan digital, perbedaannya peniliti terdahulu lebih fokus kepada manfaat bagi nasabah, sedangkan peniliti sekarang fokus kepada strategi pemasaran.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Meriza Alvella, pada tahun 2020 dengan judul “*Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Dengan Akad Murabahah (Studi Kasus Pada PT. Bank Aceh Syariah KCP Bakongan*<sup>10</sup>)”. Fokus penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran produk pembiayaan pension dengan akad murabahah. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan jenis penilitian yang akan digunakan yaitu

---

<sup>10</sup> Novandina Izzatillah Firdausi, ‘*Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun (PT Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Bakongan)*’, *Kaos GL Dergisi*, 8.75 (2020)

penelitian lapangan (*Field Research*). Hasil dari penelitian ini yaitu ada beberapa tahap yang digunakan dalam strategi pemasaran bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yaitu strategi produk, *people*, *proses*, dan *Physical Evidience*. Persamaan penilitiannya yaitu sama-sama membahas tentang strategi pemasaran, sedangkan perbedaannya peneliti terdahulu membahas strategi pemasaran produk pembiayaan pensiun.

Kelima, penelitian oleh Ria Marga Reta 2020, “*Analisis Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Kinerja Karyawan pada Bank Syariah Mandiri KC Curup Kab Rejang Lebong*”.<sup>11</sup> Penelitian ini memiliki fokus pembahasan tentang analisis dampak *fintech* terhadap kinerja karyawan yang ada pada bank Syariah mandiri. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa finansial teknologi memang memiliki dampak terhadap kinerja karyawan, hadirnya teknologi keuangan ditengah-tengah pekerjaan sangat memberikan dampak positif terhadap kinerja karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan sehingga pekerjaan yang dilakukan dapat berjalan secara cepat, efektif dan akurat, teknologi *finansial* juga membuat interaksi antara nasabah dan karyawan dapat lebih praktis karena nasabah bisa melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun tanpa harus pergi ke bank. Persamaannya penelitian ini sama sama

---

<sup>11</sup> Ria Marga Reta, ‘Analisis Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bank Syariah Mandiri KC Curup Kab Rejang Lebong’, *Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu*, 2020, p. 1.

menggunakan *fintech* menjadi landasan penelitian. Perbedaan penelitian ini, peneliti menganalisa penggunaan *Fintech* terhadap produk perbankan Syariah sedangkan pada penelitian Yulia Prastika mengetahui Dampak Fintech Terhadap Kinerja Karyawan Bank Syariah.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

#### **a. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). yaitu suatu pendekatan penelitian yang dilakukan secara langsung di lokasi tertentu yang telah ditetapkan sebagai tempat untuk mengkaji gejala-gejala objektif atau peristiwa-peristiwa yang terjadi di lokasi tersebut. Dalam hal ini, lokasi penelitian ditentukan DiBank Tabungan Negara Syariah Bengkulu Kota Bengkulu, dengan fokus penelitian pada strategi pemasaran bank syariah berbasis digital fintech terhadap pelayanan nasabah.<sup>12</sup>

Pemilihan lokasi penelitian dilakukan berdasarkan kesesuaian topik yang diangkat serta pertimbangan akademik dan ketertarikan peneliti terhadap fenomena yang terjadi di lapangan. Bank Tabungan Negara Syariah Bengkulu merupakan salah satu lembaga perbankan yang telah

---

<sup>12</sup> Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*(Jakarta: Rineka Cipta), 2011.h.96

mengimplementasikan layanan digital berbasis teknologi finansial (*fintech*), serta menunjukkan keberhasilan strategi pemasaran melalui optimalisasi penggunaan media sosial dan platform digital lainnya.

b. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena bersifat alamiah dan bertujuan untuk menggali serta memahami fenomena secara mendalam dari sumber data yang relevan. Pendekatan ini menghasilkan data deskriptif berupa uraian, pernyataan, atau informasi yang mengandung makna tertentu dari narasumber atau objek yang diteliti. Adapun sifat deskriptif dari penelitian ini dimaksudkan untuk menggambarkan secara sistematis fakta-fakta yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Tabungan Negara Syariah Bengkulu.<sup>13</sup>

