

**ANALISIS EFEKTIVITAS PROMOSI DIGITAL
TERHADAP PERTUMBUHAN NASABAH PERBANKAN
SYARIAH DI INDONESIA PERIODE 2016-2019**



TESIS

Disusun dan diajukan kepada Pascasarjana
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Magister Ekonomi
(M.E)

MUKHAMMAD AQIL MUZAKKI
NIM. 1617611006

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
TAHUN 2021**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
PASCASARJANA**

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126 Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553
Website : www.pps.iainpurwokerto.ac.id Email : pps@iainpurwokerto.ac.id

PENGESAHAN

Nomor: 046/In.17/D.Ps/PP.009/2/2021

Direktur Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Purwokerto mengesahkan Tesis mahasiswa:

Nama : Mukhammad Aqil Muzakki
NIM : 1617611006
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Analisis Efektivitas Promosi Digital terhadap Pertumbuhan Nasabah Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2016-2019

Telah disidangkan pada tanggal **10 Januari 2021** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Magister Ekonomi (M.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Tesis.

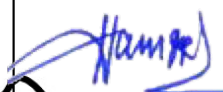
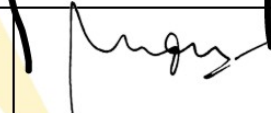


Purwokerto, 23 Februari 2021
Direktur,

Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag.
NIP. 19681008 199403 1 001

PENGESAHAN TESIS

Nama : Mukhammad Aqil Muzakki
NIM : 1617611006
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Tesis : ANALISIS EFEKTIVITAS PROMOSI DIGITAL
TERHADAP PERTUMBUHAN NASABAH PERBANKAN
SYARIAH DI INDONESIA PERIODE 2016-2019

No	Tim Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Hj. Naqiyah, M.Ag. NIP. 19630922 199002 2 001 Ketua Sidang/ Penguji		22-02-2021
2	Dr. Nawawi, S.Ag., M.Hum. NIP. 19710508 199803 1 003 Sekretaris/ Penguji		21-02-2021
3	Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag. NIP. 19741217 200312 1 006 Pembimbing/ Penguji		20-02-2021
4	Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. NIP. 19730921 200212 1 004 Penguji Utama		20-02-2021
5	Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I. NIP. 19731014 200312 1 002 Penguji Utama		20 Feb 2021

Purwokerto, 22 Februari 2021
Mengetahui,
Ketua Program Studi



Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.
NIP. 19741217 200312 1 006

NOTA DINAS PEMBIMBING

HAL: Pengajuan Ujian Tesis

Kepada Yth.

Direktur Pascasarjana IAIN Purwokerto

Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, memeriksa, dan mengadakan koreksi, serta perbaikan-perbaikan seperlunya, maka Bersama ini saya sampaikan naskah mahasiswa:

Nama : Mukhammad Aqil Muzakki

NIM : 1617611006

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Tesis : ANALISIS EFEKTIVITAS PROMOSI DIGITAL

TERHADAP PERKEMBANGAN PERBANKAN SYARIAH

DI INDONESIA PERIODE 2016-2019

Dengan ini mohon agar tesis mahasiswa tersebut di atas dapat disidangkan dalam ujian tesis.

Demikian nota dinas ini disampaikan. Atas perhatian bapak, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 11 Januari 2021

Pembimbing



Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.

NIP. 19741217 200312 1 006

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis saya yang berjudul “ANALISIS EFEKTIVITAS PROMOSI DIGITAL TERHADAP PERTUMBUHAN NASABAH PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA PERIODE 2016-2019” seluruhnya merupakan hasil karya sendiri.

Adapun pada bagian-bagian tertentu dalam penulisan tesis yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan norma kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian tesis ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Purwokerto, 11 Januari 2021

Hormat saya,



Mukhammad Agil Muzakki

IAIN PURWOKERTO

ANALISIS EFEKTIVITAS PROMOSI DIGITAL TERHADAP PERTUMBUHAN NASABAH PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA PERIODE 2016-2019

Mukhammad Aqil Muzakki

NIM. 1617611006

Email: ahisahisa69@gmail.com

Pascasarjana Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Purwokerto

ABSTRAK

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia dalam penyesuaian era industri 4.0 tidak lepas dari dunia digital. Peran dunia digital dalam perkembangan perbankan ini salah satunya adalah dalam hal promosi. Promosi tersebut dilakukan secara digital melalui jejaring sosial (internet) atau sering kita kenal dengan istilah *digital marketing*. Promosi digital dengan menggunakan media sosial banyak macamnya. Salah satunya adalah penggunaan media youtube.

Jenis penelitian ini adalah penelitian pustaka studi kasus yang dilakukan dengan mengamati channel youtube Perbankan Syariah di Indonesia. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif historis-fenomenologis. Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan metode observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif-kualitatif dengan model Miles dan Huberman, yakni reduksi data, penyajian data, kemudian menggambarkan/memverifikasi data untuk ditarik kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian, rasio penerapan promosi digital pada channel youtube dilihat dari jumlah channel yang dimiliki bank dibandingkan dengan jumlah bank adalah 85,71% (BUS), 65% (UUS, 5% channel pribadi UUS), 18,90% (BPRS). Rasio penerapan berdasarkan jumlah video produk dengan jumlah total video pada BUS (18,46%), UUS (7,51%), dan BPRS (18,26%).

Penggunaan promosi dengan media digital dapat menghemat anggaran biaya promosi secara keseluruhan pada beban operasional perusahaan. Penggunaan media youtube terbilang efektif pada BUS dan UUS dengan rasio penerapan berdasarkan *viewer* dengan jumlah rekening bank sebesar 30,24% (BUS), 37,02% (UUS), sedangkan untuk BPRS belum efektif dilihat dari rasio yang masih rendah yakni 3,21%.

Kata kunci: Efektivitas, Promosi Digital, Youtube, Perbankan Syariah

**EFFECTIVITY ANALYSIS OF DIGITAL PROMOTION
TO THE SHARIA BANKING DEVELOPMENT IN INDONESIA
PERIODE 2016-2019**

Mukhammad Aqil Muzakki

NIM. 1617611006

Email: ahisahisa69@gmail.com

Postgraduate Program in Islamic Economics Studies at IAIN Purwokerto

ABSTRACT

The development of the Islamic banking industry in Indonesia in adjustment to the industrial era 4.0 cannot be separated from the digital world. One of the roles of the digital world in the development of banking is in terms of promotion. This promotion is carried out digitally through social networks (internet) or we are often familiar with the term digital marketing. There are many kinds of digital promotion using social media. One of them is the use of youtube media.

This type of research is a case study library research conducted by observing the Islamic Banking youtube channel in Indonesia. The approach used is qualitative historical-phenomenological. In collecting data, the writer uses observation and documentation methods. The data analysis technique used is descriptive-qualitative with Miles and Huberman's models, namely data reduction, data display, then describing / verifying the data to draw conclusions.

Based on the results of the study, the ratio of the application of digital promotions on the YouTube channel, seen from the number of channels owned by the bank compared to the number of banks, is 85.71% (BUS), 65% (UUS, 5% UUS private channel), 18.90% (BPRS). The application ratio is based on the number of product videos to the total number of videos on BUS (18.46%), UUS (7.51%), and BPRS (18.26%).

The use of promotion with digital media can save the overall promotional cost budget in the company's operational expenses. The use of youtube media is quite effective for BUS and UUS with the ratio of application based on the viewer with the number of bank accounts of 30.24% (BUS), 37.02% (UUS), while for BPRS it has not been effective seen from the low ratio of 3.21 %.

Keywords: *Effectivity, Digital Promotion, Youtube, Sharia Banking*

MOTTO

“Promosi yang efektif itu, satu kali penyampaian tapi berkali-kali penglihatan dan pendengaran”

---E. Jerome McCharty. *Basic Marketing: A Managerial Approach*---
(Homewood, Illinois: Richard D. Irwin Inc, Ed.6, 1978)

IAIN PURWOKERTO

PERSEMBAHAN

Karya ini penulis persembahkan untuk:

1. Orang tuaku Bapak Arif Sunarko dan Ibu Siti Barkah, Bapak Rusmadi dan Ibu Sukinah yang selalu memberikan dukungan dan doa tiada henti, *barokallohulaka wa baroka'alaihim*.
2. Istri dan anak-anaku, Siti Nur Azizah (*The Queen*), Elmira D Ilza Hayuningtiaz (*The Princess*) dan Muhammad D Ilza Elfatih (*The Prince*) yang selalu sabar dan sebagai penyemangat.
3. *My Lovely Family: Hamam's family, Nur's family, Mahmudah's family, Afidz's family, Jamal's family, lovely brother's n sister* Mukhammad Itsna Bahaudien, *Raras's family*, Mukhammad Zuhdan Nauvali, Mukhammad Fakhru Rizal, Mukhammad Zaini Nadzif.
4. *The honorables* A. Luthfi Hamidi, Supriyanto, Sapuan, M. Yusuf, Astuti Istikaroh, Bejo Wijaya, Turhamun, Heri Kurniawan, Fatni Erlina, Mawi KA, Tri Mulatsih Pudjilesani, Nida Umi Farhah, Tohir Zuhdi, Nur Annisa Setyaningrum, *and OKPP's team, thank's a lot to you and your kindness be accepted by Him*
5. Sahabat seperjuangan A. Nurkholis, Yudha, dan seluruh ES Pascasarjana, sahabat-sahabat PMII, GP Ansor atas segala dukungannya.

IAIN PURWOKERTO

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi adalah tata sistem penulisan kata-kata bahasa asing (Arab) dalam bahasa Indonesia yang digunakan oleh penulis dalam tesis. Pedoman transliterasi didasarkan pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	Ša	s	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	je
ح	Ĥ	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	Dal	d	de
ذ	Žal	z	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye

2. Konsonan Rangkap karena *Syaddh* ditulis rangkap

متعددة	ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	ditulis	<i>'iddah</i>

3. *Ta' Marbutah* di akhir kata

a. Bila dimatikan tulis *h*

حكمة	ditulis	<i>h}ikmah</i>
جزية	ditulis	<i>jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya

b. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah maka ditulis dengan *h*.

كرامة الألياء	ditulis	<i>Kar◌mah al-auliy◌'</i>
---------------	---------	---------------------------

c. Bila *ta' marbūṭah* hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau d'ammah ditulis dengan *t*

زكاة الفطر	ditulis	<i>Zak◌t al-fīl r</i>
------------	---------	-----------------------

4. Vokal Pendek

-----	fathah	Ditulis	a
-----	kasrah	ditulis	i
-----	dammah	ditulis	u

5. Vokal Panjang

Fathah + alif جاهلية	ditulis	<i>a></i> <i>j◌hiliyah</i>
Fathah + ya' mati تنسى	ditulis	<i>a></i> <i>tans◌</i>
Kasrah + ya' mati كرمي	ditulis	<i>ī</i> <i>karīm</i>
Dammah + wāwu mati فروض	ditulis	<i>ū</i> <i>furūd </i>

6. Vokal Rangkap

Fathah + ya' mati بَيْنَكُمْ	ditulis	ai <i>bainakum</i>
Fathah + wawu mati قَوْل	ditulis	au <i>qaul</i>

7. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ	ditulis	<i>a'antum</i>
أَعِدَّتْ	ditulis	<i>U'iddat</i>
لَنْ تَشْكُرَ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

8. Kata Sandang Alif+Lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

الْقُرْآن	ditulis	<i>al-Qur`an</i>
الْقِيَاس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf l (el)-nya

السَّمَاءُ	ditulis	<i>as-Samā`</i>
الشَّمْسُ	ditulis	<i>asy-Syams</i>

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذَوِي النُّرُوسِ	ditulis	<i>Z[awī al-furūd]</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	ditulis	<i>ahl al-Sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan rasa syukur penulis panjatkan pada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis berjudul ANALISIS EFEKTIVITAS PROMOSI DIGITAL TERHADAP PERTUMBUHAN NASABAH PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA PERIODE 2016-2019 ini dengan maksimal. *Salawat* dan salam atas Nabi Besar Muhammad SAW, semoga kita senantiasa mendapatkan *syafaatnya*.

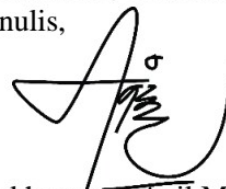
Tesis ini disusun guna memenuhi syarat memperoleh gelar Magister Ekonomi (M.E) pada Pascasarjana IAIN Purwokerto. Penulis berharap dapat memberikan kontribusi positif secara ilmiah dalam pengembangan Ekonomi Islam. Tesis ini dapat diselesaikan berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada penulis menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., Rektor IAIN Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag., Wakil Rektor I Bidang Akademik IAIN Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag., Direktur Pascasarjana IAIN Purwokerto.
4. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag., Ketua Prodi Ekonomi Syariah Pascasarjana IAIN Purwokerto sekaligus dosen pembimbing yang luar biasa bagi penulis.
5. Seluruh Dosen dan Pegawai Pascasarjana atas ilmu dan dukungan teknisnya.
6. Seluruh civitas akademika IAIN Purwokerto.
7. Bapak dan Ibu, serta semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam penyusunan tesis ini.

Semoga mendapatkan ridha dan pahala dari Allah SWT. dan apabila masih terdapat kekurangan dan kesalahan, penulis menerima kritik dan masukannya demi kesempurnaan penelitian dimasa mendatang.

Wallahul muwaffiq ilaa aqwamith tharieq

Purwokerto, 11 Januari 2021
Penulis,



Mukhammad Aqil Muzakki
NIM. 1617611006

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN DIREKTUR	ii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI	x
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Batasan dan Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Metode Penelitian	9
1. Paradigma dan Pendekatan Penelitian	9
2. Sumber Data	10
3. Teknik Pengumpulan Data	10
4. Analisis Data	12
F. Sistematika Penulisan	14

BAB II LANDASAN TEORI

A. Perbankan Syariah	15
1. Kegiatan Bank Syariah	20
2. Jenis Perbankan Syariah	20
B. Promosi Digital	29
1. Promosi	34
2. Internet dan Media Sosial	40
3. Youtube	42
4. Efektivitas Promosi	43
C. Hasil Penelitian yang Relevan	45
D. Kerangka Berfikir	48

BAB III EFEKTIFITAS PROMOSI DIGITAL TERHADAP PERTUMBUHAN NASABAH PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA PERIODE 2016 – 2019

A. Penerapan Promosi Digital oleh Perbankan Syariah	51
1. Profil Singkat Perbankan Syariah di Indonesia	51
2. Daftar Channel Youtube Perbankan Syariah di Indonesia ...	83
3. Data Pengguna Youtube sebagai Media Promosi Digital	88
4. Penerapan Promosi Digital	92
B. Efektivitas Promosi Digital terhadap Pertumbuhan Nasabah Perbankan Syariah di Indonesia periode 2016 – 2019	100
1. Efektivitas Promosi Digital	100
2. Pertumbuhan Nasabah Perbankan Syariah di Indonesia	114

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	121
B. Saran	123

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1	<i>Strategic Planning Decision Areas</i>	31
Tabel 2	Penelitian Sebelumnya	47
Tabel 3	Daftar Link Channel Youtube Perbankan Syariah di Indonesia ..	83
Tabel 4	Data Pengguna Youtube Bank Umum Syariah	88
Tabel 5	Data Pengguna Youtube Unit Usaha Syariah	89
Tabel 6	Data Pengguna Youtube Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	90
Tabel 7	Hasil Observasi	93
Tabel 8	Sebaran Bank Umum Syariah di Indonesia Tahun 2019	101
Tabel 9	Sebaran Unit Usaha Syariah di Indonesia	102
Tabel 10	Jumlah Kantor Layanan Syariah dari Unit Usaha Syariah	104
Tabel 11	Sebaran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia	105
Tabel 12	Laporan Laba Rugi Bank Umum Syariah (Milliar Rupiah)	106
Tabel 13	Laporan Laba Rugi Unit Usaha Syariah (Milliar Rupiah)	107
Tabel 14	Laporan Laba Rugi Bank Pembiayaan Syariah (Juta Rupiah)	108
Tabel 15	Biaya Promosi Bank Umum Syariah (Milliar Rupiah)	109
Tabel 16	Biaya Promosi Unit Usaha Syariah (Milliar Rupiah)	110
Tabel 17	Biaya Promosi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Juta Rupiah)	111
Tabel 18	Jumlah Rekening Bank Umum Syariah	112
Tabel 19	Jumlah Rekening Unit Usaha Syariah	113
Tabel 20	Jumlah Rekening Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	113
Tabel 21	Laporan Laba Rugi Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah (Milliar Rupiah)	114
Tabel 22	Laporan Laba Rugi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Juta Rupiah)	115
Tabel 23	Perkembangan Total Aset dan Jaringan Kantor	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Komponen dalam analisis data (<i>interactive model</i>)	12
Gambar 2	Promosi Digital dalam Bentuk Website	39
Gambar 3	Proses Komunikasi Jerome McCharty	43
Gambar 4	Model Komunikasi Efektif Jerome McCharty	44
Gambar 5	Kerangka Berfikir	49



DAFTAR LAMPIRAN

Panduan Observasi

Laporan Keuangan SPS OJK Periode 2016-2019

Gambar Channel Youtube Perbankan Syariah

Data Dukung Perbankan Syariah

Surat-surat



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia dalam penyesuaian era industri 4.0 tidak lepas dari dunia digital. Industri 4.0 merupakan nama tren otomasi dan pertukaran data terkini dalam pengembangan dunia industri, mulai dari industri mekanik (1.0 ditemukannya mesin uap dalam proses produksi barang, yang menggantikan tenaga manusia dengan tenaga hidrolik/ mekanik) – industri elektrik (2.0 digunakannya *conveyor belt* dengan aliran listrik yang mampu meringankan produksi barang hingga menciptakan tren lini produksi) – industri komputer (3.0 penggunaan mesin otomatis/ robot yang diperintah oleh komputer) – dan sekarang industri digital internet (4.0 internet sebagai *basic of information and instruction* untuk proses produksi).¹ Peran dunia digital dalam perkembangan perbankan ini salah satunya adalah dalam hal promosi. Promosi tersebut dilakukan secara digital melalui jejaring sosial (internet) atau sering kita kenal dengan istilah digital marketing.

Promosi digital atau digital marketing banyak digunakan oleh perbankan Syariah sebagai salah satu cara pengenalan, penyebaran informasi tentang bank dan produk-produknya. Hal tersebut dilakukan oleh perbankan dalam rangka mengurangi beban anggaran promosi (konvensional²) dengan cakupan terbatas kemudian beralih ke promosi digital dengan cakupan yang jauh lebih luas. Tentunya dengan harapan agar lebih mudah dikenal masyarakat serta mampu menghasilkan *feedback* positif dalam penjualan produknya.

Promosi merupakan upaya untuk menginformasikan, menyebarluaskan, menawarkan, membujuk suatu produk atau jasa kepada masyarakat sebagai calon konsumen dengan tujuan akhir masyarakat dapat membelinya. Sedangkan promosi digital adalah pemasaran dengan menggunakan media internet melalui

¹ Wikipedia, https://id.wikipedia.org/wiki/Industri_4.0 (diakses pada 9 Juli 2020).

² Baca: pamvlet, poster, baliho, spanduk dan lainnya

komputer maupun telepon seluler³ (*smartphone*) dalam bentuk website, email, video, *digital banner*, *digital poster*, pdf, maupun yang lainnya dengan tujuan agar konsumen/ calon konsumen tertarik dan membeli produk yang ditawarkan.

Promosi digital digunakan untuk mendapatkan perhatian konsumen dengan konsep pemasaran yang memberikan akses informasi produk dan layanan tanpa melihat batasan tempat ataupun waktu. Dapat diakses kapanpun dan dimanapun selama konsumen/ calon konsumen terhubung dengan internet. Kemudahan akses informasi tersebut tentunya dengan tujuan agar konsumen/ calon konsumen tidak lari ke perusahaan lain, sehingga dapat meningkatkan profit penjualan produk perbankan dan mengikat kepercayaan serta kepuasan konsumen. Dalam hal pelaksanaan promosi, tentunya pihak perbankan harus senantiasa mengedepankan inovasi-inovasi yang disesuaikan dengan zaman (berkembang). Hal tersebut menjadi penting mengingat inovasi terhadap kinerja bisnis secara positif memiliki pengaruh yang signifikan.⁴ Artinya, semakin tinggi tingkat inovasi dari suatu perusahaan (bagian dari perusahaan) maka akan dapat meningkatkan kinerja bisnis dari perusahaan tersebut. Manajemen yang mampu mengatasi hambatan inovasi dan memaksimalkan sumberdaya inovasi serta mampu mencapai target inovasi berupa penciptaan produk/ jasa layanan (dalam hal ini melalui promosi digital) yang lebih baik akan memiliki kinerja yang lebih baik sehingga dapat diterima masyarakat. Pada akhirnya mampu bersaing dengan perusahaan lainnya dalam upaya menarik minat masyarakat untuk membeli produk yang ditawarkan.

Promosi dan pemasaran merupakan hal yang terkait dan tidak dapat dipisahkan. Sehingga banyak anggapan secara umum bahwa promosi dan pemasaran adalah hal yang sama. Pemasaran merupakan proses penyusunan komunikasi terpadu yang memiliki tujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat (calon konsumen) berupa keunggulan sebuah produk atau jasa.

³ Andi Sukandi et.al., "Implementasi Digital Marketing untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah dan Berdampak pada Citra Lembaga Perbankan", Online Jurnal of *Sosiohumaniora – Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora*, Vol. 21, No 3 (2019), 357 (diakses 17 April 2020).

⁴ Laurensius Manurung, *Strategi dan Inovasi Model Bisnis Meningkatkan Kinerja Usaha* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010), 122.

Kegiatan pemasaran tersebut meliputi perencanaan produk, penetapan harga, mempromosikan atau memperkenalkan produk, serta melakukan distribusi barang. Sedangkan, promosi merupakan kegiatan menawarkan produk atau jasa yang bertujuan untuk menarik calon konsumen agar mencoba, membeli, hingga menjadi pelanggan.⁵ Secara garis besar, promosi berfokus pada penjualan produk dengan tujuan meningkatkan angka penjualan produk. Secara sederhana, promosi merupakan bagian dari pemasaran.

Idealnya, semakin baik promosi yang dilakukan maka akan menambah pemasukan perbankan, termasuk Perbankan Syariah. Ketika pemasukan itu mampu meningkatkan omset, maka tentunya akan mendukung perkembangan Perbankan Syariah. Salah satunya dari sisi para investor atau perusahaan-perusahaan raksasa yang kemudian berminat untuk menambah dunia bisnisnya, yakni membuka Bank Syariah. Di sisi lainnya, tanpa mengesampingkan Bank dengan basis “agama” atau pengelolaan yang syar’i serta produk dari Perbankan Syariah, jika memang bisnis Perbankan Syariah adalah dunia bisnis yang “menggiurkan” tentunya akan mampu menambah ketertarikan pengembangan perbankan konvensional yang merambah ke bisnis tersebut. Atau bahkan personal ataupun kelembagaan lain yang tertarik dengan dunia bisnis Perbankan Syariah. Namun, gambaran ideal penulis ini ternyata berbeda dengan fakta lapangan. Salah satunya dari sisi penambahan jumlah Bank Syariah, Unit Usaha Syariah, maupun Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Berdasarkan data Statistik Perbankan Syariah⁶ yang dipublikasikan oleh Otoritas Jasa Keuangan pada Maret 2020, perkembangan jumlah Bank Umum Syariah pada tahun 2016 sebanyak 13 Bank, 2017 sebanyak 13 Bank, 2018 sebanyak 14 Bank (bertambah 1 Bank), dan 2019 sebanyak 14 Bank hingga Januari 2020. Sedangkan jumlah Bank Umum Konvensional yang memiliki Unit Usaha Syariah mengalami penurunan pada 2 tahun terakhir (2016: 21, 2017:

⁵ Printera, “Perbedaan Pemasaran dan Promosi yang Harus Anda Ketahui Sebagai Pengusaha“, <https://blog.printera.com/perbedaan-pemasaran-dan-promosi/#:~:text=Pemasaran%20atau%20marketing%20dapat%20diartikan,mencoba%20dan%20membeli%20sebuah%20produk>. (Diakses pada 9 Juli 2020).

⁶ Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik Perbankan Syariah* (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2020), 4.

21, 2018: 20, 2019:20, Januari 2020: 20). Hal tersebut hampir sejalan dengan jumlah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang naik turun (2016: 166, 2017: 167, 2018: 167, 2019: 164, Januari 2020: 20).

Jumlah tersebut di atas diikuti jumlah kantor (meliputi Kantor Cabang, kantor Cabang Pembantu, dan Kantor Kas) sebagai berikut⁷:

1. Bank Umum Syariah tahun 2016: 1869, 2017: 1825 (berkurang 44 kantor), 2018: 1875 (bertambah 50 kantor), 2019: 1919 (bertambah 44 kantor), dan Januari 2020: 1922 (bertambah 3 kantor).
2. Unit Usaha Syariah tahun 2016: 332, 2017: 344 (bertambah 12 kantor), 2018: 354 (bertambah 10 kantor), 2019: 381 (bertambah 27 kantor), Januari 2020: 386 (bertambah 5 kantor).
3. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah tahun 2016: 453, 2017: 441 (berkurang 12 kantor), 2018: 495 (bertambah 54 kantor), 2019: 617 (bertambah 122 kantor), Januari 2020: 618 (bertambah 1 kantor).

Bertambah atau berkurangnya jumlah bank ataupun kantor tersebut tidak lepas dari biaya promosi yang digunakan dalam beban operasionalnya. Biaya promosi yang digunakan Bank Umum Syariah cenderung naik (dalam miliar rupiah: 2016: 247, 2017: 309, 2018: 326, 2019: 406, Januari 2020: 15)⁸ begitupula dengan biaya promosi Unit Usaha Syariah (dalam miliar rupiah: 2016: 70, 2017: 89, 2018: 92, 2019: 93, Januari 2020: 4).⁹ Sedangkan biaya promosi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah naik turun (dalam juta rupiah: 2016: 16.816, 2017: 18.277, 2018: 19.212, 2019: 16.884, Januari 2020: 1.405).¹⁰

Setelah mengetahui perkembangan Perbankan Syariah dilihat dari jumlah bank dan jumlah kantornya, maka tentunya perlu melihat bagaimana promosinya? Setelah diketahui besaran biaya promosi yang naik turun dari 2016 hingga Januari 2020, penulis menduga adanya hubungan signifikan antara data tersebut. Lalu bagaimana dengan penambahan rekening disetiap tahunnya? Penulis mengambil sampel jumlah rekening pembiayaan pada bank tersebut.

⁷ Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik...*, 4.

⁸ Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik...*, 19.

⁹ Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik...*, 20.

¹⁰ Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik...*, 84.

Alasannya, bahwa promosi digunakan untuk menaikkan angka penjualan. Penjualan pada dunia perbankan khususnya Perbankan Syariah salah satunya adalah pembiayaan. Dan untuk dapat melakukan pembiayaan, maka bank harus memiliki nasabah atau konsumen pengguna jasa dan produk bank. Selanjutnya, nasabah jika akan melakukan transaksi pembiayaan tentunya harus memiliki rekening.

Berdasarkan Statistik Perbankan Syariah yang dikeluarkan Otoritas Jasa Keuangan sebagaimana disebutkan sebelumnya, untuk jumlah rekening Pembiayaan, Piutang dan Salam pada Bank Umum Syariah tahun 2016: 4.037.949, 2017: 4.382.584, 2018: 4.160.742, 2019: 4.721.074, Januari 2020: 4.738.633.¹¹ Berbeda dengan BUS, pada Unit Usaha Syariah berdasarkan sumber yang sama diketahui jumlah rekening pada tahun 2016: 477.981, 2017: 1.018.382, 2018: 1.183.094, 2019: 1.083.238, Januari 2020: 1.076.789.¹² Jumlah rekening pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah tahun 2016: 250.425, 2017: 293.482, 2018: 327.606, 2019: 357.960, Januari 2020: 365.955.¹³

Berdasarkan uraian di atas, penulis menduga bahwa perkembangan jumlah Perbankan Syariah berhubungan dengan penggunaan media pada promosi, mengingat Indonesia memasuki era industri 4.0 yang tidak lepas dari penggunaan internet. Dalam hal ini tentunya penggunaan media sosial sebagai salah satu media yang digunakan oleh Perbankan Syariah dalam melakukan promosi dalam rangka mencari atau menambah angka nasabah ataupun pemasukan serta upaya pengembangan aset bagi perbankan itu sendiri. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti Analisis Efektivitas Promosi Digital Terhadap Pertumbuhan Nasabah Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2016 – 2019.

¹¹ Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik...*, 58.

¹² Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik...*, 59.

¹³ Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik...*, 96.

B. Batasan dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis membatasi aspek penelitian ini yakni berfokus pada promosi digital yang dilakukan oleh Perbankan Syariah pada periode tahun 2016 hingga 2019. Sedangkan promosi digital melalui internet sangat banyak variannya, salah satunya adalah youtube.

Berdasarkan hasil survey APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) yang dilaksanakan pada tahun 2019¹⁴ menyebutkan bahwa ada kenaikan pengguna internet disetiap tahunnya. Penggunaan internet tersebut diantaranya adalah media sosial dengan urutan 5 besarnya yaitu: Facebook 50,7%; Instagram 17,8%; Youtube 15,1%; Twitter 1,7%; LinkedIn 0,4%.

Penggunaan internet di Indonesia dalam hal ini adalah media sosial dengan prosentase tertinggi adalah Facebook. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa pengguna Facebook lebih banyak hingga mencapai separuh lebih dari pengguna internet di Indonesia. Idealnya, dalam hal promosi digital, mengingat jumlah pengguna internet melalui media sosial terbanyak adalah Facebook maka akan lebih tepat jika analisis yang digunakan oleh penulis adalah menggunakan Facebook. Belum lagi dengan kelengkapan fitur pada Facebook yang meliputi visualisasi baik diam ataupun bergerak, chatting, video call, dan hal lainnya.

Prosentase pengguna internet yang kedua adalah Instagram dengan 17,8% nya. Tidak jauh berbeda dengan Facebook, Instagram yang telah di akuisisi oleh Facebook juga menyajikan kelengkapan fitur yang hampir sama dengan Facebook. Sehingga, jika terdapat kendala dalam menganalisis promosi digital menggunakan Facebook (sebagai opsi pertama), setidaknya pilihan ideal berikutnya adalah Instagram.

Tetapi dalam hal ini, penulis memilih media Youtube (peringkat ketiga dengan prosentase lebih dari 15% setelah Facebook dan Instagram) dikarenakan Youtube merupakan media promosi digital dengan fokus visualisasi gambar yang bergerak (video) dan dapat diakses oleh siapapun dengan menggunakan

¹⁴ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, "Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia", Laporan Survei 2019 <https://apjii.or.id/survei>, 50 (diakses pada 17 April 2020).

mesin pencarian di internet, sehingga lebih mudah dipahami. Selain itu, promosi produk perbankan melalui Facebook dan Instagram lebih bersifat individu (akun pekerja/ mantan pekerja Perbankan Syariah) sehingga dengan keterbatasan penulis, penulis tidak bisa mengidentifikasi akun resmi perbankan dimaksud. Berbeda dengan akun Youtube yang lebih mudah diidentifikasi dengan nama channel perbankan Syariah dimaksud.

Pemilahan media sosial tersebut dilakukan untuk menggali lebih dalam hubungan perkembangan jumlah Perbankan Syariah dengan promosi yang menggunakan kemajuan teknologi digital dengan berbasis pada industri 4.0 melalui internet.

Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana penerapan promosi digital yang dilakukan dengan media Youtube oleh Perbankan Syariah di Indonesia periode 2016-2019?
2. Bagaimana efektivitas promosi digital terhadap pertumbuhan nasabah Perbankan Syariah di Indonesia periode 2016-2019?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengungkapkan penerapan promosi digital yang dilakukan dengan media Youtube oleh Perbankan Syariah di Indonesia periode 2016-2019.
2. Menganalisis efektivitas promosi digital terhadap pertumbuhan nasabah Perbankan Syariah di Indonesia periode 2016-2019.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, harapan dari hasil penelitian ini untuk pengembangan ilmu pengetahuan tentang promosi digital dengan menggunakan media Youtube. Selain itu, diharapkan mampu menambahkan khazanah ilmiah terhadap kajian tentang efektivitas promosi digital terhadap pertumbuhan nasabah Perbankan Syariah di Indonesia.

Khazanah ilmiah dari penelitian ini mampu menambah dan menyempurnakan teori ataupun penelitian sebelumnya.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, diharapkan dapat memberikan sumbangsih kepada pihak Perbankan Syariah, nasabah, regulator, investor, maupun pembaca pada umumnya dalam upaya mengembangkan serta mengaplikasikan promosi digital di era industri 4.0, khususnya penggunaan media youtube.

Secara khusus, manfaat bagi penulis adalah sebagai tugas akhir akademik untuk meraih gelar Magister pada Program Studi Ekonomi Syariah Pascasarjana IAIN Purwokerto, selain itu penelitian ini dapat menambah pemahaman penulis tentang efektivitas promosi digital terhadap pertumbuhan nasabah Perbankan Syariah di Indonesia.

Bagi Perbankan Syariah, penelitian ini dapat memberikan informasi sekaligus referensi tentang penggunaan media sosial sebagai sarana promosi digital di era 4.0 dalam upaya penyesuaian zaman dan pengembangan Perbankan Syariah, mengingat terjadinya penambahan pengguna internet disetiap tahunnya dan peningkatan penggunaan akses digital yang semakin mudah diakses oleh kebanyakan orang. Artinya pergeseran model pemasaran dan promosi digital menjadi hal yang niscaya, sehingga kedepannya mampu mengambil keputusan-keputusan strategis dalam pengembangan perbankan tersebut.

Bagi Akademisi, pemerhati dan pelaku ekonomi diharapkan mampu menambah informasi sekaligus referensi secara komprehensif tentang promosi digital dengan menggunakan media sosial (Youtube) untuk pengembangan bisnis.

Bagi peneliti lain, mengingat masih sedikitnya penelitian tentang penggunaan media sosial sebagai sarana promosi digital maka diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan kajian untuk penelitian lainnya sehingga dapat saling melengkapi.

E. Metode Penelitian

1. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Paradigma adalah pandangan fundamental tentang apa yang menjadi pokok persoalan disiplin tertentu.¹⁵ Paradigma merupakan cara pandang peneliti terhadap suatu masalah yang dikaji. Sedangkan paradigma penelitian merupakan cara pandang atau pola pikir peneliti terhadap keseluruhan proses, format dan hasil dari sebuah penelitian.¹⁶ Paradigma penelitian ini berangkat dari masalah yang diteliti. Masalah tersebut adalah penggunaan youtube sebagai media promosi digital Perbankan Syariah yang dapat diakses oleh siapapun dan dimanapun selama terhubung dengan jaringan internet.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme¹⁷. Paradigma konstruktivisme menganggap bahwa pada penelitian ini tidak ada realitas atau kebenaran tunggal berdasarkan pendekatan kualitatif historis – fenomenologis. Dalam penelitian ini, objek penelitian masih bersifat sementara, tentatif, dinamis dan meniscayakan dapat berkembang. Yang dimaksud dengan pendekatan historis dalam penelitian ini adalah berupa data yang diperoleh dalam rentang waktu 2016-2019, sedangkan pendekatan fenomenologis dilakukan untuk mengetahui pertumbuhan nasabah Perbankan Syariah melalui promosi digital dalam hal ini media Youtube.

Jenis penelitian ini adalah penelitian pustaka studi kasus. Penulis menganalisa terhadap data internet terkait dengan promosi digital dan pertumbuhan nasabah perbankan syariah. Selanjutnya peneliti memfokuskan perhatian pada suatu kasus secara mendalam, sedangkan

¹⁵ Muhyar Fanani, *Metode Studi Islam: Aplikasi Sosiologi Pengetahuan sebagai Cara Pandang* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, Cet.II, 2010), 71.

¹⁶ Muslim, "Varian-varian Paradigma, Pendekatan, Metode, dan Jenis Penelitian dalam Ilmu Komunikasi", *Online Jurnal of Wahana*, vol.1 no. 10 (2015), 77-78 (diakses 18 Agustus 2019).

¹⁷ Tim Penyusun Pascasarjana, *Panduan Penulisan Tesis* (Purwokerto: Pascasarjana IAIN Purwokerto, 2019), 9.

subjek yang diteliti terdiri dari satu program¹⁸ yakni promosi digital yang dipandang sebagai kasus dalam perkembangan perbankan syariah periode 2016 – 2019.

Subjek penelitian merupakan sesuatu yang kedudukannya sangat sentral¹⁹, dimana pada subjek inilah data tentang variabel yang akan diteliti dan diamati yaitu jumlah Perbankan Syariah di Indonesia. Sedangkan objek penelitiannya adalah promosi digital dengan media Youtube terhadap pertumbuhan nasabah Perbankan Syariah di Indonesia periode 2016-2019.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber data oleh peneliti dengan tujuan tertentu.²⁰ Sumber primer yang digunakan oleh peneliti adalah media sosial berupa Youtube dengan jangka waktu tiga bulan pada periode pertumbuhan nasabah perbankan syariah dari tahun 2016 hingga 2019. Sedangkan sumber sekunder yang digunakan oleh peneliti adalah Statistik Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan, data-data yang diambil dari buku, artikel dan jurnal terkait objek penelitian, dokumentasi dan sumber lainnya yang mendukung kelengkapan penelitian.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan cara mengambil atau mendokumentasikan informasi yang berkaitan dengan penelitian. Adapun Teknik dan prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Observasi

Observasi²¹ dalam penelitian ini adalah pengumpulan data secara sistematis melalui pengamatan dan pencatatan terhadap fenomena yang diteliti melalui penjelajahan virtual yang berasal dari

¹⁸ Winarno Surakhmad, *Pengantar Ilmiah Dasar, Metode dan Teknik* (Bandung: Tarsito, 1994), 143.

¹⁹ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Asdi Mahasatya, 2000), 119.

²⁰ Winarno Surakhmad, *Pengantar Ilmiah Dasar, Metode dan Teknik*, 134.

²¹ Hariwijaya dan Trinton, *Teknik Penulisan Skripsi & Tesis* (Yogyakarta: Oryza, 2007),

data-data promosi digital dalam hal ini Youtube perbankan syariah. Channel youtube ini terdiri dari channel Bank Umum Syariah sebanyak 12 channel, channel Unit Usaha Syariah sebanyak 13 channel dan 31 channel Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Nama channel youtube tersebut seperti nama banknya, misal channel milik PT Bank Muamalat Indonesia bernama Bank Muamalat, channel milik PT Bank Tabungan Negara Syariah bernama BTN Syariah, dan channel milik PT BPRS Anamah Rabbaniah bernama BPRS Amanah Rabbaniah. Setelah didapatkan channel Perbankan Syariah tersebut, peneliti membuat data berupa daftar channel (untuk mengetahui nama channel dan bank), jumlah *subscriber* pada setiap channel, jumlah video pada setiap channel (video promosi dan total video), dan *viewer* dari masing-masing channel tersebut (*viewer* terbanyak dari video promosi dan video lainnya). Hasil observasi ini peneliti gunakan untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian ini.

Dalam pelaksanaan observasi peneliti menggunakan instrumen penelitian sebagai alat bantu peneliti dalam kegiatan mengumpulkan data agar lebih sistematis dan tertata. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pedoman observasi dan *check list*. Pedoman observasi digunakan sebagai acuan dalam melakukan observasi terhadap promosi digital melalui media Youtube. Sedangkan *check list* digunakan untuk mengetahui dokumen/ data yang akan atau telah digunakan sehingga lebih terkontrol.

b. Dokumentasi

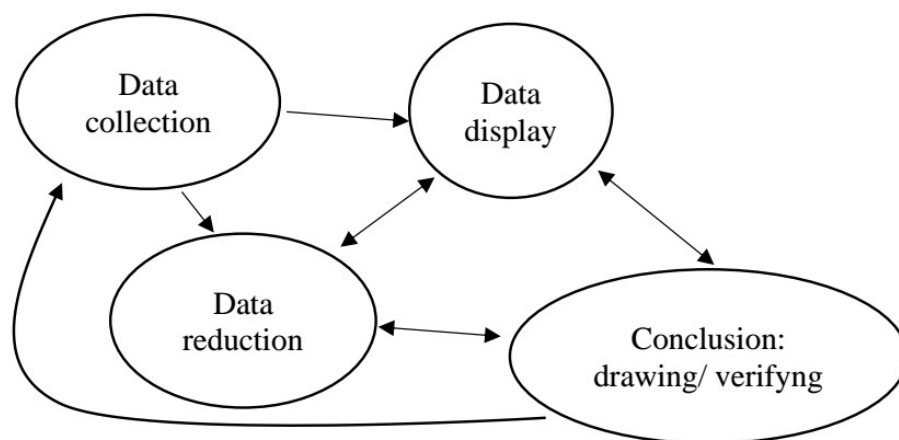
Merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya.²² Adapun salah satu dokumen yang berkaitan dengan promosi penelitian ini adalah Statistik Perbankan Syariah yang dikeluarkan Otoritas Jasa Keuangan pada Maret 2020. Selain itu penulis juga mendokumentasikan bukti *capturescreen* data

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis...*, 422.

pengamatan pada masing-masing channel youtube yang dimiliki oleh Perbankan Syariah di Indonesia. Dokumentasi tersebut penulis gunakan sebagai bahan analisis dan bukti dukung terhadap channel youtube yang digunakan Perbankan Syariah di Indonesia.

4. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini²³ menggunakan analisis interaktif model yang dikembangkan Miles dan Huberman. Analisis dimulai setelah data terkumpul kemudian mereduksi data, penyajian data, verifikasi hingga penyimpulan.



Gambar 1. Komponen dalam analisis data (*interactive model*)

Berdasarkan gambar komponen dalam analisis data di atas, hal pertama yang dilakukan penulis adalah mengumpulkan data. Dalam hal ini, penulis mengumpulkan data-data terkait dengan penelitian, mulai dari data utama/ pokok hingga data pendukung. Namun, untuk data pendukung dapat dilakukan sembari melaksanakan penelitian. Setelah semua data terkumpul (*data collection*) maka langkah selanjutnya adalah mereduksi data (*data reduction*). Data-data yang telah dikumpulkan kemudian dipilah dan dikelompokkan sesuai kebutuhan. Hal tersebut dilakukan dalam rangka mempermudah pemilahan masalah dan data dukung. Selain itu juga

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis...*, 430-454.

disesuaikan dengan kebutuhan disini maksudnya untuk membedakan data utama dan data pendukung. Setelah dipilah atau direduksi, Langkah selanjutnya yakni menampilkan data (*data display*). Meskipun untuk menampilkan data dapat dilakukan setelah peneliti mendapatkan data, penyajian data untuk data yang telah dipilah akan lebih mempermudah dalam rangka koreksi dan kroscek yang disesuaikan dengan kebutuhan. Di sinilah penulis melakukan penelitian terhadap data-data yang telah didapatkan. Kemudian menggambarkan/ memverifikasi data (*conclusion: drawing/ verifyng*) untuk ditarik kesimpulan dari penelitian tersebut. Dalam proses verifikasi data, penulis mencocokkan atau kroscek antara data primer dengan sekunder. Mencari dan mendalami hubungan data tersebut untuk mengetahui kualitas data. Setelah proses verifikasi, kemudian menggambarkan data tersebut/ menarasikan data dalam penulisan hasil pengamatan/ observasi yang telah dilakukan pada penelitian ini. Sebagaimana disesuaikan dengan format penulisan yang berlaku.

Tahapan-tahapan analisis data yang peneliti lakukan adalah tahap deskripsi (menterjemahkan data-data), tahap seleksi, tahap terfokus (mengamati lebih dalam serta mengkaji lebih dalam tentang data-data yang didapatkan), tahap pemaparan data hasil pengamatan atau observasi, dan terakhir penyimpulan.

Setelah itu, penulis menggunakan pendekatan *time series analysis* untuk mengetahui perkembangan perbankan syariah dari periode 2016 – 2019 dari jumlah perbankan syariah, jumlah nasabah pembiayaan, jumlah keuntungan bersih. Hal tersebut dilakukan untuk mengamati perkembangan Perbankan Syariah dari tahun yang berbeda dan berurutan sesuai kebutuhan data. Sehingga dapat diketahui perbedaan dari tahun ke tahun itu secara jelas.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tesis²⁴ ini terdiri dari tiga bagian dan mencakup empat bab. Sebagai gambaran sistematis pembahasan guna memudahkan dalam penyusunan. Setiap bab menguraikan gambaran terhadap bab tersebut dan disesuaikan dengan hal-hal yang terkait teori, ulasan, ataupun pembahasan terkait penelitian. Adapun gambaran penulisan tesis ini sebagai berikut:

Bagian Pertama, berisi halaman sampul, pengesahan direktur, pengesahan tim penguji, nota dinas pembimbing, pernyataan keaslian, abstrak (Bahasa Indonesia dan Asing), pedoman transliterasi, motto dan persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan daftar lampiran pokok yang disertakan.

Bagian Kedua, merupakan bagian isi tesis yang terdiri dari empat bab yaitu:

Bab I : berisi pendahuluan yang mencakup latar belakang masalah, batasan dan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II : merupakan landasan teori yang mencakup deskripsi konseptual, deskripsi promosi digital, hasil penelitian yang relevan, dan kerangka berpikir.

Bab III : berisi hasil penelitian dan pembahasan analisis efektivitas promosi digital terhadap perkembangan perbankan syariah di Indonesia periode 2016-2019

Bab IV : merupakan bab terakhir yang berisi simpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

Bagian Ketiga, adalah bagian akhir dari tesis ini yang berisi lampiran-lampiran, SK Pembimbing Tesis, dan riwayat hidup.

²⁴ Tim Penyusun Pascasarjana, *Panduan Penulisan Tesis...*, 36.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perbankan Syariah

Seiring dengan penggunaan istilah ekonomi Islam atau ekonomi syariah, lahirlah istilah bank Islam atau bank syariah. Terdapat dua istilah yang digunakan oleh perorangan maupun lembaga untuk penamaan bank Islam tersebut, yakni Bank Islam (*Islamic Banking*) dan Bank Syariah (*Sharia Banking*). Penamaan Islam pada kata bank mempunyai maksud dan tujuan tertentu. Paling tidak, Islam menjadi sebuah dasar filosofis dan praktis terhadap segala operasional bank. Perbedaan dengan bank konvensional adalah ketiadaan bunga sebagai konsekuensi transaksi dalam bank Islam. Artinya, sebagai sebuah lembaga perekonomian yang berlandaskan al-Quran dan Hadits sangat menjauhi segala perkara yang dilarang oleh agama. Pada kondisi ini, bank Islam selalu terjaga dari praktik-praktik kapitalisme dan merugikan masyarakat. Tujuannya adalah terciptanya kesejahteraan masyarakat atas kehadiran lembaga perekonomian berwujud bank Islam ini.