Tujuan utama dari pendekatan deskriptif dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan menguraikan informasi yang diperoleh mengenai strategi pemasaran digital *fintech* yang dilaksanakan oleh BTN Syariah

---

<sup>13</sup> Marinu Waruwu, 'Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan Dan Peran Di Bidang Pendidikan', *Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 5.2 (2024), h. 198–211

Bengkulu, serta bagaimana strategi tersebut berpengaruh terhadap peningkatan kualitas pelayanan nasabah.

## 2. Waktu dan Tempat Penelitian

### a. Waktu Penelitian

Penelitian ini wajib dilaksanakan pada periode Januari 2025 hingga Oktober 2025, yang mencakup beberapa tahapan, yaitu persiapan, pengumpulan data, analisis data, hingga penyusunan laporan hasil penelitian. Penelitian ini akan dilakukan di Bank Tabung Negara Syariah Bengkulu.

### b. Tempat Penelitian

Pemilihan lokasi tersebut didasarkan pada relevansi institusional, mengingat BTN merupakan lembaga perbankan syariah yang tepat untuk mengkaji strategi pemasaran berbasis digital *fintech* terhadap pelayanan nasabah. BTN Syariah Bengkulu Berlokasi di Penurunan, Kec. Ratu Samban, Kota Bengkulu dipilih karena memiliki cakupan layanan, strategi pemasaran, serta karakteristik nasabah yang dapat berbeda dibandingkan dengan kantor cabang utama maupun cabang lainnya. Dengan mempertimbangkan aspek relevansi akademik, ketersediaan data, kemudahan akses, serta keunikan karakteristik lembaga tersebut, maka BTN Syariah Bengkulu dinilai sebagai lokasi yang paling sesuai untuk mendukung kelangsungan dan kedalaman kajian ilmiah.

### 3. Informan Penelitian

Informan merupakan subjek didalam penelitian yang memberikan informasi mengenai data yang diinginkan, terkait dengan penelitian yang akan dilaksanakan Informan dalam penelitian ini dipilih dengan pendekatan purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan tujuan dan pertimbangan tertentu yang berkaitan dengan permasalahan penelitian<sup>14</sup>. Informan yang dipilih adalah pihak-pihak yang dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, serta keterlibatan langsung dalam strategi pemasaran berbasis digital *fintech* dan pelayanan nasabah di BTN Syariah Bengkulu. Secara spesifik, informan dalam penelitian ini terdiri dari Pihak internal bank, terutama dari bagian pemasaran dan pelayanan nasabah, seperti kepada *Sub Branch Manager Bank, Customer Service, Serata Nasabah Bank Tabungan Negara Syariah Bengkulu* Mereka memberikan informasi mengenai implementasi strategi digital *fintech*, seperti penggunaan mobile banking, layanan digital customer service, serta promosi berbasis media sosial. Nasabah BTN Syariah Bengkulu, baik nasabah individu maupun pelaku usaha yang menggunakan layanan digital *fintech* bank. Mereka memberikan perspektif mengenai

---

<sup>14</sup> SE. and others Muhammad Rizal Pahleviannur, S.Pd. Anita De Grave, *Buku Metodologi Penelitian Kualitatif, Kollegial Supervision*, 2023.h 190

pengalaman, kepuasan, dan persepsi terhadap pelayanan yang diberikan melalui media digital.