Secara akademik meskipun berhubungan, istilah Islam dan Syariah memiliki pengertian yang berbeda. Akan tetapi secara teknis penyebutan Bank Islam maupun Bank Syariah mempunyai pengertian yang sama.²⁵ Perbankan Syariah merupakan lembaga perbankan yang pengoperasiannya tidak menggunakan sistem bunga tetapi menggunakan sistem bagi hasil dengan tata cara operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits.²⁶

Antonio dan Perwataatmadja memberikan dua pengertian mengenai pengertian Bank Islam.²⁷ Pertama, bahwa bank Islam adalah bank yang beroperasi dengan prinsip syariah Islam. Kedua, bank yang tata caranya mengikuti ketentuan-ketentuan yang ada dalam al-Quran dan Hadits. Penegasan

²⁵ Nurul Hak, *Ekonomi Islam, Hukum Bisnis Syari'ah* (Yogyakarta: Teras, 2011), 9.

²⁶ Wilardjo, S. B., "Pengertian, Peranan dan Perkembangan Bank Syari'ah Di Indonesia", *Online Journal of Value Added*, vol.2 no. 1 (September 2004), 3 (diakses pada 17 Juli 2020).

²⁷ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: (UPP) AMPYKPN, 2005), 13.

pada pengertian yang pertama mengenai bank islam yang beroperasi dengan prinsip syariah Islam dimaksudkan bahwa bank tersebut menjalankan berdasarkan tata cara bermuamalat secara Islam. Tata cara muamalat yang dimaksud adalah menjauhi sesuatu hal yang mengandung unsur riba dan diganti dengan wujud invesatsi yang berbasis pada bagi hasil dan pembiayaan perdagangan.

Pada sisi legalitas hukum, Bank Syariah mempunyai dasar hukum di Indonesia dengan diberlakukannya Undang-Undang No. 10 tahun 1998 tentang perbankan dan Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang Perbank Syariah. Pemberlakuan kedua undang-undang tersebut mempunyai pemberlakuan dua bank sekaligus yakni bank konvensional dan bank syariah sehingga keduanya bisa berdiri berdampingan secara bersamaan.

Kekuatan bank syariah tidak menggunakan sistem bunga tetapi menggunakan sistem bagi hasil menjadi kekuatan yang memberikan tantangan baru bagi dunia perbankan. Penerapan ini tentunya harus diimbangi dengan berbagai perangkat yang mapan dan sosialisasi yang massif terhadap masyarakat sehingga segala produk yang dihasilkan dapat berlaku secara ideal menurut prinsip syariat Islam dan diterima masyarakat dengan baik. Keuntungan yang didapatkan nasabah menggunakan sistem bagi hasil adalah diperolehnya hasil oleh nasabah secara berubah-ubah tergantung keuntungan dari bank. Meskipun presentase bagi hasil sudah ditetapkan oleh pihak bank, namun masih ada tawar menawar antara nasabah dengan pihak bank dalam menentukan besarnya dan dalam batas kewajaran. Hal ini terjadi karena bank syariah mempunyai dua jenis perhitungan yakni perhitungan berdasarkan *profit sharing* dan *revenue sharing*. Perhitungan pertama seperti yang sudah disebutkan di atas bahwa pendapatan nasabah tergantung dari besarnya keuntungan bank. Sedangkan perhitungan yang kedua didasarkan pada pendapatan kotor bank.

Peranan bank syariah secara umum yakni dapat memberikan sumbangan terhadap kebutuhan pembiayaan masyarakat sehingga terjadi pertumbuhan ekonomi yang meningkat. Dengan konsep seperti ini, peranan bank syariah

kaitannya hubungan dengan nasabah tidak lagi menjadi hubungan kreditur dan debitur tetapi menjadi hubungan kemitraan yang saling menopang satu dengan lainnya.

Secara khusus, Muhammad mencatat beberapa peranan bank syariah secara nyata dapat terwujud dalam beberapa aspek berikut:²⁸

- ☑ Menjadi perekat nasionalisme baru. Maksudnya dari pernyataan ini bahwa bank syariah menjadi fasilitator terhadap masyarakat untuk membentuk jaringan ekonomi kerakyatan. Ketika kekuatan ini terbangun, dengan sendirinya kekuatan ekonomi masyarakat juga terbangun.
- ☑ Memberdayakan ekonomi umat dan bersifat transparan. Yang dimaksud bahwa perekonomian masyarakat akan menjadi berdaya tatakala segala mekanisme dan aturan main penyelenggaraan bank syariah dilakukan dengan transparan.
- ☑ Memberikan return yang lebih baik. Ketika bank syariah tidak mampu memberikan janji pasti atas return terhadap nasabah, harus ada upaya memberikan return yang lebih baik.
- ☑ Mendorong penurunan spekulasi di pasar keuangan. Bank syariah paling tidak mempunyai peranan untuk selalu mendorong terjadinya transaksi yang produktif sehingga mampu menekan spekulasi pasar yang terjadi.
- ☑ Mendorong pemerataan pendapatan. Pemerataan pendapatan yang dimaksud adalah bahwa bank syariah tidak hanya mengumpulkan dana dari pihak ketiga, tetapi harus menyalurkan dengan baik berupa zakat, infaq dan shadaqah. Jika ini dilakukan dengan baik akan memberikan dampak pemerataan ekonomi terhadap masyarakat.
- ☑ Peningkatan efisiensi mobilisasi dana. Bank syariah ketika mengumpulkan uang nasabah juga harus mempunyai kebebasan pengelolaan atau sering disebut dengan istilah *mudharabah al-muqayyadah*. Hasil dari ini, bank syariah mendapatkan bagi hasil bukan spread bunga seperti pada bank konvensional.

²⁸ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, 16-17.

- ☑ Menjadi contoh yang baik terhadap pelaksanaan moral dalam penyelenggaraan usaha bank.
- ☑ Salah satu sebab terjadinya krisis karena adanya KKN (Korupsi Kolusi dan Nepotisme).

Dalam berbagai literatur mengenai sejarah kemunculan bank syariah banyak yang mencatat awal mulanya pada tahun 1940-an. Pada awal ini, penerapan sistem *profit-loss sharing* berangkat dari negara Pakistan dan Malaysia. Meskipun tidak langsung menjadi lembaga perbankan, tetapi pengelolaan dana haji nonkonvensional pada masa ini menjadi titik tolak berdirinya perbankan syariah. Selain rintisan di atas, muncul juga di Mesir muncul lembaga *Islamic Rural Bank* di desa Mit Ghamr Bank yang dibina oleh Prof. Dr. Ahmad Najjar yang berada di pedesaan dan berskala kecil. Meskipun demikian, terbukti lembaga ini mampu menjadi pemicu kemunculan sistem perkembangan finansial dan ekonomi Islam.

Gagasan kemunculan bank syariah di dunia International berawal dari konferensi negara-negara Islam sedunia. Konferensi ini berlangsung di Kuala Lumpur pada tanggal 21-27 April 1969 diikuti oleh 19 negara peserta. Hasil dari konferensi tersebut :²⁹

- ☑ Setiap keuntungan harus tunduk pada untung dan rugi. Jika tidak maka termasuk riba meskipun sedikit hukumnya tetap haram.
- ☑ Diusulkan segera dibentuk bank syariah yang bersih dari sistem riba dalam waktu yang secepat mungkin.
- ☑ Sembari menunggu berdirinya bank syariah, masih diperbolehkannya beraktifitasnya bank-bank yang menerapkan sistem bunga tetapi benar-benar dalam keadaan darurat.

Awal kemunculan bank syariah mendapatkan tantangan berupa keraguan dari berbagai pihak dengan mengatakan a) bahwa banyak orang yang beranggapan bahwa sistem bank tanpa bunga tidak mungkin dilakukan, b)

²⁹ M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah; Teori dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 321.

muncul pertanyaan tentang bagaimana bank akan membiayai operasionalnya jika menggunakan sistem perbankan syariah.

Beralih ke era sekarang, jumlah Perbankan Syariah berkembang dan tersebar di hampir seluruh penjuru dunia, termasuk Indonesia. Berdasarkan data Statistik Perbankan Syariah³⁰ yang dipublikasikan oleh Otoritas Jasa Keuangan pada Maret 2020, pada tahun 2019 terdapat Bank Umum Syariah sebanyak 14 Bank hingga Januari 2020. Sedangkan jumlah Bank Umum Konvensional yang memiliki Unit Usaha Syariah ditahun 2019 sebanyak 20 unit hingga Januari 2020. Selain itu, jumlah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di tahun 2019 sebanyak 164 Bank, dan bertahan hingga Januari 2020.

Negara mendefinisikan Perbankan Syariah secara legal melalui undang-undang yakni “segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya”.³¹

Menurut M. Syafi’i Antonio³², Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah yakni mengacu atau didasarkan pada ketentuan Al-Qur’an dan Hadits. M. Syafi’i menjelaskan bahwa prinsip-prinsip syariah tersebut diturunkan dalam ketentuan yang berkenaan dengan bank syariah dalam tata cara bermu’amalat yakni pengaplikasian ketentuan perbankan yang jauh dari praktek-praktek perbankan yang mengandung unsur riba, dan bunga pinjaman. Bunga pinjaman merupakan kategori riba dalam mekanisme perbankan konvensional. Menurutnya, bunga bank tidak diperkenan dalam perbankan syariah karena dikhawatirkan mengandung *mudharat* yang dapat merugikan dari sisi *ukhrawi*.

Menurut Nurul Hak, Bank Syariah merupakan lembaga keuangan atau perbankan yang tidak menggunakan sistem bunga dan dalam menjalankan usahanya tersebut mengacu pada prinsip-prinsip dasar syariah atau berdasarkan

³⁰ Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik...*, 4.

³¹ Lihat Undang – Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah Pasal 1 Ayat 1. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 94 diundangkan di Jakarta pada tanggal 16 Juli 2008.

³² M. Syafi’i Antonio dan Karnaen Perwira Atmadja, *Apa dan Bagaimana Bank Islam* (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1997), 1-2.

pada Al-Qur'an dan As-Sunah³³/ Hadits. Hal tersebut dapat kita ketahui dari kegiatan bank syariah dan jenis perbankan syariah di Indonesia sebagai berikut:

1. Kegiatan Bank Syariah

Bank sebagai salah satu lembaga keuangan melakukan kegiatan-kegiatan perbankan sebagai berikut:³⁴

- a. Menghimpun dana dari masyarakat (*funding*) dalam bentuk simpanan dan investasi
- b. Menyalurkan dana dalam bentuk pembiayaan bagi hasil
- c. Memberikan jasa layanan bank, dan
- d. Melakukan kegiatan lain yang lazim dilakukan dibidang perbankan dan di bidang sosial sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

2. Jenis Perbankan Syariah

a. Bank Umum Syariah

Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah, sedangkan Bank Umum Syariah atau BUS merupakan Bank Syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.³⁵ Sedangkan Prinsip Syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh Lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah. Fatwa dalam hal ini dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia yaitu lembaga independen yang mewadahi para ulama, zu'ama, dan cendikiawan Islam untuk membimbing, membina, dan mengayomi umat Islam di Indonesia.

Bank Umum Syariah³⁶ di Indonesia hingga Desember 2019 berjumlah 14 Bank yaitu:

- 1) PT Bank Aceh Syariah (BAS)
- 2) PT BPD Nusa Tenggara Barat Syariah (BNTB Syariah)

³³ Nurul Hak, *Ekonomi Islam...*, 10.

³⁴ Lihat UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah Bab IV Pasal 19.

³⁵ Lihat UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah Pasal 1 Ayat 8.

³⁶ Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik...*, 5.

- 3) PT Bank Muamalat Indonesia (BMI)
- 4) PT Bank Victoria Syariah (BVS)
- 5) PT Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS)
- 6) PT Bank Jabar Banten Syariah (BJB Syariah)
- 7) PT Bank Nasional Indonesia Syariah (BNI Syariah)
- 8) PT Bank Syariah Mandiri (BSM)
- 9) PT Bank Mega Syariah (BMS)
- 10) PT Bank Panin Dubai Syariah (Bank Panin Syariah)
- 11) PT Bank Syariah Bukopin (Bank Bukopin Syariah)
- 12) PT Bank Central Asia Syariah (BCA Syariah)
- 13) PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah (BTPN Syariah)
- 14) PT Maybank Syariah Indonesia (Maybank Syariah)

Bank Umum Syariah dalam proses mempertahankan dan mengembangkan usahanya melakukan kegiatan-kegiatan perbankan sebagaimana diatur dalam UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, yaitu:³⁷

- 1) Menghimpun dana dalam bentuk simpanan berupa Giro, Tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan Akad *wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah;
- 2) Menghimpun dana dalam bentuk investasi berupa Deposito, Tabungan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah;
- 3) Menyalurkan pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad *murabahah*, akad *musyarakah*, atau akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah;

³⁷ Lihat UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah Pasal 19.

- 4) Menyalurkan pembiayaan berdasarkan akad *murabahah*, akad *salam*, akad *istishna'*, atau akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah;
- 5) Menyalurkan pembiayaan berdasarkan akad *qardh* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah;
- 6) Menyalurkan pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak kepada nasabah berdasarkan akad *ijarah* *san/* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiyah bittamlik* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah;
- 7) Melakukan pengambilalihan utang berdasarkan akad *hawalah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah;
- 8) Melakukan usaha kartu debit dan/ atau kartu pembiayaan berdasarkan Prinsip Syariah;
- 9) Membeli, menjual, atau menjamin atas resiko sendiri surat berharga pihak ketiga yang diterbitkan atas dasar transaksi nyata berdasarkan Prinsip Syariah, antara lain seperti akad *ijarah*, *musyarakah*, *mudharabah*, *murabahah*, *kafalah*, atau *hawalah*;
- 10) Membeli surat berharga berdasarkan Prinsip Syariah yang diterbitkan oleh pemerintah dan/ atau Bank Indonesia;
- 11) Menerima pembayaran dari tagihan atas surat berharga dan melakukan perhitungan dengan pihak ketiga atau antar pihak ketiga berdasarkan Prinsip Syariah;
- 12) Melakukan penitipan untuk kepentingan pihak lain berdasarkan suatu akad yang berdasarkan Prinsip Syariah;
- 13) Menyediakan tempat untuk menyimpan barang dan surat berharga berdasarkan Prinsip Syariah;
- 14) Memindahkan uang, baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah berdasarkan Prinsip Syariah;
- 15) Melakukan fungsi sebagai Wali Amanat berdasarkan akad *wakalah*;
- 16) Memberikan fasilitas *letter of credit* atau bank garansi berdasarkan Prinsip Syariah;

- 17) Melakukan kegiatan lain yang lazim dilakukan di bidang perbankan dan di bidang sosial sepanjang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Selain melakukan kegiatan usaha di atas, Bank Umum Syariah juga dapat melakukan kegiatan lainnya:

- 1) Melakukan kegiatan valuta asing berdasarkan Prinsip Syariah;
- 2) Melakukan kegiatan penyertaan modal pada Bank Umum Syariah atau Lembaga keuangan yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan Prinsip Syariah;
- 3) Melakukan kegiatan penyertaan modal sementara untuk mengatasi akibat kegagalan pembiayaan berdasarkan Prinsip Syariah, dengan syarat harus menarik Kembali penyertaannya;
- 4) Bertindak sebagai pendiri dan pengurus dana pensiun berdasarkan Prinsip Syariah;
- 5) Melakukan kegiatan dalam pasar modal sepanjang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah dan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang pasar modal;
- 6) Menyelenggarakan kegiatan atau produk bank yang berdasarkan Prinsip Syariah dengan menggunakan sarana elektronik;
- 7) Menerbitkan, menawarkan, dan memperdagangkan surat berharga jangka pendek berdasarkan Prinsip Syariah, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui pasar uang;
- 8) Menerbitkan, menawarkan, dan memperdagangkan surat berharga jangka Panjang berdasarkan Prinsip Syariah, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui pasar modal;
- 9) Menyediakan produk atau melakukan kegiatan usaha Bank Umum Syariah lainnya yang berdasarkan Prinsip Syariah.

Kegiatan perbankan tersebut tentunya wajib memenuhi ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia sebagai regulator perbankan dan memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan.

b. Unit Usaha Syariah

Unit Usaha Syariah atau UUS adalah unit kerja dari kantor pusat pada Bank Umum Konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip Syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu Bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu Syariah dan/ atau unit syariah.³⁸

Unit Usaha Syariah di Indonesia³⁹ pada tahun 2019 berjumlah 20 unit dari 20 Bank Konvensional, yaitu:

- 1) UUS dari PT Bank Danamon Indonesia
- 2) UUS dari PT Bank Permata
- 3) UUS dari PT Bank Maybank Indonesia
- 4) UUS dari PT Bank CIMB Niaga
- 5) UUS dari PT Bank OCBC NISP
- 6) UUS dari PT Sinarmas
- 7) UUS dari PT Bank Tabungan Negara
- 8) UUS dari PT BPD DKI
- 9) UUS dari PT BPD DIY
- 10) UUS dari PT BPD Jawa Tengah
- 11) UUS dari PT BPD Jawa Timur
- 12) UUS dari PT BPD Sumatera Utara
- 13) UUS dari PT BPD Jambi
- 14) UUS dari PT BPD Sumatera Barat
- 15) UUS dari PT BPD Riau dan Kepulauan Riau
- 16) UUS dari PT BPD Sumatera Selatan dan Bangka Belitung
- 17) UUS dari PT BPD Kalimantan Selatan
- 18) UUS dari PT BPD Kalimantan Barat
- 19) UUS dari PT BPD Kalimantan Timur

³⁸ Lihat UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah Pasal 1 Ayat 10

³⁹ Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik...*, 5.

20) UUS dari PT BPD Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat

Seperti halnya Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dalam proses mempertahankan dan mengembangkan usahanya melakukan kegiatan-kegiatan perbankan sebagaimana diatur dalam UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, perbedaanya:

- 1) Melakukan penitipan untuk kepentingan pihak lain berdasarkan suatu akad yang berdasarkan Prinsip Syariah;
- 2) Melakukan fungsi sebagai Wali Amanat berdasarkan akad *wakalah*;
- 3) Menerbitkan, menawarkan, dan memperdagangkan surat berharga jangka Panjang berdasarkan Prinsip Syariah, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui pasar modal.

Kegiatan tersebut wajib memenuhi ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia dan ketentuan peraturan perundang-undangan.

c. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah Bank Syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.⁴⁰ Di Indonesia terdapat sebanyak 164 BPRS pada tahun 2019 yang tersebar pada 23 provinsi, berdasarkan data dari OJK dikelompokkan berdasarkan provinsi sebagai berikut:

- 1) Provinsi Bali (1) yaitu PT BPRS Syariat Fajar Sejahtera Bali
- 2) Provinsi Banten (8) yaitu PT BPRS Musyarakah Ummat Indonesia, PT BPRS Harta Insan Karimah, PT BPRS Muamalah Cilegon, PT BPRS Attaqwa, PT BPRS Wakalumi, PT BPRS Mulia Berkah Abadi, PT BPRS Berkah Ramadhan, dan PT BPRS Cilegon Mandiri
- 3) Provinsi Bengkulu (2) yaitu PT BPRS Muamalat Harkat, dan PT BPRS Adam
- 4) Provinsi DIY (12) yaitu PT BPRS Margirizki Bahagia, PT BPRS Bangun Drajat Warga, PT BPRS Dana Hidayatullah, PT BPRS Barokah Dana Sejahtera, PT BPRS Mitra Amal Mulia, PT BPRS

⁴⁰ Lihat UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah Pasal 1 Ayat 9.

Madina Mandiri Sejahtera, PT BPRS Danagung Syariah, PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia, PT BPRS FORMES, PT BPRS Mitra Harmoni Yogyakarta, PT BPRS Cahaya Hidup, dan PT BPRS Unisia Insan Indonesia

- 5) Provinsi DKI Jakarta (1) yaitu PT BPRS Cempaka Al Amin
- 6) Provinsi Jawa Barat (28) yaitu PT BPRS Amanah Rabbaniah, PT BPRS Amanah Ummah, PT BPRS Artha Karimah Irsyadi, PT BPRS Bina Amwalul Hasanah, PT BPRS Mentari, PT BPRS Baiturridha Pusaka, PT BPRS Harta Insan Karimah Bekasi, PT BPRS Harta Insan Karimah Cibitung, PT BPRS AlMasoem, PT BPRS Harum Hikmahnugraha, PT BPRS Daarut Tauhiid, PT BPRS Al Wadi'ah, PT BPRS Artha Fisabilillah, PT BPRS Al Ihsan, PT BPRS Al Barokah, PT BPRS Harta Insan Karimah Parahyangan, PT BPRS Bina Rahmah, PT BPRS Al Hijrah Amanah, PT BPRS Amanah Insani, PT BPRS Rif'atul Ummah, PT BPRS Insan Cita Artha Jaya, PT BPRS Artha Madani, PT BPRS Al Salaam Amal Salman, PT BPRS Patriot Bekasi, PT BPRS Al-Madinah Tasikmalaya, PT BPRS Mitra Harmoni Kota Bandung, PT BPRS Gotong Royong Kabupaten Subang, dan PT BPRS Bogor Tegar Beriman
- 7) Provinsi Jawa Tengah (26) yaitu PT BPRS Ikhsanul Amal, PT BPRS Gala Mitra Abadi, PT BPRS Asad Alif, PT BPRS Buana Mitra Perwira, PT BPRS Artha Surya Barokah, PT BPRS Suriyah, PT BPRS Bina Amanah Satria, PT BPRS Khasanah Ummat, PT BPRS Artha Mas Abadi, PT BPRS Bina Finansia, PT BPRS Arta Leksana, PT BPRS Bumi Artha Sampang, PT BPRS Artha Amanah Ummat, PT BPRS Dana Mulia, PT BPRS Sukowati Sragen, PT BPRS Dana Amanah Surakarta, PT BPRS Central Syariah Utama, PT BPRS Al Maburr Klaten, PT BPRS Meru Sankara, PT BPRS Gunung Slamet, PT BPRS Mitra Harmoni Kota Semarang, PT BPRS Insan Madani, PT BPRS Dharma Kuwera, PT BPRS Saka Dana Mulia, PT BPRS

Harta Insan Karimah Surakarta, dan PT BPRS Harta Insan Karimah Tegal

- 8) Provinsi Jawa Timur (28) yaitu PT BPRS Baktimakmur Indah, PT BPRS Asri Madani Nusantara, PT BPRS Bhakti Haji, PT BPRS Amanahsejahtera, PT BPRS Daya Artha Mentari, PT BPRS Al Mabrur Babadan, PT BPRS Ummu, PT BPRS Bumi Rinjani Batu, PT BPRS Situbondo, PT BPRS Bhakti Sumekar, PT BPRS Lantabur Tebuireng, PT BPRS Bumi Rinjani Kepanjen, PT BPRS Karya Mugi Sentosa, PT BPRS Jabal Nur Tebuireng, PT BPRS Mandiri Mitra Sukses, PT BPRS Sarana Prima Mandiri, PT BPRS Tanmiya Artha, PT BPRS Annisa Mukti, PT BPRS Madinah, PT BPRS Artha Pamenang, PT BPRS Rahma Syariah, PT BPRS Mitra Harmoni Kota Malang, PT BPRS Unawi Barokah, PT BPRS Kota Mojokerto, PT BPRS Magetan, PT BPRS Bakti Artha Sejahtera Sampang, PT BPRS Mitra Mentari Sejahtera, dan PT BPRS Kabupa
- 9) Provinsi Kalimantan Selatan (1) yaitu PT BPRS Barkah Gemadana
- 10) Provinsi Kalimantan Tengah (1) yaitu PT BPRS Mitra Amanah
- 11) Provinsi Kalimantan Timur (1) yaitu PT BPRS Manfaatsyariah
- 12) Provinsi Kep. Bangka Belitung (1) yaitu PT BPRS Bangka
- 13) Provinsi Kep. Riau (2) yaitu PT BPRS Syarikat Madani dan PT BPRS Vitka Central
- 14) Provinsi Lampung (11) yaitu PT BPRS Bandar Lampung, PT BPRS Tanggamus, PT BPRS Metro Madani, PT BPRS Rajasa, PT BPRS Kotabumi, PT BPRS Lampung Timur, PT BPRS Way Kanan, PT BPRS Mitra Agro Usaha, PT BPRS Aman Syariah, PT BPRS Lampung Barat, dan PT BPRS Tani Tulang Bawang Barat
- 15) Provinsi Maluku Utara (3) yaitu PT BPRS Bahari Berkesan, PT BPRS Bobato Lestari, dan PT BPRS Saruma Sejahtera
- 16) Provinsi NAD (10) yaitu PT BPRS Tengku Chiek Dipante, PT BPRS Rahmah Hijrah Agung, PT BPRS Gayo, PT BPRS Adeco, PT BPRS Kota Juang, PT BPRS Rahmania Dana Sejahtera, PT BPRS Serambi

Mekah, PT BPRS Oloan Ummah Sidempuan, PT BPRS Baiturrahman dan PT BPRS Hikmah Wakilah.

- 17) Provinsi NTB (3) yaitu PT BPRS Tulen Amanah, PT. BPRS PNM Patuh Beramal, dan PT BPRS Dinar Ashri
- 18) Provinsi Riau (2) yaitu PT BPRS Hasanah dan PT BPRS Berkah Dana Fadhilah
- 19) Provinsi Sulawesi Barat (1) yaitu PT BPRS Nurul Ikhwan
- 20) Provinsi Sulawesi Selatan (7) yaitu PT BPRS Indo Timur, PT BPRS Dana Moneter, PT BPRS Surya Sejati, PT BPRS Niaga Madani, PT BPRS Gowata, PT BPRS Investama Mega Bakti, dan PT BPRS Harta Insan Karimah Makassar
- 21) Provinsi Sumatera Barat (7) yaitu PT BPRS Mentari Pasaman Saiyo, PT BPRS Carana Kiat Andalas, PT BPRS Ampek Angkek Candung, PT BPRS Haji Miskin, PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas, PT BPRS Al Makmur, dan PT BPRS Gajahtongga Kotopiliang
- 22) Provinsi Sumatera Selatan (1) yaitu PT BPRS Al Falah
- 23) Provinsi Sumatera Utara (8) yaitu PT BPRS Amanah Bangsa, PT BPRS Al Washliyah, PT BPRS Gebu Prima, PT BPRS Puduarta Insani, PT BPRS Al-Yaqin, PT BPRS Sindanglaya Katonapan, dan PT BPRS Amanah Insan Cita

Kegiatan usaha Bank Pembiayaan Syariah berdasarkan UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah⁴¹ meliputi:

- 1) Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk:
 - a) Simpanan berupa Tabungan atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah;
 - b) Investasi berupa Deposito atau Tabungan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah;

⁴¹ Lihat UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah Pasal 21.

- 2) Menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk:
 - a) Pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad *mudharabah* atau *musyarakah*;
 - b) Pembiayaan berdasarkan akad *mudharabah*, *salam*, atau *istishna*;
 - c) Pembiayaan berdasarkan akad *qardh*;
 - d) Pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak kepada nasabah berdasarkan akad *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiyah bittamlik*; dan
 - e) Pengambilalihan utang berdasarkan akad *hawalah*;
- 3) Menempatkan dana pada Bank Syariah lain dalam bentuk titipan berdasarkan akad *wadi'ah* atau investasi berdasarkan akad *mudharabah* dan/ atau akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah;
- 4) Memindahkan uang, baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah melalui rekening Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang ada di Bank Umum Syariah, Bank Umum Konvensional, dan Unit Usaha Syariah;
- 5) Menyediakan produk atau melakukan kegiatan usaha Bank Syariah lainnya yang sesuai dengan Prinsip Syariah berdasarkan persetujuan Bank Indonesia.

B. Promosi Digital

Pemasaran adalah seluruh proses penjualan suatu produk atau jasa mulai dari perencanaan, identifikasi, hingga produk tersebut dijual.⁴² Selain itu, pemasaran seringkali didefinisikan⁴³ sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan dari suatu konsep, penentuan harga produk, penggunaan promosi yang sesuai dan distribusi suatu barang atau jasa.

⁴² M. Nur Rianto Al- Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), 5.

⁴³ Carl McDaniel Jr., dan Roger Gates, *Riset Pemasaran Kontemporer* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 4.

Menurut Sofjan, pemasaran adalah kegiatan manusia baik perorangan maupun kelompok yang diarahkan untuk memenuhi keinginan dan memuaskan kebutuhan melalui proses pertukaran.⁴⁴ Pemasaran adalah bentuk kegiatan yang lebih luas, dan tidak lepas dari konsep dan strategi yang digunakan dalam proses pertukaran.

Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula⁴⁵ mendefinisikan pemasaran sebagai sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari suatu inisiator kepada *stakeholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam bisnis Islam. Islam memandang pemasaran sebagai suatu kegiatan yang mencerminkan nilai-nilai Islami⁴⁶ dalam aktifitasnya dan tidak merugikan orang lain. Selain itu, pemasaran dalam Islam berkaitan dengan kegiatan silaturahmi dan komunikasi dalam rangka mengenalkan produk (barang atau jasa) agar nilai gunanya berpindah.

Pemasaran merupakan tulang punggung dan ujung tombak dari sebuah perusahaan (perbankan syariah) agar dapat bertahan hidup, mampu meningkatkan nominal keuntungan, tumbuh dan berkembang.⁴⁷ Oleh karena hal tersebut, jika pemasaran (strategi pemasaran) tidak dilakukan dengan baik maka dapat berakibat fatal bagi perusahaan, apalagi untuk perusahaan baru. Artinya, dengan dilakukannya proses pemasaran maka perusahaan telah belajar untuk hidup dan berkembang. Dengan kata lain, pemasaran itu merupakan studi tentang proses pertukaran yaitu bagaimana transaksi dimulai, dimotivasikan dan dikonsumsi. Selain itu, pemasaran dapat dikatakan sebagai penciptaan dan pemberian suatu standar hidup dengan tujuan tertentu. Sedangkan tujuan pemasaran adalah untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar

⁴⁴ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), 5.

⁴⁵ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan, 2006), 26-27 *E-book* (diakses pada 17 April 2020).

⁴⁶ Irfan Harmoko, "Strategi Pemasaran produk Bank Syariah dalam Persaingan Bisnis Perbankan Nasional", *Online Jurnal of Wadiah: Jurnal Perbankan Syariah*, vol.1 no. 1 (2017), 9. (diakses pada 17 April 2020).

⁴⁷ Gita Danupranata, *Manajemen Perbankan Syariah* (Jakarta: Salemba, 2013), 39.

produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan/ keinginan konsumen sehingga produk atau jasa tersebut dapat terjual dengan baik. Dengan demikian pemasaran⁴⁸ dapat didefinisikan sebagai kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.

Strategi pemasaran secara taktis sering dikenal dengan istilah 4P yaitu *product, place, promotion, price*. Strategi ini dikenalkan oleh Jerome McCarthy.⁴⁹ Dalam melaksanakan proses pemasaran, suatu perusahaan harus mengetahui strategi yang tepat dan sesuai dengan produk yang akan dijual. Strategi pemasaran yang tepat akan menentukan perusahaan dalam pengambilan keputusan yang bersifat *urgent* dan tentunya memberikan pengaruh dalam arak kebijakan selanjutnya. Jerome McCarthy mengkategorikan 4P dalam *strategic planning* sebagaimana berikut:⁵⁰

Table 1 *Strategic Planning Decision Areas*

<i>Product</i>	<i>Place</i>	<i>Promotion</i>	<i>Price</i>
<i>Features</i>	<i>Objectives</i>	<i>Objectives</i>	<i>Objectives</i>
<i>Accessories</i>	<i>Channels</i>	<i>Promotion blend</i>	<i>Flexibility</i>
<i>Installation</i>	<i>Market exposure</i>	<i>Sales people (Kind,</i>	<i>Level</i>
<i>Instructions</i>	<i>Kinds and</i>	<i>Number, Selection,</i>	<i>Changes over</i>
<i>Service</i>	<i>location of</i>	<i>Motivation)</i>	<i>product life cycle</i>
<i>Warranty</i>	<i>stores</i>	<i>Advertising (targets,</i>	<i>Geographic</i>
<i>Product lines</i>	<i>Who handles</i>	<i>Kind of ads, Media</i>	<i>terms</i>
<i>Packaging</i>	<i>transporting</i>	<i>type, Copy thrust,</i>	<i>Discounts</i>
<i>Branding</i>	<i>and storing</i>	<i>prepared by whom)</i>	<i>Allowances</i>
	<i>Service levels</i>		

Sumber: E. Jerome McChrty (1978) data diolah

⁴⁸ Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Liberty, 2002), 6.

⁴⁹ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa – Prinsip Penerapan dan Penelitian* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014), 41.

⁵⁰ E. Jerome McCharty, *Basic Marketing: A Managerial Approach* (Homewood, Illinois: Richard D. Irwin Inc, Ed.6, 1978), 546. *E-Book* (diakses 29 Oktober 2020).

Berdasarkan *strategic planning* di atas, produk yang akan diputuskan untuk dijual atau dipasarkan meliputi penilaian tentang fitur, aksesoris, instalasi, intruksi (penggunaan produk), layanan produk, jaminan, lini produk, pengemasan serta merek yang tepat.

Sedangkan area pengambilan keputusan tentang tempat, perlu memperhatikan tujuannya, saluran/ media yang digunakan, paparan pasar, jenis dan lokasi toko, pekerja yang menangani pengangkutan dan penyimpanan barang, serta tingkat layanan yang dibutuhkan.

Area pengambilan keputusan selanjutnya adalah terkait dengan promosi. Hal-hal yang perlu diperhatikan adalah tujuan dari promosi tersebut, promosi yang dicampur/ digabungkan antara promosi yang satu dengan lainnya, penjual (jenis produk yang dijual, jumlah, pilihan, serta motivasi penjual dalam mempromosikan produk), iklan (target iklan, jenis iklan, jenis media yang digunakan, inspirasi dalam mempromosikan produk, orang atau perusahaan yang menyiapkan iklan/ mengiklankan).

Keputusan harga juga perlu mengetahui tujuan dengan mencantumkan harga produk, fleksibilitas harga, tingkat perubahan selama siklus keberadaan produk, kondisi geografis suatu wilayah, diskon, dan tunjangan dari produk tersebut.

Dari 4P strategi pemasaran di atas, Penulis memfokuskan pada salah satu strategi tersebut yaitu *promotion* atau promosi. Menurut Kasmir⁵¹, promosi adalah cara untuk memberitahukan dan membujuk masyarakat tentang suatu produk atau jasa yang ditawarkan sehingga memutuskan untuk membelinya. Adapun yang termasuk dalam kegiatan promosi yaitu periklanan, publisitas, promosi penjualan, dan *personal selling*. Tujuannya⁵² adalah agar konsumen atau calon konsumen mengetahui tentang produk atau jasa yang ditawarkan.

⁵¹ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2005), 157.

⁵² M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-dasar...*, 15.

Pada tahun 2017, Henes Hendri mengkategorikan industri perbankan dengan 3 gelombang⁵³:

- ☑ Gelombang pertama dimulai sekitar tahun 1970an ketika Citibank memperkenalkan layanan Automatic Machine Teller atau sering kita sebut ATM. Hal ini tentunya berimplikasi terhadap layanan perbankan yang semakin mudah, khususnya dalam transaksi penarikan uang.
- ☑ Gelombang kedua sering disebut dengan istilah *Digital Hybrids*. Revolusi ini dimulai tahun 2009 yakni ketika Simplebank memberlakukan sistem *outsourcing* untuk fungsi *back end* terhadap bank petahana, sementara bank lainnya fokus pada pengembangan kualitas layanan atau fungsi *front end* yang dijadikan nilai tambah dan keunggulan dalam persaingan antar bank.
- ☑ Gelombang ketiga adalah *Digital Banking*, merupakan bentuk layanan perbankan dengan menggunakan media elektronik. Transaksi perbankan atau bank retail dilakukan melalui internet, smartphone dan ATM.

Dalam hal ini, tentunya dunia Perbankan Syariah di Indonesia memasuki/ berada pada gelombang ketiga yang berhubungan dengan kecanggihan teknologi. Upaya penyesuaian transaksi digital melalui internet, tidak lepas dari pemasaran dan promosi digital yang matang. Pemasaran membutuhkan komunikasi, dan komunikasi dipermudah dengan teknologi. Tingkat kecanggihan teknologi akan sangat mempengaruhi kualitas komunikasi.⁵⁴ Komunikasi pemasaran yang didukung dengan teknologi komunikasi yang canggih dalam hal ini pemasaran digital akan mendapatkan hasil yang lebih baik. Dalam konteks bisnis global, cakupan yang lebih luas sangat dibutuhkan. Sarana untuk menunjang cakupan yang luas tersebut akan lebih efisien bila ditunjang dengan teknologi yang canggih. Namun demikian,

⁵³ Henes Hendri, "Strategi Pertumbuhan Bank Syariah di Era Ekonomi Digital", Artikel <https://www.iaei-pusat.org/article/perbankan/strategi-pertumbuhan-bank-syariah-di-era-ekonomi-digital-?language=id> (diakses pada 17 April 2020).

⁵⁴ Umar Farouk Zuhdi, *Komunikasi Bisnis: Pemahaman Secara Mudah* (Yogyakarta: Wahana Totalita, 2011), 37-38.

faktor penting selain teknologi adalah komunikasi marketing juga harus diperhatikan. Dalam hal ini, komunikasi marketing yang dimaksud adalah promosi yang dilakukan. Hal tersebut harus saling sinergi antara kecanggihan teknologi dan promosi yang dilakukan agar komunikasi pemasaran dapat berjalan dengan efektif dan efisien.

Pemasaran digital atau *digital marketing* menurut Andi Sukandi dkk⁵⁵ adalah pemasaran menggunakan media internet melalui komputer ataupun telepon seluler dengan aplikasi media *social network*, *social bookmarking*, video atau foto, *email marketing*, website, *mobile application* (dalam hal ini tentang perbankan syariah), *adssense*, webinar, blog dan Youtube.

Pemasaran digital memungkinkan pembeli memperoleh informasi tentang produk atau jasa, serta konsumen dapat melakukan transaksi melalui internet. Selain itu, pemasaran digital memungkinkan penjual untuk memantau, menyediakan kebutuhan dan keinginan calon konsumen tanpa adanya batasan waktu dan tempat. Pemasaran digital juga merupakan cara komunikasi dua arah yang dapat menimbulkan *awareness* dan *engagement* masyarakat terhadap suatu produk atau jasa. Platform yang sering digunakan untuk pemasaran digital adalah media sosial, terutama Facebook, Instagram dan Youtube.

1. Promosi

Promosi merupakan kegiatan marketing yang harus dilakukan setelah adanya *product*, *price*, *place*. Dalam hal ini, perbankan diharuskan mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya. Baik promosi secara langsung ataupun tidak langsung. Hal tersebut dikarenakan, tanpa promosi maka jangan harap konsumen/ nasabah akan mengenal bank dan produknya. Oleh karena itu, promosi merupakan langkah paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Promosi secara langsung dapat dilakukan melalui interaksi langsung (*personal selling*), kegiatan (*event*), kerjasama (*partnership*). Sedangkan promosi secara tidak langsung diantaranya adalah promosi digital.

⁵⁵ Andi Sukandi et.al., "Implementasi Digital Marketing...", 357.

Produk sudah diciptakan, harga juga sudah ditetapkan, dan tempat (lokasi dan layout sudah disediakan), artinya produk sudah benar-benar siap untuk di jual. Agar produk tersebut laku dijual ke masyarakat atau nasabah, maka masyarakat perlu tahu kelebihan produk tersebut, berikut manfaat, harga, di mana didapat diperoleh dan kelebihan produk dibandingkan pesaing. Cara untuk memberitahukan kepada masyarakat adalah melalui sarana promosi. Artinya, keputusan terakhir bank harus mempromosikan produk tersebut seluas mungkin ke nasabah.

Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir. Keberhasilan suatu perusahaan berdasarkan keahliannya dalam mengendalikan strategi pemasaran yang dimiliki. Konsep pemasaran mempunyai seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan yaitu yang lebih dikenal dengan bauran pemasaran (marketing mix).⁵⁶ Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan di atas, baik produk, harga dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan 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 promosi bagi perbankan adalah menginformasikan segala jenis produk yang dimiliki oleh bank tersebut untuk ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Mulai dari nama produk, manfaat produk, cara membeli/ mendapatkan/ mendaftar, sarana yang dibutuhkan agar dapat mengakses produk tersebut, alamat/ fasilitas terdekat yang dapat diakses oleh nasabah/ konsumen, dan hal lainnya dengan cara menarik. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra serta nama baik bank di mata para nasabahnya.

⁵⁶ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar...*, 6.

Menurut McCharty,⁵⁷ “*if a firm's promotion is to be effective, agreeing on and defining promotion objectives is critical because the right promotion blend depends on what is to be accomplished.*” Maksudnya, jika promosi perusahaan ingin efektif, menyiasati dan menentukan tujuan promosi sangat penting karena perpaduan promosi yang tepat tergantung pada apa yang harus dicapai. Kebutuhan promosi disesuaikan dengan target dan tujuannya. Sehingga tidak perlu berlebihan dan terlalu menghamburkan dana maupun waktu dan tenaga.

Dalam praktiknya, paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan produk maupun jasanya. Pertama, promosi melalui periklanan (*advertising*). Kedua, melalui promosi penjualan (*sales promotion*), ketiga melalui Publisitas (*publicity*) dan keempat adalah promosi yang dilakukan melalui penjualan pribadi (*personal selling*). Berikut ini acuan yang dilakukan perusahaan dalam melakukan kegiatan promosi:

- a. Periklanan (*advertising*), yaitu salah satu bentuk penyajian promosi dari suatu gagasan, barang atau jasa yang dibiayai oleh pihak sponsor/ mitra tertentu dan bersifat nonpersonal. Iklan yang menarik baik dilihat dari bahasa, tampilan atau visualisasi, desain atau tata letak, suara, dan pemilihan tayang yang tepat akan mampu memberikan peluang bagi perusahaan dalam menawarkan produknya. Adapun media yang sering digunakan dalam periklanan ini adalah media cetak dan digital baik melalui televisi, radio, majalah, surat kabar, *internet banner*, media sosial, *flyer*, pamflet, brosur, ataupun *billboard*.
- b. Promosi penjualan (*sales promotion*), merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang mampu merangsang dan mempengaruhi keinginan calon pembeli untuk melihat, mengetahui, hingga membeli produk melalui pameran, *event*, pertunjukan, demo, dan usaha penjualan

⁵⁷ E. Jerome McCharty, *Basic Marketing: A Managerial Approach*, 406.

lainnya baik secara terjadwal, kontinyu, atau bahkan dilakukan secara tidak teratur.

- c. Penjualan pribadi (*personal selling*), merupakan kegiatan promosi yang dilakukan dengan penyajian secara lisan atau dalam suatu pembicaraan kepada seseorang atau lebih. Keuntungan utama dari penjualan pribadi adalah bahwa sumbernya (penjual) dapat menerima umpan balik langsung dari penerima. Tujuan *personal selling* adalah untuk terealisasinya target penjualan produk.
- d. Publisitas (*publicity*), adalah usaha untuk merangsang permintaan dari suatu produk secara nonpersonal dengan berita komersial tentang produk yang dijual/ dipromosikan baik melalui media cetak ataupun digital, atau merupakan hasil wawancara yang dipublikasikan dalam media tersebut.

Masing-masing sarana promosi ini memiliki tujuan sendiri-sendiri. Misalnya, untuk menginformasikan tentang keberadaan produk, manfaat, informasi perusahaan, dapat dilakukan dengan menggunakan iklan. Untuk mempengaruhi nasabah atau calon konsumen dilakukan melalui *sales promotion* serta untuk memberikan citra perbankan dapat dilakukan melalui publisitas. Bagi bank, promosi penjualan dapat dilakukan melalui:

- a. Pemberian margin khusus untuk jumlah dana yang relatif besar walaupun hal ini akan mengakibatkan persaingan tidak sehat.
- b. Pemberian manfaat tertentu, bonus, atau insentif kepada setiap nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu.
- c. Pemberian hadiah baik berupa cinderamata, apresiasi penghargaan, atau kenang-kenangan lainnya kepada nasabah terbaik ataupun yang loyal.
- d. Diskon atau kemudahan promosi produk lainnya sesuai dengan kemampuan bank.

Dalam kacamata hukum Islam, hal tersebut dapat dilakukan selama tidak bertentangan dengan asas dan prinsip dalam bermuamalah. Yakni dengan cara yang benar, tidak secara *batil*/ merugikan. Mengingat promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar

mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut⁵⁸ maka promosi penjualan sebagaimana di atas menjadi salah satu langkah strategis bagi perbankan dengan catatan tidak keluar dari kaidah-kaidah Islam sebagaimana dalam Al-Qur'an surat An-Nisa (4) ayat 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.⁵⁹

Kegiatan promosi di era sekarang⁶⁰ tentunya tidak bisa lepas dari dunia digital, apalagi dengan adanya akses internet mampu mempermudah dan membantu masyarakat dalam mendapatkan informasi tanpa harus mendatangi produsen (dalam hal ini Perbankan Syariah). Peningkatan pengguna internet berdasarkan data survey yang diselenggarakan oleh Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia⁶¹ memberikan peluang pasar

⁵⁸ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2014), 159.

⁵⁹ Said Aqil Siradj et.al., *Mushaf An-Nahdilah: Al-Qur'an dan Terjemahan* (Jakarta: PT Hati Emas, 2014), 83.