**Tabel 1.1 Informan Penelitian**

| <b>Kategori Informan</b> | <b>Jabatan/Posisi</b> | <b>Keterangan Peran Informan</b>                                                          | <b>Pertimbangan Informan</b>                                                                                                                             |
|--------------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Internal Bank            | Sub Branch Manager    | Memberikan informasi terkait kebijakan dan pelaksanaan strategi pemasaran digital fintech | Sebagai pihak manajemen yang mengetahui kebijakan dan strategi secara keseluruhan, dapat menjelaskan rencana dan evaluasi efektivitas pemasaran digital. |
| Internal Bank            | Customer Service      | Menjelaskan implementasi layanan digital dalam interaksi langsung dengan nasabah          | Berperan sebagai penghubung langsung dengan nasabah, memberikan insight praktis terkait penerapan layanan digital dan tanggapan nasabah.                 |
| Eksternal (Nasabah)      | Nasabah Individu      | Memberikan perspektif pengalaman pribadi menggunakan layanan digital BTN Syariah          | Memberikan sudut pandang pengguna akhir, menilai kenyamanan, kepuasan, dan efektivitas layanan digital dari sisi nasabah.                                |

Sumber: Kartika Marella Vanni & Viki Safirotu Nadan, “Efektivitas Strategi Pemasaran Digital Banking Bank Syariah Di Indonesia” *JIMPA*, Vol. 3 No. 2, September 2023.

#### 4. Sumber Data

Sumber Data penelitian adalah subjek dimana data dapat diperoleh.<sup>15</sup> Dengan demikian, data merupakan kumpulan informasi yang diperoleh sebagai bahan untuk menunjang penulisan karya ilmiah secara valid. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

##### a. Data Primer

Sumber Data Primer Sumber data primer adalah sumber data pertama, dimana data atau pokok yang akan dicari langsung diberikan kepada peneliti Sumber data primer yang digunakan penelitian yaitu diperoleh langsung dari hasil wawancara dengan pihak terkait di Bank Tabungan Negara Syariah Bengkulu.<sup>16</sup> Terdapat 8 sumber data primer yaitu 1 orang Sub Branch Manager, 1 orang Customer Service, dan 6 Nasabah. Dalam penelitian ini, pengambilan data 6 nasabah menggunakan teknik sampling insidental. Sampling insidental adalah teknik pengambilan sumber data secara kebetulan (insidental).<sup>17</sup> Kemudian, metode yang digunakan adalah snowball sampling. Snowball Sampling adalah penentuan sample yang bermula berjumlah kecil menjadi lebih besar. Dengan demikian,

---

<sup>15</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, 2010.h.170

<sup>16</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian*.h 129

<sup>17</sup> Sugiyono, 'Memahami Penelitian Kualitatif', (Bandung CV : Alfabeta, 2010), h. 193.

siapa saja yang bertemu dengan peneliti dan memiliki kecocokan sebagai sumber data, maka dijadikan sebagai sumber data dan pengambilan sample dihentikan pada 6 nasabah karena memberikan jawaban sama.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data penunjang sesudah sumber data primer, penelitian dilakukan secara tidak langsung misalnya sumber data berupa dokumen. Sumber data sekunder peneliti diantaranya situs website, jurnal, skripsi, tesis, buku, serta dokumen-dokumen resmi.<sup>18</sup>

5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi.<sup>19</sup>

Teknik pengumpulan data peneliti yaitu:

a. Wawancara (*Interaktif*)

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dari pihak yang mewawancarai dan keterangan atau jawaban diperoleh dari tanya jawab dengan informan melalui proses tanya jawab, baik secara *face to face* maupun online. Perlunya melakukan wawancara sebagai upaya

---

<sup>18</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Dan Penelitian Evaluasi*, 2013.h.157

<sup>19</sup> Hanis Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, Dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*, 2013.h.10

penggalan data yang akurat terkait strategi pemasaran digital *fintech* terhadap pelayanan nasabah Bank Tabung Negara (BTN) Syariah Bengkulu.