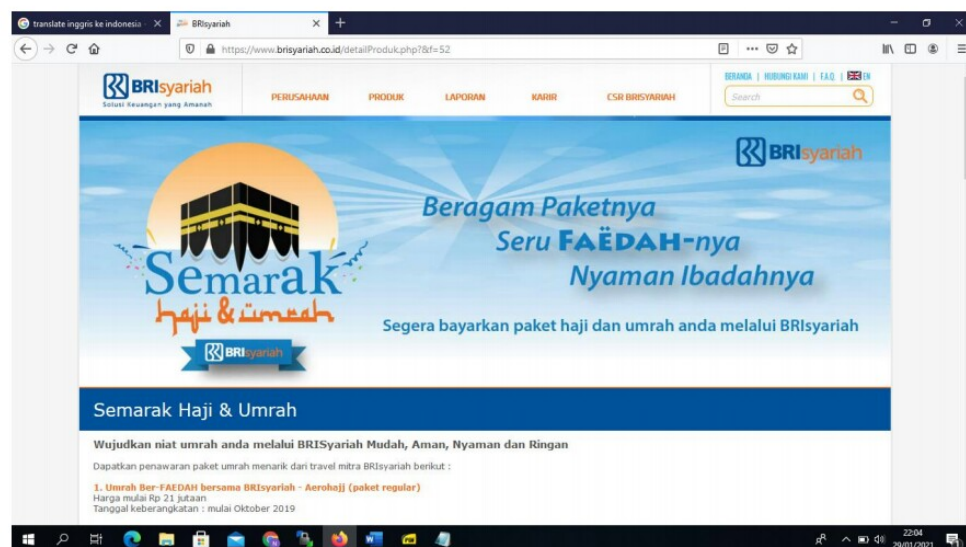
⁶⁰ Tahun 2016 sampai dengan 2019 dunia berada dalam era digital, atau 4.0 sampai sekarang dimana internet sebagai *basic of information and instruction* untuk proses produksi. Maksudnya, dalam era ini penggunaan internet sangat diperlukan dalam upaya publikasi yang tidak terbatas baik ruang dan waktu. Dikarenakan meningkatnya jumlah pengguna internet, maka sudah menjadi kebutuhan publikasi bagi perusahaan-perusahaan yang ingin mengembangkan pasarnya. Pasalnya dengan adanya internet, orang dapat mengakses berbagai informasi, tentunya dalam hal ini dunia perbankan. Selain itu, output internet juga dapat memandu dan menjadi rekam digital dalam upaya penjelasan detail terkait produk yang ditawarkan dan secara otomatis dapat diulang-ulang oleh pengguna internet dalam mengakses informasi perbankan.

⁶¹ APJII atau Asosiasi Pengguna Internet adalah sebuah asosiasi atau perkumpulan penyedia jasa internet di Indonesia yang didirikan pada Musyawarah Nasional pertama tanggal 5 Mei 1996. Salah satu program APJII adalah menentukan tarif jasa internet dan jasa telekomunikasi, usulan jumlah dan jenis provider yang digunakan. Keanggotaan APJII antara lain Telkom Indonesia, Biznet, Indosat M2, Infokom, Telkomsel, Cakra Media, Palapa Media, Indocyber, Three, Transdata, Smartfren, BRI, dan lain sebagainya. Akses lengkap melalui website resmi APJII melalui laman <https://apjii.or.id> (diakses pada 28 November 2020).

yang lebih luas bagi perbankan untuk mengembangkan usahanya. Ditambah lagi dengan pengguna media sosial yang menduduki peringkat atas dalam penggunaan jasa internet. Artinya, selain promosi secara manual (langsung) tentunya internet sebagai pendukung bahkan nilai *plus* bagi penyesuaian perbankan dalam menawarkan produknya.

Promosi digital adalah adalah pemasaran dengan menggunakan media internet melalui komputer maupun telepon seluler⁶² (*smartphone*) dalam bentuk web, email, video, *digital banner*, *digital poster*, pdf, maupun yang lainnya dengan tujuan agar konsumen atau calon konsumen tertarik dan membeli produk yang ditawarkan.

Promosi digital dalam bentuk website biasanya menyajikan informasi lengkap dalam bentuk tulisan atau gambar. Baik mulai dari profil perbankan, daftar produk, hingga Bahasa yang menarik calon nasabah.



Gambar 2 Promosi Digital dalam Bentuk Website

Sedangkan promosi digital melalui email, dapat dilakukan apabila konsumen telah menjadi nasabah pada salah satu Perbankan Syariah. Perbankan akan mengirimkan promosi produk berupa gambar, poster

⁶² Andi Sukandi et.al., "Implementasi Digital Marketing...", 357.

digital, link video, ataupun dalam bentuk lainnya melalui email yang terdaftar pada bank tersebut.

Promosi digital menggunakan video dapat ditayangkan melalui media televisi, *throne*, youtube, ataupun media sosial lainnya. dalam hal pembuatan video, tentunya diperlukan skill khusus mulai dari pengambilan gambar, *casting*, *editing*, durasi waktu, kesesuaian produk, kualitas gambar dan hal lainnya. Apabila akan ditayangkan melalui media televisi, tentunya akan membutuhkan biaya promosi yang tidak kecil, selain durasi yang mempengaruhi harga pemilihan waktu yang tepat tentunya akan lebih efektif. Oleh karena itu, penggunaan media sosial dalam upaya menayangkan video dianggap lebih murah bahkan sampai di level “gratis”. Hanya saja tetap diperlukan anggaran untuk kerja profesional dalam pembuatan dan pengelolaan video promosi tersebut.

Promosi dengan menggunakan *digital banner* biasanya dilakukan oleh perbankan bekerjasama perusahaan atau penyedia jasa internet. *Digital banner* adalah bentuk promosi gambar yang ditayangkan pada internet yang berisi promosi singkat dan biasanya disertai link untuk informasi lebih lanjut. Namun pada praktiknya, penayangan *digital banner* disesuaikan dengan kerjasama pemilik situs website. Artinya, ada yang menggunakan durasi tayang, ada pula yang menggunakan gambar mati/ *slide* paten pada sebuah situs website.

Promosi digital menggunakan *digital poster* tidak jauh berbeda dengan *digital banner*. Hanya saja, *digital poster* lebih menonjolkan gambar dan atau kata yang menarik.

2. Internet dan Media Sosial

Promosi menggunakan media digital pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran secara online, artinya aktifitas pemasaran atau promosi dengan menyebarkan informasi, membujuk atau mempengaruhi calon konsumen (nasabah) untuk meningkatkan pasar sasaran. Kegiatan tersebut bertujuan untuk meningkatkan atau mengembangkan perusahaan perbankan dan produknya agar masyarakat atau nasabah bersedia

menerima, membeli atau bergabung hingga loyal pada perusahaan perbankan melalui produk yang ditawarkan dengan menggunakan media sosial melalui jaringan internet.

Internet adalah jaringan komunikasi elektronik yang menghubungkan jaringan komputer dan fasilitas komputer yang terorganisasi di seluruh dunia melalui telepon atau satelit.⁶³

Media sosial merupakan media daring yang digunakan untuk kebutuhan komunikasi jarak jauh dan membentuk struktur sosial. Struktur sosial yang dibentuk oleh jaringan-jaringan (baik oleh personal maupun organisasi/ perusahaan) melalui dunia maya atau internet yang terkait dengan satu atau lebih tipe relasi. Relasi atau hubungan yang dibentuk secara spesifik dengan adanya persamaan status pertemanan, saudara atau keturunan, visi, ide, bakat minat, nilai, pandangan politik ataupun yang lainnya. Media sosial bertujuan sebagai sarana atau media komunikasi untuk menghubungkan antar pengguna atau user dengan cakupan yang sangat luas.

Media sosial memiliki manfaat yang baik apabila digunakan secara baik, begitupun sebaliknya. Beberapa manfaat media sosial diantaranya:

- a. Menghubungkan komunikasi jarak jauh secara *real-time*
- b. Mendapatkan akses informasi secara aktual
- c. Membangun relasi dengan cepat dan luas
- d. Meningkatkan *brand awareness*
- e. Meningkatkan *traffic* dan peringkat pencarian
- f. Meningkatkan kredibilitas perusahaan
- g. Meningkatkan keuntungan dari penjualan produk

Media sosial memiliki lebih dari 1 macam, berdasarkan hasil survey APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) yang dilaksanakan pada tahun 2019⁶⁴ menyebutkan bahwa media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia dengan urutan 5 besarnya yaitu:

⁶³ Diakses melalui aplikasi KBBI online pada 21 Oktober 2020.

⁶⁴ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, "Penetrasi & Profil...", 50.

- a. Facebook 50,7%;
- b. Instagram 17,8%;
- c. Youtube 15,1%;
- d. Twitter 1,7%;
- e. Linkedin 0,4%.

Facebook secara berturut-turut sejak 2016 hingga 2019 berada di posisi pertama, yang artinya masih mendominasi penggunaan media sosial di Indonesia. Sedangkan menyusul di peringkat kedua adalah Instagram yang memiliki selisih tipis dengan Youtube.

3. Youtube

Youtube adalah salah satu aplikasi yang memberikan informasi kepada para pengguna internet dalam bentuk video. Youtube didirikan pada 14 Februari 2005 oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim.⁶⁵ Youtube merupakan salah satu anak perusahaan milik google inc dan dapat diakses di seluruh dunia asalkan terhubung dengan internet. Video yang dapat diupload di Youtube sangat bermacam-macam mulai dari video dengan konten buatan pengguna, klip film atau TV, video music, dan video blog atau sering disebut dengan vlog.

Youtube memiliki banyak manfaat, selain dapat digunakan sebagai sharing video Youtube juga kini dilengkapi dengan fitur chatting atau komentar secara langsung. Beberapa manfaat youtube lainnya adalah:

- a. Mencari informasi di dunia, artinya baik dalam ataupun luar negeri dengan mudah
- b. Dengan bentuk video, pengguna internet menjadi lebih cepat dan mudah dalam memahami konten video
- c. Dengan mengunggah video positif kita dapat memberikan manfaat tanpa mengenal jarak dan waktu
- d. Dapat menghasilkan uang baik secara langsung maupun tidak langsung

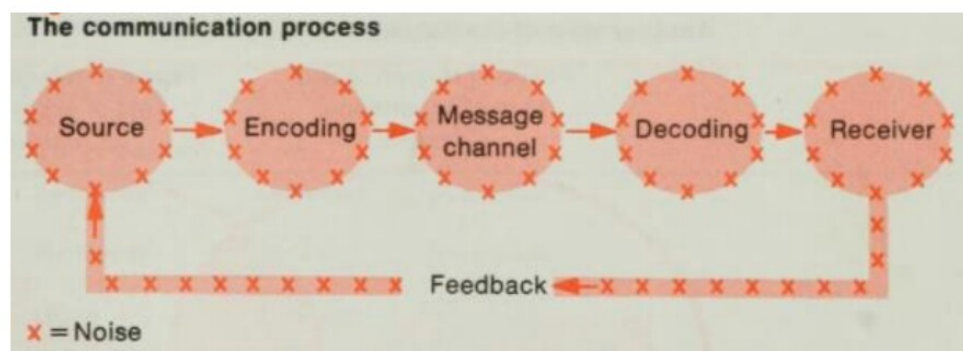
⁶⁵ Jesica Laurencia, "Mengenal Youtube", *Kompas*. Senin, 22 Februari 2016 (diakses pada 21 Oktober 2020).

Youtube sebagai media promosi tentunya dapat mempermudah perusahaan (Perbankan Syariah) dalam memberikan info dan menawarkan produknya. Cukup dengan satu video tentang produk dan mengirimkan link nya kepada calon konsumen maka tentunya akan lebih efektif bila dibandingkan dengan menyampaikan secara langsung pada para calon konsumen tersebut. Lebih hemat waktu, tenaga, dan biaya-biaya, dengan catatan bahwa konten video tersebut menarik dan mampu memengaruhi calon konsumen atau nasabah.

4. Efektivitas Promosi

Efektivitas merupakan tingkat keberhasilan yang dicapai oleh seseorang atau perusahaan dengan cara tertentu sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Dengan kata lain, semakin banyak rencana yang berhasil dicapai maka suatu kegiatan dianggap semakin efektif.

Menurut Jerome McCharty⁶⁶ komunikasi penjualan atau promosi yang efektif adalah promosi yang dilakukan kepada konsumen yang potensial. Berikut ini proses komunikasi dan model komunikasi yang efektif:

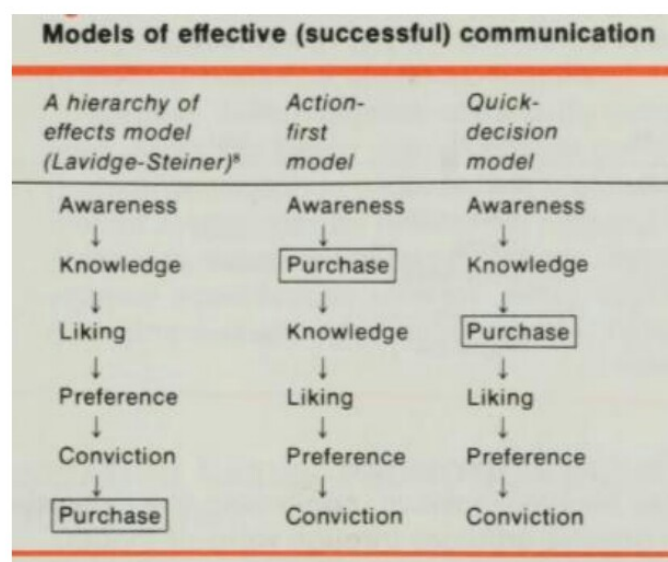


Gambar 3 Proses Komunikasi Jerome McCharty

Proses komunikasi sederhana berasal dari sumber informasi yakni produk Perbankan Syariah yang akan ditawarkan (*source*), kemudian dikemas dalam suatu bentuk -video (*encoding*) dan disampaikan melalui

⁶⁶ E. Jerome McCharty, *Basic Marketing: A Managerial Approach*, 409-412.

media digital youtube (*message channel*) dan akan diakses (*decoding*) oleh konsumen (*receiver*). Harapannya terjadi respon (*feedback*) dari konsumen dalam bentuk pembelian atau *joint* produk. Namun, pada kenyataannya dalam proses tersebut banyak terjadi gangguan (*noise*) sehingga seringkali tidak berhasil sesuai harapan. Menurut McCharty, komunikasi promosi yang efektif dapat dilakukan dengan *action first model* atau *quick decision model* sebagaimana bagan berikut:



Gambar 4 Model Komunikasi Efektif Jerome McCharty

Action First Model, dimulai dengan kesadaran (merek atau produk) yang dibeli barulah kemudian transfer informasi atau pengetahuan dari produk tersebut, konsumen menyukai atas pilihan tersebut dan menciptakan keyakinan atas produk tersebut.

Quick Decision Model, dimulai dengan kesadaran (merek atau produk), pengetahuan tentang produk yang kemudian mengakibatkan konsumen membeli produk dan menyukai atas pilihan produk serta yakin atas produk tersebut. Berbeda dengan model pertama, pada model ini konsumen lebih diprioritaskan untuk mengetahui produknya terlebih dahulu sebelum membeli, biasanya berlaku untuk produk baru.

C. Hasil Penelitian yang Relevan

Kajian maupun penelitian tentang promosi digital pada Perbankan Syariah telah banyak dilakukan oleh para akademisi maupun praktisi. Beberapa penelitian terkait hal tersebut, memiliki hasil yang berbeda dikarenakan perbedaan metode penelitian, sudut pandang, rentang waktu, dan lain sebagainya. Perbedaan tersebut dalam khazanah keilmuan bersifat saling melengkapi antara penelitian yang satu dengan penelitian lainnya. Berikut ini adalah penelitian sebelumnya yang penulis kaji:

Pertama, Andi Sukandi, Nunung Ayu Sofiati dan Yoyo Sudaryo dengan judul penelitian “Implementasi Digital Marketing untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah dan Berdampak pada Citra Lembaga Perbankan (Suatu Survey pada Lembaga Perbankan Nasional PT Bank Negara Indonesia)”. Penelitian pada tahun 2019 itu bertujuan untuk menganalisis dampak dari pemasaran digital yang dilakukan oleh perusahaan terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah serta *corporate image* yang dihasilkan. Sampel kuisioner yang digunakan adalah konsumen PT BNI. Sedangkan metode yang digunakan adalah survey deskriptif dan eksplanatori, sedangkan metode analisisnya menggunakan *structural equation model (SEM)*. Hasilnya, implementasi digital marketing pada PT BNI dengan variabel *website enggagemen*, *social enggagemen*, *click thought rate*, *conversion rate* serta *duration* masuk dalam kategori cukup baik, kepuasan nasabah masuk dalam kategori puas, sedangkan citra perusahaan masuk dalam kategori tinggi. Digital marketing berpengaruh positif dan signifikan secara parsial kepada tingkat kepuasan nasabah, dan berimplikasi pada peningkatan citra PT BNI.⁶⁷

Kedua, Rodame Monitor Napitupulu dengan judul penelitian “Kajian Internet Marketing sebagai Media Pemasaran pada Industri Perbankan Syariah”. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah studi literatur, data dikumpulkan dengan observasi, penjelajahan dan literatur. Tujuan dari penelitian ini adalah menentukan aplikasi internet marketing di industri

⁶⁷ Andi Sukandi et.al., “Implementasi Digital Marketing...”, 355.

perbankan syariah untuk menginformasikan, menawarkan dan mempromosikan produk dan layanan kepada pelanggan potensial. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa banyak Perbankan Syariah di Indonesia telah menerapkan internet marketing sebagai alat pemasaran mereka tetapi belum dioptimalkan. Artinya pengembangan industri perbankan syariah cukup sederhana tetapi masih tidak sebegus bank konvensional dalam menerapkan teknologi informasi. Itu menjadi peluang juga tantangan bagi industri perbankan syariah untuk meningkatkan informasi teknologi di Indonesia mengembangkan pemasaran industri perbankan syariah di masa depan.⁶⁸

Ketiga, Daniel Ortega dan Anas Alhifni dengan judul penelitian “Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui media promosi perbankan syariah yang berpengaruh dalam menarik minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Sedangkan media promosi yang digunakan oleh perbankan syariah dalam penelitian ini terbagi tiga, yaitu: koran, televisi dan internet. Adapun metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa kuesioner yang disebarkan kepada masyarakat. Hasilnya, variabel televisi dan internet memiliki kontribusi yang lebih besar dari pada variabel koran dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah.⁶⁹

Berdasarkan penelitian di atas, maka penulis sajikan dalam bentuk tabel berikut ini data penelitian sebelumnya dan perbedaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti untuk memudahkan pembacaan secara ringkas pada Tabel 2 sebagai berikut:

⁶⁸ Rodame Monitorir Napitupulu, “Kajian Internet Marketing sebagai media Pemasaran pada Industri Perbankan Syariah”, *Online Jurnal of Al-Masharif*, vol. 4. no. 2 (2016), 178 (diakses pada 17 April 2020).

⁶⁹ Daniel Ortega dan Anas Alhifni, “Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah”, *Online Jurnal of Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, vol. 5. no. 1 (2017), 87 (diakses pada 17 April 2020).

Table 2 Penelitian Sebelumnya

No.	Nama Peneliti	Jenis Penelitian	Judul Penelitian	Metode dan Hasil Penelitian
1.	Andi Sukandi, Nunung Ayu Sofiati dan Yoyo Sudaryo	Jurnal, 2019	Implementasi Digital Marketing untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah dan Berdampak pada Citra Lembaga Perbankan (Suatu Survey pada Lembaga Perbankan Nasional PT Bank Negara Indonesia)	Metode: survey deskriptif dan eksplanatori, sedangkan metode analisisnya menggunakan <i>structural equation model (SEM)</i> . Hasil: digital marketing berpengaruh positif dan signifikan secara parsial kepada tingkat kepuasan nasabah, dan berimplikasi pada peningkatan citra PT BNI
2.	Rodame Monitor Napitupulu	Jurnal, 2016	Kajian Internet Marketing sebagai Media Pemasaran pada Industri Perbankan Syariah	Metode: studi literatur, data dikumpulkan dengan observasi, penjelajahan dan literatur. Hasil: banyak Perbankan Syariah di Indonesia telah menerapkan internet marketing sebagai alat pemasaran mereka tetapi belum dioptimalkan
3.	Daniel Ortega dan Anas Alhifni	Jurnal, 2017	Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung	Metode: metode deskriptif kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil: variabel televisi dan internet memiliki

			Masyarakat di Bank Syariah	kontribusi yang lebih besar dari pada variabel koran dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah.
--	--	--	----------------------------	--

Dari berbagai sumber data diolah

D. Kerangka Berfikir

Perkembangan Perbankan Syariah dalam industri 4.0 tidak lepas dari dunia digital. Dalam hal promosi, promosi digital menjadi pilihan yang tepat untuk penyesuaian era pemasaran digital. Mengingat penggunaan internet pada tahun ini sangat pesat.

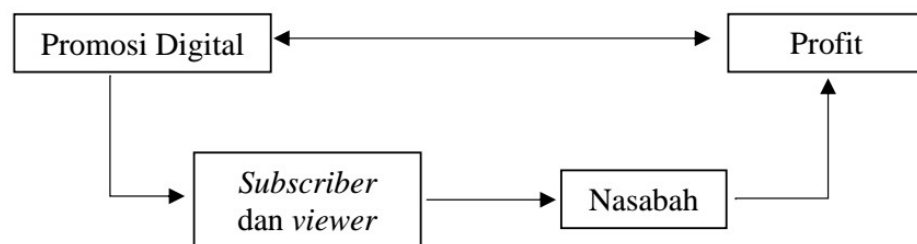
Berdasarkan landasan teori di atas, promosi digital adalah kegiatan pemasaran dengan tujuan untuk menarik minat calon konsumen agar membeli produk atau jasa dengan menggunakan internet (media sosial). Adapun penggunaan internet sebagai media promosi digital penulis batasi dengan lebih fokus pada penggunaan media sosial yakni Youtube. Fokus promosi digital ini didasarkan pada pengertian promosi digital itu sendiri secara sempit, mengingat apabila diikutkan analisis terhadap aplikasi perbankan syariah⁷⁰ maka analisis akan meluas menjadi pemasaran digital dan kecenderungannya diperuntukkan pada nasabah (konsumen yang telah bergabung pada aplikasi tersebut). Dan analisisnya akan berkembang menjadi upaya peningkatan loyalitas nasabah pada Perbankan Syariah.

Periode penelitian ini (2016-2019) penulis pilih mengingat informasi kuantitatif harus diungkapkan secara komparatif dengan periode sebelumnya.⁷¹ Informasi komparatif yang bersifat naratif dan deskriptif diungkapkan kembali untuk pemahaman periode berjalan. Selain itu, informasi komparatif antar

⁷⁰ Misalnya BRIS online, BNI Syariah Mobile Banking, Muamalat Banking, Mandiri Syariah Mobile dan lainnya.

⁷¹ Dwi Suwiknyo, *Pengantar Akuntansi Syariah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 131.

periode dapat membantu pemakai⁷² dalam pengambilan keputusan, khususnya dalam rangka membuat prediksi dan referensi jangka panjang dimasa mendatang.



Gambar 5 Kerangka Berfikir

Berdasarkan gambar di atas, dari promosi digital yang dilakukan menggunakan media youtube akan mendatangkan *subscriber* dan *viewer* atau dengan kata lain mereka adalah calon nasabah. Apabila mereka tertarik dengan produk yang ditawarkan melalui promosi digital, maka mereka akan menjadi nasabah pada bank tersebut. Tentu, bertambahnya nasabah membuka peluang profit bagi perbankan. Dan berasal dari profit tersebutlah hubungan promosi digital dimulai kembali. Promosi digital akan efektif dilakukan apabila konten yang ditayangkan pada promosi produk mampu menarik banyak *viewer* atau calon nasabah. Sehingga asumsinya adalah promosi digital dapat menekan biaya promosi untuk menaikkan profit perusahaan.

Dengan menganalisis promosi yang dilakukan Perbankan Syariah pada periode 2016 hingga 2019 tersebut maka diharapkan dapat mengetahui/ mengkaji lebih dalam hubungan antara promosi digital dengan perkembangan jumlah Perbankan Syariah di Indonesia.

⁷² Dapat diartikan pembaca, *stakeholder*, *leading sector*, atau pihak lainnya yang berkepentingan.

BAB III
EFEKTIVITAS PROMOSI DIGITAL
TERHADAP PERTUMBUHAN NASABAH PERBANKAN SYARIAH
DI INDONESIA PERIODE 2016-2019

A. Penerapan Promosi Digital oleh Perbankan Syariah

Setelah semua data terkumpul (*data collection*) maka langkah selanjutnya adalah mereduksi data (*data reduction*), kemudian menampilkan data (*data display*). Berikut ini penulis sajikan data beserta pembahasan data terkait penerapan promosi digital pada Perbankan Syariah di Indonesia:

1. Profil Singkat Perbankan Syariah di Indonesia

Penelitian ini hanya berfokus pada Perbankan Syariah yang ada di Indonesia dan terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam kurun waktu 4 tahun. Pada proses naik turunnya jumlah Perbankan Syariah pada kurun waktu tersebut maka digali data dari Bank Umum Syariah sebanyak 14 bank, Unit Usaha Syariah dari 20 bank, dan Bank Pembiayaan Syariah sebanyak 164 bank.

a. Bank Umum Syariah

1) Bank Aceh Syariah

Bank Aceh Syariah mulai beroperasi sebagai Bank Umum Syariah sejak 19 September 2016. Kantor Pusat Bank Aceh berlokasi di Jalan Mr. Mohd. Hasan No 89 Batoh Banda Aceh. Sampai dengan akhir tahun 2017, Bank Aceh telah memiliki 161 jaringan kantor terdiri dari 1 Kantor Pusat, 1 Kantor Pusat Operasional, 26 Kantor Cabang, 89 Kantor Cabang Pembantu, 27 Kantor Kas tersebar dalam wilayah Provinsi Aceh termasuk di kota Medan (dua Kantor Cabang, dua Kantor Cabang Pembantu, dan satu Kantor Kas), dan 17 Payment Point. Bank juga melakukan penataan kembali lokasi kantor sesuai dengan kebutuhan.

Channel Youtube belum dibuat, sementara masih fokus pada Instagram. Alamat web www.bankaceh.co.id.

2) BPD Nusa Tenggara Barat Syariah (BNTB Syariah)

Bank NTB Syariah resmi melakukan kegiatan operasional sesuai prinsip-prinsip syariah pada tanggal 24 September 2018. Kantor pusat beralamat di Jl. Pejanggik 30, Mataram 83126. Bank NTB Syariah memiliki 13 Kantor Cabang, 28 Kantor Cabang Pembantu, dan 4 Kantor Kas yang tersebar di Nusa Tenggara Barat.

Channel Youtube bernama Bank NTB Syariah (link channel terlampir), alamat website www.bankntbsyariah.co.id.

3) Bank Muamalat Indonesia (BMI)

BMI didirikan atas gagasan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia, sehingga pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H, Bank Muamalat Indonesia secara resmi beroperasi sebagai bank yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah pertama di Indonesia. Kantor pusat beralamatkan di Gedung Muamalat Tower, Jl. Prof. Dr. Satrio Kav. 18, Jakarta Selatan 12940. BMI memiliki 82 Kantor Cabang/ Kantor Pusat Operasional, 152 Kantor Cabang Pembantu, dan 57 Kantor kas yang tersebar di seluruh Indonesia.

Channel Youtube bernama Bank Muamalat (link channel terlampir), alamat website www.bankmuamalat.co.id.

4) Bank Victoria Syariah (BVS)

Bank Victoria Syariah mulai beroperasi dengan prinsip syariah sejak tanggal 1 April 2010. Kantor Pusat berada di Gedung Graha BIP Lantai 5 Jl. Gatot Subroto Kav. 23 Kel. Karet Semanggi, Kec. Setiabudi, Jakarta Selatan. Bank Victoria Syariah memiliki 9 Kantor Cabang dan 4 Kantor Cabang Pembantu.

Channel Youtube bernama Bank Victoria, produk syariah dipromosikan melalui channel tersebut (link channel terlampir), alamat website www.bankvictoriasyariah.co.id.

5) Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS)

BRIS Syariah resmi beroperasi pada 17 November 2008 dengan nama PT Bank BRI Syariah dan seluruh kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah Islam. Pada 19 Desember 2008, Unit Usaha Syariah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk melebur ke dalam PT Bank BRI Syariah. Proses *spin off* tersebut berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Kantor Pusat berada di Jl. Abdul Muis No. 2-4, Jakarta Pusat. BRIS memiliki 53 Kantor Cabang, 218 Kantor Cabang Pembantu dan 12 Kantor Kas yang tersebar diseluruh Indonesia.

Channel Youtube bernama BRI Syariah (link channel terlampir), alamat website www.brisyariah.co.id.

6) Bank Jabar Banten Syariah (BJB Syariah)

Pendirian bank bjb syariah diawali dengan pembentukan Divisi/Unit Usaha Syariah oleh PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk. pada tanggal 20 Mei 2000, barulah 10 tahun kemudian (2010) BJB Syariah mulai beroperasi secara total. Hingga saat ini bank bjb syariah berkedudukan dan berkantor pusat di Kota Bandung, Jalan Braga No 135, dan telah memiliki 9 Kantor Cabang, 55 Kantor Cabang Pembantu, 2 Kantor Kas, dan jaringan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) yang tersebar di daerah Propinsi Jawa Barat, Banten dan DKI Jakarta dan 49.630 jaringan ATM Bersama.

Channel Youtube bernama bank bjb syariah official (link channel terlampir), alamat website www.bjbsyariah.co.id.

7) Bank Nasional Indonesia Syariah (BNI Syariah)

Berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah. Dan di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2003 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan *spin off* tahun 2009. Rencana tersebut

terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Kantor Pusat BNI Syariah di Gedung Tempo Pavilion 1 Jl. HR Rasuna Said Kav 10-11, Lt 3-8, Jakarta 12950, Indonesia. Desember 2019, BNI Syariah memiliki 3 Kantor Wilayah dengan cabang BNI Syariah mencapai 68 Kantor Cabang, 213 Kantor Cabang Pembantu, 14 Kantor Kas, 23 Mobil Layanan Gerak dan 58 Payment Point, serta 1500 Outlet.

Channel Youtube bernama BNI Syariah (link channel terlampir), alamat website www.bnisyariah.co.id.

8) Bank Syariah Mandiri (BSM)

PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999. Saat ini Mandiri Syariah memiliki 1 Kantor Pusat di Wisma Mandiri I Jl. MH. Thamrin No. 5 Jakarta 10340 dan 1.736 jaringan kantor yang terdiri dari 129 Kantor Cabang, 427 Kantor Cabang Pembantu, 53 Kantor kas, 1000 layanan syariah bank di Bank Mandiri dan jaringan kantor lainnya, 114 payment point, 36 kantor layanan gadai, 6 kantor mikro dan 3 kantor non operasional di seluruh propinsi di Indonesia, dengan akses lebih dari 200.000 jaringan ATM.

Channel Youtube bernama Bank Syariah Mandiri (link channel terlampir), alamat website www.syariahmandiri.co.id.

9) Bank Mega Syariah (BMS)

Pada tanggal 25 Agustus 2004, Bank Mega Syariah atau Bank Syariah Mega Indonesia (BSMI) resmi beroperasi. Kantor Pusat berada di Menara Mega Syariah Jl. HR Rasuna Said Kav. 19A, Jakarta 12950. Bank Mega Syariah memiliki 27 Kantor Cabang, 34 Kantor Cabang Pembantu, dan 5 Kantor Kas yang tersebar di Jawa, Sumatera, Bali dan Nusa Tenggara, Kalimantan, serta Sulawesi.

Channel Youtube bernama Bank Mega Syariah (link channel terlampir), alamat website www.megasyariah.co.id.

10) Bank Panin Dubai Syariah (Bank Panin Syariah)

BPS mulai beroperasi sebagai Bank Umum Syariah pada tanggal 2 Desember 2009. PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk (“Panin Dubai Syariah Bank”), berkedudukan di Jakarta dan berkantor pusat di Gedung Panin Life Center, Jl. Letjend S. Parman Kav. 91, Jakarta Barat. BPS memiliki 13 Kantor Cabang, dan 4 Kantor Cabang Pembantu.

Channel Youtube bernama panindubai syariahsbank (link channel terlampir), alamat website www.paninbanksyariah.co.id.

11) Bank Syariah Bukopin (BSB)

PT Bank Syariah Bukopin secara resmi mulai efektif beroperasi tanggal 9 Desember 2008, kegiatan operasional Perseroan secara resmi dibuka oleh Bapak M. Jusuf Kalla, Wakil Presiden Republik Indonesia periode 2004 -2009. Kantor Pusat di Jl. Salemba Raya No. 55, Jakarta. Memiliki 12 Kantor Cabang, 7 Kantor Cabang Pembantu, 4 Kantor Kas, dan 96 Kantor Layanan Syariah, serta 33 mesin ATM BSB dengan jaringan Prima dan ATM Bank Bukopin.

Channel Youtube bernama Bank Syariah Bukopin (link channel terlampir), alamat website www.syariahbukopin.co.id.

12) Bank Central Asia Syariah (BCA Syariah)

BCA Syariah resmi beroperasi sebagai Bank Umum Syariah pada tanggal 5 April 2010. Kantor Pusat berada di Jl. Jatinegara Timur No. 72, Jakarta 13310. BCA Syariah hingga saat ini memiliki 68 jaringan cabang yang terdiri dari 14 Kantor Cabang (KC), 13 Kantor Cabang Pembantu (KCP), 18 Kantor Kas, dan 40 Unit Layanan Syariah (ULS) yang tersebar di wilayah DKI Jakarta, Tangerang, Bogor, Depok, Bekasi, Surabaya, Semarang, Bandung, Solo, Yogyakarta, Medan, Palembang, Malang, Lampung, Banda Aceh, Kediri, dan Pasuruan serta 2 Layanan Syariah Bank Umum (LSBU) yang merupakan sinergi antara BCA dan BCA Syariah

dalam Layanan Penerimaan Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (LPS BPIH) untuk kemudahan pembayaran setoran awal biaya ibadah haji.

Channel Youtube tidak ditemukan, produk syariah dipromosikan melalui channel personal dan masing-masing cabang sehingga tidak bisa dihitung dalam penelitian. Alamat website www.bcasyariah.co.id.

13) Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah (BTPN Syariah)

BTPN Syariah mulai beroperasi pada tanggal 14 Juli 2014, berkantor pusat di Menara BTPN, Lt. 12 - CBD Mega Kuningan, Jl. Dr. Ide Anak Agung Gde Agung, Kav. 5.5 - 5.6 Jakarta Selatan 12950. BTPN Syariah memiliki 24 Kantor Cabang dan 2 Kantor Cabang Pembantu.

Channel Youtube bernama BTPN Syariah (link channel terlampir), alamat website www.btpnsyariah.com.

14) Maybank Syariah Indonesia (Maybank Syariah)

MSI mulai beroperasi sebagai Bank Umum Syariah pada tanggal 1 Oktober 2010. Kantor Pusat beralamat di Sona Topas Tower Lt. 1-3, Jl. Jend. Sudirman Kav. 26, Jakarta 12920. Maybank Syariah berganti menjadi Bank Net Indonesia Syariah sejak 20 Des 2019. Kini beralamat di Gedung Millennium Centennial Center, Lt. 7, Jl. Jenderal Sudirman Kav. 25. Jakarta Selatan 12920.

Channel Youtube tidak ditemukan, produk syariah dipromosikan melalui channel Maybank. Sedangkan untuk channel Bank Net Syariah juga belum ada. Alamat website www.maybanksyariah.co.id dan sedang *maintenance* migrasi data ke www.banknetsyariah.co.id.

b. Unit Usaha Syariah

1) UUS dari PT Bank Danamon Indonesia

Beralamat di Menara Bank Danamon, Jl. HR. Rasuna Said Blok C No. 10, Karet Setiabudi, Jakarta Selatan 12940. Memiliki 10 Kantor Cabang dan 1 Kantor Cabang Pembantu. Sedangkan akses informasi melalui website: www.danamon.co.id. Telp. (021) 8064 5000 Fax: (021) 80645033.

2) UUS dari PT Bank Permata

Beralamat di Gedung World Trade Center (WTC) II, Jl. Jend. Sudirman Kav. 29-31 Jakarta 12920. Memiliki 11 Kantor Cabang, 2 Kantor Cabang Pembantu, dan 1 Kantor Kas. Pembantu. Sedangkan akses informasi melalui website: www.permatabank.com. Telp. (021) 5237788, Fax: (021) 5237253.

3) UUS dari PT Bank Maybank Indonesia

Beralamat di Gedung Sentral Senayan 3, Lt. 26, Jl. Asia Afrika No. 8, Gelora Bung Karno - Senayan, Jakarta Pusat 10270. Memiliki 14 Kantor Cabang dan 2 Kantor Cabang Pembantu. Sedangkan akses informasi melalui website: www.maybank.co.id. Telp. (021) 29228888, Fax: (021) 29228914.

4) UUS dari PT Bank CIMB Niaga

Beralamat di Graha Niaga / Niaga Tower Jl. Jend. Sudirman Kav. 58, Jakarta 12190. Memiliki 15 Kantor Cabang, 1 Kantor Cabang Pembantu, dan 3 Kantor Kas. Sedangkan akses informasi melalui website: www.cimbniaga.com. Telp. (021) 2505151, 2505252, 2505353, Fax: (021) 2505202, 2505205.

5) UUS dari PT Bank OCBC NISP

Beralamat di OCBC NISP Tower, Jl. Prof.Dr. Satrio Kav. 25, Jakarta Selatan 12950 dan memiliki 10 Kantor Cabang. Sedangkan akses informasi melalui website: www.ocbcnisp.com. Telp. (021) 25533888, Fax: (021) 57944000.

6) UUS dari PT Sinarmas

Beralamat di Sinarmas Land Plaza, Menara I, Lt. 1 &2 Jl. MH. Thamrin Kav. 51, Jakarta 10350. Memiliki 35 Kantor Cabang, 1 Kantor Cabang Pembantu, dan 12 Kantor Kas. Sedangkan akses informasi melalui website: www.banksinarmas.co.id. Telp. (021) 31990101, Fax: (021) 31990405.

7) UUS dari PT Bank Tabungan Negara (Persero)

Beralamat di Gedung Menara BTN, Jl. Gajah Mada No. 1, Jakarta 10130. Memiliki 24 Kantor Cabang, 55 Kantor Cabang Pembantu dan 7 Kantor Kas. Sedangkan akses informasi melalui website: www.btn.co.id. Telp. (021) 2310490, 6336789, 26533555, Fax: (021) 6346704.

8) UUS dari PT BPD DKI

Beralamat di Gd. Prasada Sasana Karya Jl. Suryopranoto No. 8, Jakarta Pusat. Memiliki 2 Kantor Cabang, 13 Kantor Cabang Pembantu, dan 5 Kantor Kas. Sedangkan akses informasi melalui website: www.bankdki.co.id. Telp. (021) 2314567 (HUNTING), Fax: (021) 3517660, 2310194, 2312884.

9) UUS dari PT BPD DIY

Beralamat di Jl. Tentara Pelajar No. 7, Yogyakarta. Memiliki 1 Kantor Cabang, 5 Kantor Cabang Pembantu, dan 3 Kantor Kas. Sedangkan akses informasi melalui website: www.bpddiy.co.id. Telp. (0274) 561614, Fax: (0274) 562303, 520955.

10) UUS dari PT BPD Jawa Tengah

Beralamat di Gedung Grinatha Jl. Pemuda No. 142, Semarang, Jawa Tengah 50132. Memiliki 5 Kantor Cabang, 14 Kantor Cabang Pembantu, dan 9 Kantor Kas. Sedangkan akses informasi melalui website: www.bankjateng.co.id. Telp. (024) 3547541, 3554025, Fax: (024) 3540170, 3520186, 3556529.

11) UUS dari PT BPD Jawa Timur

Beralamat di Jl. Basuki Rakhmat No. 98-104, Surabaya. Memiliki 7 Kantor Cabang dan 10 Kantor Cabang Pembantu. Sedangkan akses informasi melalui website: www.bankjatim.co.id. Telp. (031) 5310090-99, Fax: (031) 5311055.

12) UUS dari PT BPD Sumatera Utara

Beralamat di Jl. Imam Bonjol No. 18, Medan 20152. Memiliki 1 Kantor Cabang dan 2 Kantor Cabang Pembantu. Sedangkan akses informasi melalui website: www.banksumut.com. Telp. (061) 4155100, 4515100, Fax: (061) 4574153, 4574145, 4512652.

13) UUS dari PT BPD Jambi

Beralamat di Jl. Jend. A. Yani No. 18, Telanaipura, Jambi. Memiliki 5 Kantor Cabang dan 17 Kantor Cabang Pembantu. Sedangkan akses informasi melalui website: www.bankjambi.co.id. Telp. (0741) 60416, 60665, 62790, 64628, Fax: (0741) 64882.

14) UUS dari PT BPD Sumatera Barat

Beralamat di Jl. Pemuda No. 21, Padang 25117. Memiliki 5 Kantor Cabang dan 4 Kantor Cabang Pembantu. Sedangkan akses informasi melalui website: www.banknagari.co.id. Telp. (0751) 25055, 31577, 31578, Fax: (0751) 37749, 31491.

15) UUS dari PT BPD Riau dan Kepulauan Riau

Beralamat di Menara Dang Merdu BRK, Jl. Jend. Sudirman No. 462, Kota Pekanbaru. Memiliki 2 Kantor Cabang, 4 Kantor Cabang Pembantu, dan 7 Kantor Kas. Sedangkan akses informasi melalui website: www.bankriau.co.id. Telp. (0761) 47070, Fax: (0761) 33397, 21195, 40134, 40135.

16) UUS dari PT BPD Sumatera Selatan dan Bangka Belitung

Beralamat di Jl. Gubernur H. Ahmad Bastari No. 07 Kel. Silaberanti Kec. Seberang Ulu I Jakabaring Palembang. Memiliki 3 Kantor Cabang, 2 Kantor Cabang Pembantu, dan 4 Kantor Kas.

Sedangkan akses informasi melalui website: www.banksumselbabel.com. Telp. (0711) 5228080, Fax: (0711) 5228107.

17) UUS dari PT BPD Kalimantan Selatan

Beralamat di Jl. Lambung Mangkurat No. 7, Banjarmasin 70111. Memiliki 2 Kantor Cabang, 9 Kantor Cabang Pembantu, dan 1 Kantor Kas. Sedangkan akses informasi melalui website: www.bankbpdkalsel.co.id. Telp. (0511) 3350726-28, Fax: (0511) 57330, 50722.

18) UUS dari PT BPD Kalimantan Barat

Beralamat di Jl. Rahadi Oesman No. 10, Pontianak 78117. Memiliki 2 Kantor Cabang, 3 Kantor Cabang Pembantu, dan 6 Kantor Kas. Sedangkan akses informasi melalui website: www.bankkalbar.co.id. Telp. (0561) 732148, 734713, 736723, Fax: (0561) 734351, 745148, 745149.

19) UUS dari PT BPD Kalimantan Timur

Beralamat di Jl. Jend. Sudirman No. 33, Samarinda. Memiliki 2 Kantor Cabang, 19 Kantor Cabang Pembantu, dan 3 Kantor Kas. Sedangkan akses informasi melalui website: www.bankkaltim.com. Telp. (0541) 735500, 739563 - 567, Fax: (0541) 735580, 748362.

20) UUS dari PT BPD Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat

Beralamat di Jl. Dr. Sam Ratulangi No. 16, Makassar 90125. Memiliki 4 Kantor Cabang dan 1 Kantor Kas. Sedangkan akses informasi melalui website: www.banksulsel.co.id. Telp. (0411) 859171-72-73-74, 859176-181, Fax: (0411) 854611, 859178.

c. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

Untuk profil singkat Bank Pembiayaan Syariah akan penulis kelompokkan berdasarkan provinsi agar lebih mudah dikarenakan jumlahnya yang banyak yakni 164 bank diakhir tahun 2019.

1) Provinsi Bali (ada 1)

PT BPRS Syariat Fajar Sejahtera Bali PT BPRS Syariat Fajar Sejahtera Bali beralamat di Jl. Sunset Road Dewa Ruci 8 Blok 4 Kuta Badung Bali. Email: bprsfajarsejahtera@gmail.com. Telepon 0361-4756161.

2) Provinsi Banten (ada 8)

PT BPRS Musyarakah Ummat Indonesia, beralamat di Jl. KH Hasyim Ashari No. 8 Pd. Pucung Banten. Email: info@bprsmustindo.com. Telp. 02173457954 Fax: 02173457954.

PT BPRS Harta Insan Karimah, beralamat di Jl. Ciledug Raya No. 88D Kel. Cipadu, Kec. Larangan Banten. Alamat email: bprshikpst@gmail.com. Telp. 021-7301456 dan Fax: 021-7312461.

PT BPRS Muamalah Cilegon, beralamat di Jl. Raya Merak KM 7 Tegalwangi Rawaarum Gerogol Banten. Alamat email: bankmuamalahcilegon@gmail.com. Telp. 0254-571666.

PT BPRS Attaqwa, beralamat di Komplek Ruko Pasar Modern Mutiara Karawaci Blok D 17 -18 Banten. Alamat email: info@bprsattaqwa.co.id. Telp. 021-55658511 Fax: 021-55658512.

PT BPRS Wakalumi, beralamat di Komp. Ciputat Mutiara Centre Blok B1 Jl. Dewi Sartika Ciputat. Alamat email: wakalumiBPRS@hotmail.com. Telp. 021-7490874 Fax: 021-7442788.

PT BPRS Mulia Berkah Abadi, beralamat di Jl. Ceger Raya No.36A, RT.5/RW.2, Jurang Manggu Tim., Kec. Pd. Aren, Kota Tangerang Selatan, Banten 15222. Alamat email: bprsmulia@gmail.com. Telp. (021) 7342633 Fax: 0217342586.

PT BPRS Berkah Ramadhan, beralamat di Komplek Islamic Village Jl. Islmaic Raya No.1 Kel. Kelapa Dua Kec. Kelapa Dua Tangerang Banten. Alamat email: info@berkahramadhan.co.id. Telp. 021-5464444 Fax: 021-5463125.

PT BPRS Cilegon Mandiri, beralamat di Mandiri, Kav. 5 Komplek Sukma Jaya, Jl. Ahmad Yani, Jombang Wetan, Kec. Jombang, Kota Cilegon, Banten 42431. Alamat email: info@bprs-cilegonmandiri.com. Telp. 0254-391661 Fax: 0254-378545.

3) Provinsi Bengkulu (ada 2)

PT BPRS Muamalat Harkat, beralamat di Lubuk Sahung, Sukaraja, Kabupaten Seluma, Bengkulu 38877. Alamat email: muamalatharkat@gmail.com. Telp. 0736-7311330 Fax: 0736-7311407.

PT BPRS Adam, beralamat di Jl. Pangeran Natadirja No.244, Jl. Gedang, Kec. Gading Cemp, Kota Bengkulu, Bengkulu 38225. Alamat email: adamsyariah@gmail.com. Telp. 07367313477 Fax: 07367313477.

4) Provinsi DIY (ada 12)

PT BPRS Margirizki Bahagia, beralamat di Ruko Perwita Regency, Jl. Parangtritis, Randubelang, Bangunharjo, Kec. Sewon, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55143. Alamat email: bprs.mrb@gmail.com. Telp. 0274-370794 Fax: 0274-370794.

PT BPRS Bangun Drajat Warga, beralamat di Jl. Gedongkuning Selatan No.131, Pelem Mulong, Banguntapan, Kec. Banguntapan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55171. Alamat email: bprs.bdw@gmail.com. Telp. 0274-413552 Fax: 0274-452424.