Teknik wawancara yang digunakan adalah semiterstruktur Teknik semiterstruktur yaitu peneliti menggunakan pertanyaan yang sudah disiapkan, hanya saja pada pelaksanaannya bebas tidak hanya terbatas pada pertanyaan yang sudah disediakan atau lebih terbuka, informan yang diwawancara diminta pendapat maupun ide-idenya.<sup>20</sup> Informan Penelitian ini adalah Bapak Wahyu Ardimas selaku sub Branch Manager, Bapak M Angga Limansyah putra (Customer Service), Dan 6 Nasabah Pengguna layanan Digital Fintech Bank Tabungan Negara Syariah Bengkulu.

b. Dokumentasi (*Non Interaktif*)

Dokumentasi adalah catatan situasi atau peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi dapat berbentuk gambar, tulisan, atau karya-karya monumental dari seseorang.<sup>21</sup> Dapat dipahami bahwa dokumentasi merupakan cara pengumpulan data dengan memanfaatkan arsip-arsip terkait topik penelitian. Dokumentasi yang digunakan penelitian ini yakni bersumber dari Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah

---

<sup>20</sup> Pupu Saeful Rahmat, *Penelitian Kualitatif." Equilibrium, Vol 5 No 9 Januari-Juni, 2019.h 6*

<sup>21</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif..h.,.240*

Bengkulu terkait data profil dan topik penelitian. Dokumentasi tersebut baik dalam bentuk brosur, rekaman, dokumentasi foto-foto, serta laporan atau buku-buku yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian.

## 6. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang didapat dari note lapangan, hasil wawancara, dan dokumentasi menjadi satuan untuk dapat dikelola, dijabarkan kedalam unit-unit, memilih mana yang penting untuk dipelajari, dan menyimpulkannya agar mudah dipahami.

Peneliti menggunakan cara berfikir induktif untuk menganalisis data. Berfikir induktif adalah suatu cara berfikir yang terangkat dari fakta-fakta yang khusus, atau peristiwa konkrit. Kemudian menarik maknanya dalam bentuk kesimpulan atau pernyataan yang bersifat umum.<sup>22</sup>

Analisa data yang dilakukan meliputi:

### a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data adalah mengambil kesimpulan akhir yang dapat digambarkan dan diverifikasikan dengan suatu cara analisis yang mempertajam,

---

<sup>22</sup> Sutrisno Hadi, *Metode Research Jilid I*, (Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM, 1984.) h.42

memilih, memfokuskan, membuang, dan menyusun data.<sup>23</sup>

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Teknik penyajian data dapat dilakukan dalam berbagai bentuk tabel, grafik, uraian singkat, teks naratif, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Dalam hal ini peneliti menyajikan data berupa teks naratif (berbentuk catatan lapangan), tabel dan gambar.

c. *Conclusion Drawing* (Kesimpulan)

Penarikan kesimpulan dan verifikasi merupakan suatu temuan baru yang belum pernah ada, dan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih samar-samar sehingga setelah diteliti menjadi jelas.<sup>24</sup>

**G. Sistematika Penulisan**

Penelitian ini akan menjelaskan gambaran yang saling bersinggungan mengenai perihal penelitian yang akan dilakukan, sistematikanya adalah sebagai berikut:

**Bab I Pendahuluan** : Terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan metode penelitian, serta sistematika penelitian.

---

<sup>23</sup> Emzir, *Analisis Data: Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012),h 125.

<sup>24</sup> Sugiyono, *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*,2013,,h 44

**Bab II Kajian Teori** : Berisi mengenai teori-teori yang terdiri dari: A. Strategi Pemasaran B. Pelayanan Nasabah C. Digital Fintech (*Financial Technology*).

**Bab III Gambaran Umum Objek Penelitian** : Menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian yang terdiri dari Sejarah Berdirinya Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah, Visi dan Misi , serta struktur organisasi.

**Bab IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan** :Dalam Bab Hasil Penelitian dan Pembahasan menjelaskan mengenai Bagaimana Strategi dan Implementasi pemasaran Bank Tabungan Negara Syariah Bengkulu berbasis digital *fintech* terhadap pelayanan nasabah.

**Bab V Penutup** :Dalam Bab ini mengemukakan kesimpulan yang diperoleh pada bab sebelumnya disertai dengan pemberian saran-saran yang konstruktif sehubungan dengan masalah yang ditemui.