PT BPRS Dana Hidayatullah, beralamat di Jl. Ngasem No.52 A, Kadipaten, Kecamatan Kraton, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55132. Alamat email: bprsdanahidayatullah@gmail.com. Tel. 0274-375819 Fax: 0274-375819.

PT BPRS Barokah Dana Sejahtera, beralamat di Jl. Magelang KM. 12.5, Tridadi, Wadas, Tridadi, Kec. Sleman,

Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55511. Alamat email: bprs_bds@yahoo.com. Telp. 0274-383009 Fax: 0274-383009.

PT BPRS Mitra Amal Mulia, beralamat di Jl. Ring Road Barat No. 9, Banyuraden, Gamping, Area Sawah, Banyuraden, Kec. Gamping, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55293. Alamat email: bprs_mam@yahoo.co.id. Telp. 0274-4539553 Fax: 0274-4539550.

PT BPRS Madina Mandiri Sejahtera, beralamat di Jl. Ringroad Selatan No.334, Dongkelan, Panggunharjo, Kec. Sewon, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55188. Alamat email: bank.madina.syariah@gmail.com. Telp. 02744283747 Fax: 0274413636.

PT BPRS Danagung Syariah, beralamat di Km 8.5 Mulungan, Jl. Magelang, Gilingan, Sendangadi, Kec. Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55285. Alamat email: bprs.danagungsyariah@yahoo.com. Telp. 0274869979 Fax: 0274869980.

PT BPRS Mitra Cahaya Indonesia, beralamat di Jl. Kaliurang No.28, Gondangan, Sardonoarjo, Kec. Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55581. Alamat email: bprsmci@gmail.com. Telp. 0274881159 Fax: 0274881159.

PT BPRS FORMES, beralamat di Jl. Gito Gati KM.1 Grojogan Pandowoharjo, Banaran, Sendangadi, Kec. Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55285. Alamat email: syariah_formes@yahoo.co.id. Telp. 0274-867575 Fax: 0274-867575.

PT BPRS Mitra Harmoni Yogyakarta, beralamat di Jl. Doktor Sutomo No.07, Bausasran, Kec. Danurejan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55211. Alamat email: mhy_syariah@yahoo.co.id. Telp. 0274 547774.

PT BPRS Cahaya Hidup, beralamat di Jl. Ngapak - Kentheng No.25, Kwarasan, Banyuraden, Kec. Gamping, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55293. Alamat email: bprscayahahidup@gmail.com. Telp. 02745304545 Fax: 02745304545.

PT BPRS Unisia Insan Indonesia, UII beralamat di Jl. Cik Di Tiro No.1, Terban, Kec. Gondokusuman, Kota Yogyakarta, Yogyakarta 55223. ALamat email: mail@banksyariahuii.co.id. Telp. 566510 Fax: 566510.

5) Provinsi DKI Jakarta (ada 1)

PT BPRS Cempaka Al Amin, beralamat di Jl. Ulujami Raya No.35, RT.11/RW.5, Ulujami, Kec. Pesanggrahan, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12250. Alamat email: amuchit93@gmail.com. Telp. (021) 73885819.

6) Provinsi Jawa Barat (ada 28)

PT BPRS Amanah Rabbaniah, beralamat di Jl. Raya Timur No.52, Banjaran Wetan, Kec. Banjaran, Bandung, Jawa Barat 40377. Alamat email: bprs_amanah_rabbaniah@yahoo.com. Telp. 022-594013 Fax: 022-5949230.

PT BPRS Amanah Ummah, beralamat di Jl. Raya Leuwiliang No.9, Leuwiliang, Kec. Leuwiliang, Bogor, Jawa Barat 16640. Alamat email: bprs@amanahummah.co.id. Telp. 0251-8647279 Fax: 0251-8648579.

PT BPRS Artha Karimah Irsyadi, beralamat di Jl. Jatiwaringin Raya 7-A, Jati Waringin, Pondok Gede, Jakarta, 17411, RT.005/RW.002, Jatiwaringin, Pondok Gede, Bekasi City, Jawa Barat 17411. Alamat email: irsyadibprs1@yahoo.com. Telp. 021-8466831 Fax: 021-8466831.

PT BPRS Bina Amwalul Hasanah, beralamat di JL. Cinere Raya, Blok D/102-B, Cinere, Jakarta, 16514, Cinere, Depok City,

West Java 16514. Alamat email: hasanahbank1993@yahoo.com. Telp. 021-7537562 Fax: 021-7544428.

PT BPRS Mentari, beralamat di Jl. Merdeka No.54, Haurpanggung, Kec. Garut Kota, Kabupaten Garut, Jawa Barat 44151. Alamat email: mentarigrt@yahoo.com. Telp. 0262232147 Fax: 0262236963.

PT BPRS Baiturridha Pusaka, beralamat di Jl. Kb. Jukut No.25, Babakan Ciamis, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40117. Alamat email: cs@brpusaka.com. Telp. 022-4231361 Fax: 022-4231379.

PT BPRS Harta Insan Karimah Bekasi, beralamat di Jl. Raya Narogong, Km 10, Bantar Gebang, Komplek Ruko Persada Blok B 19, RT.002/RW.003, Sepanjang Jaya, Kota Bekasi, Jawa Barat 17412. Alamat email: uswatunhasanah55@gmail.com. Telp. 021-88951810 Fax: 021-88958618.

PT BPRS Harta Insan Karimah Cibitung, beralamat di Jl. Rawa Semut Batu, RT.005/RW.009, Margahayu, Kec. Bekasi Tim., Kota Bekasi, Jawa Barat 17113. Alamat email: hik.internal@yahoo.com. Telp. 89466666.

PT BPRS AlMasoem, beralamat di Jl. Raya Majalaya - Rancaekek No.68, Bojongloa, Kec. Rancaekek, Bandung, Jawa Barat 40394. Alamat email: almasoembank@yahoo.com. Telp. 022-7796130.

PT BPRS Harum Hikmahnugraha, beralamat di Jl. Raya Leles No.2, Salamnunggal, Kec. Leles, Kabupaten Garut, Jawa Barat 44152. Alamat email: bprsharum@yahoo.co.id. Telp. 0262457790 Fax: 0262457790.

PT BPRS Daarut Tauhiid, beralamat di Jl. Jend. H. Amir Machmud No.510, Cibabat, Kec. Cimahi Utara, Kota Cimahi, Jawa Barat 40523. Alamat email: bprsdtd@gmail.com. Telp. 022-6613881 Fax: 022-6613881.

PT BPRS Al Wadi'ah, beralamat di Ruko I No. 10 H26, Jalan Pasar Induk Cikurubuk, Linggajaya, Mangkubumi, Linggajaya, Kec. Mangkubumi, Tasikmalaya, Jawa Barat 46181. Alamat email: bprs_alwadijah@yahoo.co.id. Telp. dan Fax: 0265-339675.

PT BPRS Artha Fisabilillah, beralamat di Graha BAF Syariah, Jl. Raya Bandung, No. 75, Sadewata, Sabandar, Kec. Sabandar, Kec. Cianjur, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat 43215. Alamat email: arthafisabilillah@gmail.com. Telp. 0263-265857 Fax: 0263-265857.

PT BPRS Al Ihsan, beralamat di Ruko Golden Squire No. 3A, Jl. Jaksa Naranata, Baleendah, Kec. Baleendah, Bandung, Jawa Barat 40375. Alamat email: bprs_alihisan@yahoo.com. Telp. 022-5949528.

PT BPRS Al Barokah, beralamat di Jl. Proklamasi No. 9, Abadijaya, Sukmajaya, Kota Depok, Jawa Barat 16411. Alamat email: barokahillahi@gmail.com. Telp. 021-7704330 Fax: 021-77829979.

PT BPRS Harta Insan Karimah Parahyangan, beralamat di Jl. Percobaan No.38B, Cileunyi Kulon, Cileunyi, Bandung, Jawa Barat 40622. Alamat email: cs@hikparahyangan.co.id. Telp. 022-87824603 Fax: 022-7836564.

PT BPRS Bina Rahmah, beralamat di Jl. Babakan Raya No.26, Babakan, Kec. Dramaga, Bogor, Jawa Barat 16680. Alamat email: bprsbotani@gmail.com. Telp. 0251-8621052 Fax: 0251-8621052.

PT BPRS Al Hijrah Amanah, beralamat di Jl. Proklamasi No.27, Abadijaya, Kec. Sukmajaya, Kota Depok, Jawa Barat 16411. Alamat email: bprs_aha.depok@yahoo.co.id. Telp. 021-77826709 Fax: 021-77826709.

PT BPRS Amanah Insani, beralamat di Jl. Raya Jatiwaringin No.109, RT.008/RW.3, Jatiwaringin, Kec. Pondokgede, Kota Bks,

Jawa Barat 17411. Alamat email: admin@bprsamanahinsani.com. Telp. 021-8497337 Fax: 021-8480239.

PT BPRS Rif'atul Ummah, beralamat di Jl. Ciomas Harapan, Ciomas, Bogor, Jawa Barat 16610. Alamat email: biru_bank@yahoo.co.id. Telp. dan Fax: 0251-8636972.

PT BPRS Insan Cita Artha Jaya, beralamat di Jl. Raya Parung 15 B - C, Parung, Kec. Parung, Bogor, Jawa Barat 16330. Alamat email: bprshikic@gmail.com. Telp. 0251-8616724 Fax: 0251-8603449.

PT BPRS Artha Madani, beralamat di Jl. KH. Noer Ali No.48, RT.003/RW.025, Kayuringin Jaya, Kec. Bekasi Sel., Kota Bks, Jawa Barat 17144. Alamat email: support@arthamadani.co.id. Telp. 021-89451323 Fax: 021-29600000.

PT BPRS Al Salaam Amal Salman, JL. Limo Raya No RT 002 RW 004 Kelurahan Limo Kecamatan Limo Depok. Alamat email: accounting@bprsalsalaam.co.id. Telp. 021-22964676 Fax: 021-22964678.

PT BPRS Patriot Bekasi, beralamat di Ruko Sentral Niaga Kalimalang Blok C1 No. 3, RT.001/RW.005, Kayuringin Jaya, Kec. Bekasi Selatan, Kota Bekasi, Jawa Barat 17144. Alamat email: admin@bprspatriot.com. Telp. 0218860708 Fax: 0218860708.

PT BPRS Al-Madinah Tasikmalaya, beralamat di Jl. Sutisna Senjaya No.99, Cikalang, Kec. Tawang, Tasikmalaya, Jawa Barat 46114. Alamat email: bprs.almadinah.tsm@gmail.com. Telp. 0265325033 Fax: 0265325036.

PT BPRS Mitra Harmoni Kota Bandung, beralamat di Jl. Soekarno-Hatta No.575, Gumuruh, Kec. Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat 40275. Alamat email: mhb.syariah@gmail.com. Telp. 022-7306639 Fax: 022-87309861.

PT BPRS Gotong Royong Kabupaten Subang, beralamat di Jl Otista No 115 C Karanganyar, Kec. Subang, Kabupaten Subang,

Jawa Barat 41211. bprs.gr@gmail.com. Telp. 021-29600000 Fax: 021-29600000.

PT BPRS Bogor Tegar Beriman, beralamat di Cibinong City Mall, blok A No.12A-B Jl. Tegar Beriman No.1, Pakansari, Cibinong, Bogor, Jawa Barat 16915. Alamat email: banksyariahbtb@gmail.com. Telp. 021-29335193 Fax: 021-29335195.

7) Provinsi Jawa Tengah (ada 26)

PT BPRS Ikhsanul Amal, beralamat di Jl. Yos Sudarso Barat 8A Kruwed Selokerto Sempor, Kruwed, Selokerto, Kec. Gombong, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah 54421. Alamat email: bprsikhsanulamal@gmail.com. Telp. 0287-472020 Fax: 0287-472020.

PT BPRS Gala Mitra Abadi, beralamat di Penganten, Putat, Kec. Purwodadi, Kabupaten Grobogan, Jawa Tengah 58114. Alamat email: bprs.galamitra@yahoo.com. Telp. 0292-4270111 Fax: 0292-4270011.

PT BPRS Asad Alif, beralamat di Jl. Samian No.30, Kebumen, Kec. Sukorejo, Kabupaten Kendal, Jawa Tengah 51363. Alamat email: bprs_asad_alif@yahoo.com. Telp. 0294 - 451593 Fax: 0294 - 451792.

PT BPRS Buana Mitra Perwira, beralamat di Jl. MT. Haryono No.267, Desa_karangsantul, Karangsantul, Kec. Padamara, Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah 53372. Alamat email: bprsbmp@gmail.com. Telp. 0281-894888 Fax: 0281-893341.

PT BPRS Artha Surya Barokah, beralamat di Jl. Kedungmundu No.134, Tandang, Kec. Tembalang, Kota Semarang, Jawa Tengah 50274. Alamat email: bprs_asb_smg@yahoo.com. Telp. 0246712660 Fax: 0246712660.

PT BPRS Suriyah, beralamat di Jl. DI Panjaitan No.47A, Gobok, Donan, Kec. Cilacap Tengah, Kabupaten Cilacap, Jawa

Tengah 53213. Alamat email: bprs_suriyah@yahoo.co.id. Telp. 0282-533558 Fax: 0282-536433.

PT BPRS Bina Amanah Satria, beralamat di Jl. Pramuka No.124, Sodagaran, Purwokerto Kulon, Kec. Purwokerto Sel., Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53141. Alamat email: bprsbaspwt@yahoo.co.id. Telp. 0281-642302 Fax: 0281-642302.

PT BPRS Khasanah Ummat, beralamat di Jl. Sunan Bonang No.mor 27, Dusun I, Tambaksari Kidul, Kecamatan Kembaran, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53182. Alamat email: bprskhasanahummat@gmail.com. Telp. 02816843115 Fax: 02816843115.

PT BPRS Artha Mas Abadi, beralamat di Jl. Raya Pati - Tayu No.KM.19, Kampunganyar, Waturoyo, Kec. Margoyoso, Kabupaten Pati, Jawa Tengah 59154. Alamat email: bprsama@yahoo.com. Telp. 0295-4150400 Fax: 0295-4150400.

PT BPRS Bina Finansia, beralamat di Jl. Soekarno Hatta No.9, Kalicari, Kec. Pedurungan, Kota Semarang, Jawa Tengah 50198. Alamat email: bprsbinasia@gmail.com. Telp. 02476729706 Fax: 02476729706.

PT BPRS Arta Leksana, beralamat di Jl. Perintis Kemerdekaan No.219-220, Gandasuli, Karangpucung, Kec. Purwokerto Sel., Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53142. Alamat email: artaleksana@gmail.com. Telp. 0281-643450 Fax: 0281-6510813.

PT BPRS Bumi Artha Sampang, beralamat di Jl. Tugu Barat Sampang, Kab. Cilacap, Prov. Jawa Tengah. Alamat email: bumiarthasampang2007@yahoo.com. Telp. 0282-697616 Fax: 0282-697617.

PT BPRS Artha Amanah Ummat, beralamat di Jl. Hos. Cokroaminoto No.1, Krajan, Ungaran, Kec. Ungaran Bar.,

Semarang, Jawa Tengah 50511. Alamat email: bprs.aau@gmail.com. Telp. dan Fax: 024-6924861.

PT BPRS Dana Mulia, beralamat di Jl. Agus Salim No.10, Sondakan, Kec. Laweyan, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57147. Alamat email: bprsdanamulia@yahoo.com. Telp. 0271727070.

PT BPRS Sukowati Sragen, beralamat di Jl. Sukowati No.348, Kebayan 1, Sragen Kulon, Kec. Sragen, Kabupaten Sragen, Jawa Tengah 57211. Alamat email: pdbprs_srg@yahoo.com. Telp. 0271-891186 Fax: 0271-893791.

PT BPRS Dana Amanah Surakarta, beralamat di Jl. K.H Samanhudi No.162, Sondakan, Kec. Laweyan, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57146. Alamat email: bprs_danaamanah_udin@yahoo.com. Telp. 0271 725754 Fax: 0271 7466965.

PT BPRS Central Syariah Utama, beralamat di Jl. Hasanudin, Mangkubumen, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57139. Alamat email: bprs.csu@gmail.com. Telp. 0271-710457 Fax: 0271-742909.

PT BPRS Al Mabrur Klaten, beralamat di Jl. Raya Klaten-Solo Kerun baru No. Km. 04, Sidorejo, Belang Wetan, Kec. Klaten Utara, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah 57438. Alamat email: bprsalabrur@ymail.com. Telp. 0272 330697 Fax: 0272 330697.

PT BPRS Meru Sankara, beralamat di Jl. Magelang - Yogyakarta No.Km, RW.12, Palbapang, Bojong, Kec. Mungkid, Kab. Magelang, Jawa Tengah 56152. Alamat email: merusankara@yahoo.co.id. Telp. 0293-3281122.

PT BPRS Gunung Slamet, beralamat di Jl. Wahidin, Sidakaya, Cilacap Selatan, Sidakaya Dua, Sidakaya, Kec. Cilacap Sel., Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah 53211. Alamat email: syariah_gunungslamet@ymail.com. Telp. 0282 520333 Fax: 0282-520550.

PT BPRS Mitra Harmoni Kota Semarang, beralamat di Jl. Majapahit No.170B, Gayamsari, Kec. Gayamsari, Kota Semarang, Jawa Tengah 50248. Alamat email: www.bprsmhs@gmail.com. Telp. 02476745648 Fax: 02476745649.

PT BPRS Insan Madani, beralamat di Jl. A. Yani No.183, Dusun III, Kartasura, Sukoharjo, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 57163. Alamat email: insanmadanibprs@gmail.com. Telp. 0271-782223.

PT BPRS Dharma Kuwera, beralamat di Jl. Sersan Sadikin, Peraksangkal, Jonggrangan, Kec. Klaten Utara, Kab. Klaten, Jawa Tengah 57431. Alamat email: bprsdharmakuwera@yahoo.co.id. Telp. 0272-326062 Fax: 0272-3352566.

PT BPRS Saka Dana Mulia, beralamat di Jl. Jend. Sudirman No.216, Salam Kidul, Tumpangkrasak, Kec. Bae, Kab. Kudus, Jawa Tengah 59349. Alamat email: bprssakadanamulia@gmail.com. Telp. 0291-4252111 Fax: 0291-4252111.

PT BPRS Harta Insan Karimah Surakarta, beralamat di Jl. Brigjen Sudiarto, Joyotakan, Kec. Grogol, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57157. Alamat email: bprs.hik_ska@yahoo.com. Telp. 0271-639636 Fax: 0271-669377.

PT BPRS Harta Insan Karimah Tegal, beralamat di Jl. Kolonel Sugiono No.95, Kemandungan, Kec. Tegal Barat, Kota Tegal, Prov. Jawa Tengah 52114. Alamat email: Adm.Hiktegal@gmail.com. Telp. 0283-354657 Fax: 0283-340918.

8) Provinsi Jawa Timur (ada 28)

PT BPRS Baktimakmur Indah, beralamat di Jl. Raya Candi No.39, Candi Jaya, Candi, Kec. Candi, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61271. Alamat email: baktimakmur.indah@yahoo.com. Telp. 031-8978604 Fax: 031-8978605.

PT BPRS Asri Madani Nusantara, beralamat di Jl. Sentot Prawirodirdjo, Kaliwates Kidul, Kaliwates, Kec. Kaliwates,

Kabupaten Jember, Jawa Timur 68131. Alamat email: info@bprsasri.co.id. Telp. 0331424646 Fax: 0331424646.

PT BPRS Bhakti Haji, beralamat di Jl. Suropati Raya No.137A, Bululawang, Kec. Bululawang, Malang, Jawa Timur 65171. Alamat email: bhahama_syariah@yahoo.co.id. Telp. 0341836800 Fax: 0341833189.

PT BPRS Amanahsejahtera, beralamat di Jl. Kalimantan Jl. Raya Sukomulyo No.107, Cerme Kidul, Kec. Manyar, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61151. Alamat email: bprsamanah@gmail.com. Telp. 031-3930204-06 Fax: 031-3930207.

PT BPRS Daya Artha Mentari, beralamat di Jl. R.A.Kartini No.37, Dermo, Kec. Bangil, Pasuruan, Jawa Timur 67153. Alamat email: dayaaarthamentari@yahoo.co.id. Telp. 0343747095 Fax: 0343746765.

PT BPRS Al Maburr Babadan, beralamat di Jl. May.Jend. Sutoyo No.23, Krajan, Cekok, Kec. Babadan, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur 63491. Alamat email: bprsyariahalmaburr@gmail.com. Telp. 0352-481178 Fax: 0352-484647.

PT BPRS Ummu, beralamat di Jl. Mangga No. 857 Bangil Kab. Pasuruan Jawa Timur. Alamat email: bprs.ummuh@yahoo.com. Telp. 0343-742218 Fax: 0343-747355.

PT BPRS Bumi Rinjani Batu, beralamat di Jl. Dewi Sartika No.10, Temas, Kec. Batu, Kota Batu, Jawa Timur 65315. Alamat email: rinjanibatu@ymail.com. Telp 0341596577 Fax: 0341596577.

PT BPRS Situbondo, beralamat di Jl. Jawa, Krajan Mimbaan, Mimbaan, Kec. Panji, Kabupaten Situbondo, Jawa Timur 68323. Alamat email: bprssitubondo@gmail.com. Telp. 0338-676121 Fax: 0338-676121.

PT BPRS Bhakti Sumekar, beralamat di Jl. Trunojoyo no. 137 Sumenep, Jawa Timur 69416. Alamat email: info@bhaktisumekar.co.id. Telp. 0328-672388 Fax: 0328-665638.

PT BPRS Lantabur Tebuireng, beralamat di l. A. Yani Ruko Citra Niaga Blok E-11 Pasar Legi Jombang. Alamat email: lantabur.pst@gmail.com. Telp. 0321-853471 Fax: 0321-853489.

PT BPRS Bumi Rinjani Kepanjen, beralamat di Jl. Ahmad Yani No.130, Ardirejo, Kec. Kepanjen, Malang, Jawa Timur 65163. Alamat email: burin.kepanjen@gmail.com. Telp. 0341395491 Fax: 0341395490.

PT BPRS Karya Mugi Sentosa, beralamat di Ruko Kartika Niaga Blok GC No.14 Kebraon Selatan V Kota Surabaya. Alamat email: bprskms@gmail.com. Telp. 031-8485888 Fax: 031-8470881.

PT BPRS Jabal Nur Tebuireng, beralamat di Jl. Gayungsari Barat No.89, Gayungan, Kec. Gayungan, Kota SBY, Jawa Timur 60235. Alamat email: bprs_jabalnur_sby@yahoo.co.id. Telp. 031-8294135 Fax: 031-8296069.

PT BPRS Mandiri Mitra Sukses, beralamat di Ruko Andalusia Square Blok A7 JL. RA Kartini Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61111. Alamat email: admin@bankmitrasyariah.com. Telp. 0313980089 Fax: 0313980089.

PT BPRS Sarana Prima Mandiri, beralamat di Jl. Kh Agus Salim 20 Pamekasan Kab. Pamekasan. Alamat email: spm.pusat@gmail.com. Telp dan Fax: 0324-326696.

PT BPRS Tanmiya Artha, beralamat di Ruko Brawijaya 40/A 17 Jl. Brawijaya Kota Kediri jawa Timur. Alamat email: tanmiya_artha@yahoo.com. Telp.0354-6883333 Fax: 0354-689300.

PT BPRS Annisa Mukti, beralamat di Jl. Letjen Suprpto No.12 C, Kepuh, Kepuhkiriman, Kec. Waru, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61256. Alamat email: bprs_am@yahoo.co.id. Telp. 031-8673930 Fax: 031-8690352.

PT BPRS Madinah, beralamat di Jl. Lamongrejo No.77, Krajan, Sidokumpul, Kec. Lamongan, Kabupaten Lamongan, Jawa

Timur 62213. Alamat email: bank.madinah@gmail.com. Telp. 0322314999 Fax: 0322324999.

PT BPRS Artha Pamenang, beralamat di JL. Soekarno Hatta No. 107 A Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64211. Alamat email: Bprs_arthapamenang@yahoo.com. Telp. 0354-694123 Fax: 0354-673399.

PT BPRS Rahma Syariah, beralamat di Jl. Dr. Wahidin Sudirohusodo No.85, Gurah II, Gurah, Kec. Gurah, Kediri, Jawa Timur 64181. Alamat email: bprsrahmasyariah@yahoo.co.id. Telp. 0354546266 Fax: 0354546261.

PT BPRS Mitra Harmoni Kota Malang, beralamat di Jl. A. Yani No.20 G, Blimbing, Kec. Blimbing, Kota Malang, Jawa Timur 65126. Alamat email: mhm.syariah@gmail.com. Telp. 0341-474630 Fax: 0341-411747.

PT BPRS Unawi Barokah, beralamat di Ruko Wadung Asri Permai Blok B No.7 Jl.Raya Wadungasri No.46-48 Kel. Wadung Asri, Kec. Waru, Wadungasri, Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61256. Alamat email: unawibarokah@hotmail.com. Telp. 031-8678185 Fax: 031-8678185.

PT BPRS Kota Mojokerto, beralamat di Jl. Mojopahit No.388, Mergelo, Kranggan, Kec. Prajurit Kulon, Kota Mojokerto, Jawa Timur 61323. Alamat email: bprskotamojokerto@gmail.com. Telp. 0321-331940 Fax: 0321-331941.

PT BPRS Magetan, beralamat di Jl. Yos Sudarso No 52 Kabupaten Magetan, Jawa Timur 63319. Alamat email: banksyariahmagetan@yahoo.co.id. Telp. 0351-891448 Fax: 0351-891549.

PT BPRS Bakti Artha Sejahtera Sampang, beralamat di JL KH Hasim No.69, Rw. X, Gn. Sekar, Kec. Sampang, Kab. Sampang, Jawa Timur 69216. Alamat email: bprsbassampang@gmail.com. Telp. 0323-321574 Fax: 0323-321628.

PT BPRS Mitra Mentari Sejahtera, beralamat di Jl. Sultan Agung No.47, Bangunsari, Nologaten, Kec. Ponorogo, Kab. Ponorogo, Jawa Timur 63419. Alamat email: bankmitraponorogo@gmail.com. Telp. 0352-3576800 Fax: 0352-3591138.

PT BPRS Kabupa, beralamat di JL. Sultan Agung No.121 Kabupaten Ngawi, Jawa Timur 63419. Alamat email: banksyariahngawi@gmail.com. Telp. 0351-4476408 Fax: 0351-4476408.

9) Provinsi Kalimantan Selatan (ada 1)

PT BPRS Barkah Gemadana, beralamat di Jl. A. Yani No.Km. 6.800, Pemurus Luar, Kertak Hanyar, Banjar, Kalimantan Selatan 70654. Alamat email: gemadana_syariah@yahoo.co.id. Telp. 0811-517-2919.

10) Provinsi Kalimantan Tengah (ada 1)

PT BPRS Mitra Amanah beralamat di Jl. Raden Saleh, Menteng, Kec. Jekan Raya, Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah 74874. Alamat email: adm.operasional08@gmail.com. Telp. 0536-3242448.

11) Provinsi Kalimantan Timur (ada 1)

PT BPRS Manfaatsyariah beralamat di Jl.Propinsi RT.005/RW.02 NO.35 Penajam Kab.PPU – Kalimantan Timur. Alamat email: bprs_ibadurrahman@yahoo.co.id. Telp.0542-7200456 Fax.0542-7200456.

12) Provinsi Kep. Bangka Belitung (ada 1)

PT BPRS Bangka, beralamat di Ruko TJ Tower No. 21–22, Jl. Kampung Melayu Kel. Bukit merapin, Kec. Gerunggang, Pangkalpinang, Prov. Kep. Bangka Belitung Telp:(0717)9103626. Fax: (0717)9103567. E-mail: bsb@asia.com / bsb@bprsbabel.com. Website: www.bprsbabel.com.

13) Provinsi Kep. Riau (ada 2)

PT BPRS Syarikat Madani, beralamat di Air Raja, Kec.Tanjungpinang Kota Tanjung Pinang, Kepulauan Riau. Email: syarikatmadani@gmail.com. Telp.0778-424550. Fax: 0778-424220

PT BPRS Vitka Central beralamat di Jl.Pembangunan, Komplek Windsor Central Blok B No.8-9, Lubuk Baja Kota Lubuk Baja, Batam City, Kepulauan Riau 29432. Alamat email: info@bprsvitkacentral.com. Telp:0778 428788.

14) Provinsi Lampung (ada 11)

PT BPRS Bandar Lampung, beralamat di Jl. P. Antasari No.148, Tj. Baru, Kedamaian, Kota Bandar Lampung, Lampung 35133. Alamat email: bprsbandarlampung@yahoo.com. Telp: 0721-773972. Fax: 0721-773973.

PT BPRS Tanggamus, beralamat di Jl. Merdeka, Baros, Kota Agung, Kabupaten Tanggamus, Lampung 35384. Alamat email: mybprs_01@yahoo.co.id. Telp. 0722-22328. Fax.0722-21800.

PT BPRS Metro Madani, beralamat di Jl. AH Nasution No. 74, Yosorejo, Kec. Metro Timur, Kota Metro, Lampung 34124. Alamat email: bprsmetromadani@gmail.com. Telp. 0725-44365.

PT BPRS Rajasa, beralamat di Jalan Proklamator Raya Nomor 14 C, Bandar Jaya Barat, Kecamatan Terbanggi Besar, Kabupaten Lampung Tengah, Lampung 34162. Alamat email: rajasa.syariah@gmail.com. Telp: 0725-25888. Fax: 0725-26999.

PT BPRS Kotabumi, beralamat di Jl. Soekarno Hatta No.181/45, Tj. Aman, Kec. Kotabumi Selatan, Kabupaten Lampung Utara, Lampung 34516. Email: banksyariahkotabumi@gmail.com. Telp: 0724 328907 Fax: 0724 328917.

PT BPRS Lampung Timur, beralamat di Labuhan Ratu Satu, Way Jepara, Kabupaten Lampung Timur, Lampung 34396. Alamat email: bprs_lt@yahoo.com. Telp: 0725-640698. Fax: 0725-640678.

PT BPRS Way Kanan, beralamat di Jl. Lintas Sumatera, Tiuh Balak, Baradatu, Kabupaten Way Kanan, Email: Lampung 34761. Alamat email: bprswaykanan@gmail.co.id. Telp: 0723475065. Fax: 0723475031.

PT BPRS Mitra Agro Usaha, beralamat di Jl. Hayam Wuruk No.95, Sawah Lama, Kec. Tj. Karang Tim., Kota Bandar Lampung, Lampung 35128. Alamat email: bprsmdu@gmail.com. Telp. 0721258479 Fax: 0721258754.

PT BPRS Aman Syariah, beralamat di Jl. Raya Sekampung, Sumber Gede, Sekampung, Kabupaten Lampung Timur, Lampung 34382. Alamat email: bprs_amansyariah@yahoo.co.id. Telp: 0725-5100000 Fax: 0725-7851423.

PT BPRS Lampung Barat, beralamat di Jalan Raden Ajeng Kartini No 78, Pasar Liwa, Balik Bukit, West Lampung Regency, Lampung 34813. Alamat email: bprs.lambar@gmail.com. Telp: 0728-21593 Fax: 0728-21857.

PT BPRS Tani Tulang Bawang Barat beralamat di Jl. Pangeran Diponegoro, Panaragan Jaya Utama, Tulang Bawang Tengah, Kab. Tulang Bawang Barat, Lampung 34693. Email: bprstani@gmail.com. Telp: 0726 7575040. Fax: 0726 7575039.

15) Provinsi Maluku Utara (ada 3)

PT BPRS Bahari Berkesan beralamat di Jl. Sultan I. M. Djabir Sjah Kelurahan Gamalama Kecamatan Ternate Tengah Kota Ternate. Email: bprs.bahari@yahoo.com. Telp: 0921-3124849. Fax: 0921-3124842.

PT BPRS Bobato Lestari beralamat di Jl. Kemakmuran, Tuguwaji Kota Tidore Kepulauan. Alamat email: bprs.bobatolestari@gmail.com. Telp: 0921-3161005 Fax: 0921-3161005.

PT BPRS Saruma Sejahtera beralamat di Tomori, Bacan, Kabupaten Halmahera Selatan, Maluku Utara. Alamat email: admin@sarumasejahtera.com. Telp. 09272131473.

16) Provinsi NAD (ada 10)

PT BPRS Tengku Chiek Dipante, beralamat di JL. Sultan Iskandar Muda, No. 15, Sigli, Gampong Pie, Banda Aceh, Kota Banda Aceh, Aceh. Email: bprs.td@gmail.com. Telp: 0653-24987. Fax: 0653-21488.

PT BPRS Baiturrahman, beralamat di Jl. Mata Ie, Lam Bheu, Kec. Darul Imarah, Kabupaten Aceh Besar, Aceh 23233. Alamat email: pt.bprsyariahbaiturrahman@yahoo.co.id. Telp. 0651-6302328.

PT BPRS Rahmah Hijrah Agung, Jl. Merdeka No.1-2 Komplek Aceh Kongsi, Gampong Baroh, Peusangan, Kabupaten Bireuen, Aceh 24261. Alamat email: bprs.rha@gmail.com. Telp. 0645630176 Fax: 064541528.

PT BPRS Gayo, Jl. Mahkamah No.151, Asir Asir Asia, Lut Tawar, Kabupaten Aceh Tengah, Aceh 24514. Alamat email: bprsyariah.renggali@yahoo.com. Telp. 0643-24298 Fax: 0643-22885.

PT BPRS Adeco, JL. Jend. A. Yani, No. 92, Gampong Jawa, Langsa Kota, Kota Langsa, Aceh 24354. Alamat email: bankbprsadeco@gmail.com. Telp. 0641-23119 Fax: 0641-23120.

PT BPRS Kota Juang, Jl. Sultan Iskandar Muda No 9 Aceh Jeumpa/Bireuen, Nanggroe Aceh Darussalam. Alamat email: bprskotajuang@yahoo.co.id. Telp. 0644-324814.

PT BPRS Rahmania Dana Sejahtera, Jl. T. Panglima Polem No. 36 Kota Juang Kabupaten Bireuen, Aceh 24251. Alamat email: bprsrahmania@yahoo.co.id. Telp. 0644323019 Fax: 064421020.

PT BPRS Serambi Mekah, Jl. Jenderal Ahmad Yani No.26-27, Paya Bujok Tunong, Langsa Baro, Kota Langsa, Aceh 24354.

Alamat email: bprsserambimekah@gmail.com. Telp. 0641-21889
Fax: 0641-21890.

PT BPRS Oloan Ummah Sidempuan, Jl. Sisingamangaraja No.151, Sitamiang, Padangsidempuan Sel., Kota Padang Sidempuan, Sumatera Utara 22711. Alamat email: bprs_oloan_ummah_sidempuan@yahoo.com. Telp. 0651-3615049.

PT BPRS Hikmah Wakillah, beralamat di Jl. Sri Ratu Safiatuddin No.11-13, Peunayong Banda Aceh. Alamat email: bprs_hikmah@yahoo.com. Telp. 065131055 Fax: 065125509.

17) Provinsi NTB (ada 3)

PT BPRS Tulen Amanah beralamat di Jl. Raya Paokmotong Masbagik Lotim, Selong, Kembang Sari, Selong, Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat 83618. Alamat email: bprs_tulenamanah@yahoo.co.id. Telp: 0376 631376. Fax: 0376 631376.

PT. BPRS PNM Patuh Beramal beralamat di Jl. Sandubaya Blok U No.35, Bertais, Kec. Sandubaya, Kota Mataram, Nusa Tenggara Bar. 83236. Alamat email: patuhberamal@gmail.com. Telp: 0370-673756 Fax: 0370-673756.

PT BPRS Dinar Ashri beralamat di Jl. Sriwijaya, Punia, Kec. Mataram, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat. Alamat email: kantorporusat@bprsdinarashri.co.id. Telp. 0370-626777 Fax: 0370-636963

18) Provinsi Riau (ada 2)

PT BPRS Hasanah beralamat di Jl. H.R.Soebrantas No.87 Panam Pekanbaru, Riau 28293. Alamat email: hasanah_BPRS@yahoo.co.id. Telp. 07617682202 0851000682202. Fax: 0761562044.

PT BPRS Berkah Dana Fadhillah beralamat di Jl. Bangkinang - Pekanbaru, Km. 50, Airtiris, Tambang, Kec. Tambang, Kabupaten

Kampar, Riau 28458. Email: bprs_berkah@yahoo.com. Telp. 0762323379 Fax: 0762322447.

19) Provinsi Sulawesi Barat (ada 1)

PT BPRS Nurul Ikhwan beralamat di Jl. R. Suparman Ruko No. 22 Komp. Pasar Ikan Wonomulyo. Alamat email: nurulikhwanbprs@gmail.com. Telp: 042851238

20) Provinsi Sulawesi Selatan (ada 7)

PT BPRS Indo Timur beralamat di Jl. Rappocini Raya No. 212. Makassar, Sulawesi Selatan. Alamat email: bprsindotimur212@gmail.com. Telp: 0411-830111. Fax: 0411-830111.

PT BPRS Dana Moneter beralamat di Jl. G. Bawakaraeng No.90A, Wajo Baru, Kec. Bontoala, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90151. Email: bpr_danamoneter@yahoo.co.id. Telp: 0411-424150. Fax: 0411-458444.

PT BPRS Surya Sejati beralamat di Jl. Mallengkeri Luar No.17, Mangasa, Kec. Tamalate, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90221. Email: ptbprssuryasejati@yahoo.co.id. Telp: 0418-22035. Fax: 0418-22035.

PT BPRS Niaga Madani beralamat di Jl. Letjen Hertasning No.18, Kassi-Kassi, Kec. Rappocini, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90222. Email: bprsniagamadani@yahoo.co.id. Telp: 0411455554.

PT BPRS Gowata beralamat di Lonjoboko, Parangloe, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan 92173. Email: army.gowata@gmail.com. Telp: 0411-822786. Fax: 0411-822786.

PT BPRS Investama Mega Bakti beralamat di jl. Lanto Dg. Pasewang No.26 A, Maricaya Sel., Kec. Mamajang, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90113. Email: imbbprs@yahoo.co.id. Telp: 0411-8111006. Fax: 0411-8111051.

PT BPRS Harta Insan Karimah Makassar beralamat di Jl. Sunu No.46, Timungan Lompoa, Kec. Bontoala, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90213. Email: bprshik_mks@yahoo.com. Telp. 0411-4670078. Fax: 0411-4670078.

21) Provinsi Sumatera Barat (ada 7)

PT BPRS Mentari Pasaman Saiyo beralamat di Jalan M. Natshir, Jl. Simpang IV, Ladang Laweh, Kec. Banuhampu, Kab. Agam, Sumatera Barat 26366. Email: bprs_mps@ymail.com. Telp: 0753466218 Fax: 075365183.

PT BPRS Carana Kiat Andalas beralamat di Jl. Simpang Ampek Padang Luar-Ladang. Email: ptbprscka@gmail.com. Telp. 07531313 Fax: 0752624817.

PT BPRS Ampek Angkek Candung beralamat di Jl. Surau Pinang, Ampang Gadang, Kec. Ampek Angkek, Kabupaten Agam, Sumatera Barat 26132. Alamat email: bprs_aac@yahoo.co.id. Telp. 75231650 Fax: 0752626146.

PT BPRS Haji Miskin beralamat di Jl. Raya Bukittinggi - Padang Panjang Km. 10, Pandai Sikek, Batu Palano, Sungai Pua, Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat 27151. Alamat email: bprshajimiskin@gmail.com. Telp: 075249822 Fax: 0752498333.

PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas beralamat di Jl. Datuk Perpatih Nan Sabatang No.807, Aro IV Korong, Lubuk Sikarah, Solok, Sumatera Barat 27317. Email: bprs_barokah@yahoo.co.id. Telp: 0755325421 Fax: 0755324226.

PT BPRS Al Makmur beralamat di Jl. Payakumbuh - Suliki, Limbanang, Suliki, Kabupaten Lima Puluh Kota, Sumatera Barat 26255. Email: bprsalmakmurpyk@gmail.com Telp: 075297784. Fax: 0752748907.

PT BPRS Gajahtongga Kotopiliang beralamat di Pasar Inpres Blok A Lt.1, Silungkang, Sumatera Barat. Alamat email: bpr.gajahtongga@yahoo.co.id. Telp: 075591345 Fax: 075591533.

22) Provinsi Sumatera Selatan (ada 1)

PT BPRS Al Falah beralamat di Jl. Palembang Betung, Sukajadi, Talang Klapa, 30761, Sukamoro, Kec. Talang Klp., Kabupaten Banyu Asin, Sumatera Selatan 30961. Alamat email: banksyariahalfalah@gmail.com. Telp: 0711430028. Fax: 0711432008.

23) Provinsi Sumatera Utara (ada 7)

PT BPRS Amanah Bangsa beralamat di Jl. Ade Irma Suryani No.3, Melayu, Kec. Siantar Utara, Kota Pematang Siantar, Sumatera Utara 21146. Email: amanah.bangsa@yahoo.co.id. Telp: 021-29600000. Fax: 021-29600000.

PT BPRS Al Washliyah beralamat di Jl. Gunung Krakatau No.28, Glugur Darat II, Kec. Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara 20238. Email: bprsalwashliyah@yahoo.com. Telp: 061-6639078. Fax: 061-6639075.

PT BPRS Gebu Prima beralamat di Jl. Utama, No. 2 A, Kota Matsum II, Kec. Medan Area, Kota Medan, Sumatera Utara 20216. Alamat email: ptbprsgebuprima@yahoo.co.id. Telp: 061-7334806 Fax: 061-7321706.

PT BPRS Puduarta Insani beralamat di Jl. Besar Tembung No.13 A, Hutan, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20371. Email: bprspuduartainsani@yahoo.co.id. Telp: 0617384689. Fax: 0617385849.

PT BPRS Al-Yaqin beralamat di Jl. Sisingamangaraja NO. 585 Simalungun, Sumatera Utara. Anal email: bprs_alyaqin@yahoo.co.id. Telp: 62296235.

PT BPRS Sindanglaya Kotanapan beralamat di Jl. Perintis Kemerdekaan No.14, Huta Padang Sm, Kotanopan, Kabupaten Mandailing Natal, Sumatera Utara 22994. Alamat email:

sindanglayakotanopan@yahoo.co.id. Telp: 63641622. Fax: 63641144.

PT BPRS Amanah Insan Cita beralamat di Komplek MMTC, Jl. Williem Iskandar, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20222. Email: bprsamanahinsancita@yahoo.co.id. Telp: 061-6628400. Fax: 061-6627949.

2. Daftar Channel Youtube Perbankan Syariah

Berdasarkan hasil penelusuran melalui pencarian dan pengamatan di internet. Maka untuk channel youtube yang diteliti dibagi dalam 3 kategori yakni:

- Channel youtube milik Bank Umum Syariah sebanyak 12 channel
- Channel youtube Unit Usaha Syariah yang menginduk pada Bank Konvensional sebanyak 13 channel
- Channel youtube Bank Pembiayaan Syariah sebanyak 31 channel dari 164 BPRS di seluruh Indonesia

Berikut ini penulis sajikan table daftar link dari channel Youtube yang penulis dapatkan melalui mesin pencarian/ penelusuran google⁷³:

Tabel 3 Daftar Link Channel Youtube Perbankan Syariah di Indonesia

NO	NAMA BANK SYARIAH	CHANNEL YOUTUBE	
		ALAMAT	SEJAK
BANK UMUM SYARIAH			
1	PT. BPD Nusa Tenggara Barat Syariah	https://www.youtube.com/channel/UC1EW3V78pYMDZSdqvZt1ZNg/videos?view=0&sort=p&flow=grid	07/11/2020
2	PT. Bank Muamalat Indonesia	https://www.youtube.com/channel/UCtqkVl3ce3k2PoIITVQJ8_g/videos?view=0&sort=p&flow=grid	26/02/2016
3	PT. Bank Victoria Syariah	https://www.youtube.com/c/BankVictoriaID/videos?view=0&sort=p&flow=grid	01/02/2019

⁷³ Penulis melakukan penelusuran dan pencarian alamat atau link channel youtube melalui mesin pencari (*browser*) www.google.com dengan menggunakan aplikasi *chrome*, *mozilla firefox*, dan *internet explorer* mulai tanggal 10 Oktober 2020 hingga 1 Desember 2020.

4	PT. Bank BRISyariah	https://www.youtube.com/channel/UCj5ydHbgIzfgz2BW1awHW5w/videos?view=0&sort=p&flow=grid	05/03/2013
5	PT. Bank Jabar Banten Syariah	https://www.youtube.com/channel/UCv-KoOQqe1VsU2nBZXhW27g/videos?view=0&sort=p&flow=grid	12/07/2018
6	PT. Bank BNI Syariah	https://www.youtube.com/user/CorcomBNI/Syariah/videos?view=0&sort=p&flow=grid	01/05/2013
7	PT. Bank Syariah Mandiri	https://www.youtube.com/channel/UCDCCcaZKA85NUb_y49MiUIQ/videos?view=0&sort=p&flow=grid	22/06/2015
8	PT. Bank Mega Syariah	https://www.youtube.com/c/BankMegaSyariahID/videos?view=0&sort=p&flow=grid	19/10/2016
9	PT. Bank Panin Dubai Syariah	https://www.youtube.com/channel/UCkgzWJJC6xAtUMxMYn6zOzA/videos?view=0&sort=p&flow=grid	21/01/2018
10	PT. Bank Syariah Bukopin	https://www.youtube.com/channel/UCV4ggJq--NSHEqf2RfVExw/videos?view=0&sort=p&flow=grid	27/12/2015
11	PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah	https://www.youtube.com/c/BTPNSyariah/videos?view=0&sort=p&flow=grid	26/09/2018
12	PT. Maybank Syariah Indonesia	https://www.youtube.com/user/MaybankVideos/videos?view=0&sort=p&flow=grid	30/07/2011
UNIT USAHA SYARIAH			
1	PT Bank Danamon Indonesia, Tbk	https://www.youtube.com/c/BankDanamonId/videos?view=0&sort=p&flow=grid	02/06/2016
2	PT Bank Permata, Tbk	https://www.youtube.com/c/PermataBankID/videos?view=0&sort=p&flow=grid	24/10/2014
3	PT Bank Maybank Indonesia, Tbk	https://www.youtube.com/user/MaybankVideos/videos?view=0&sort=p&flow=grid	30/07/2011
4	PT Bank CIMB Niaga, Tbk	https://www.youtube.com/user/cimbniagatv/videos?view=0&sort=p&flow=grid	02/04/2011
5	PT Bank OCBC NISP, Tbk	https://www.youtube.com/user/BankOCBCNISP/videos?view=0&sort=p&flow=grid	09/01/2011
6	PT Bank Sinarmas	https://www.youtube.com/c/BankSinarmasOfficial/videos?view=0&sort=p&flow=grid	10/02/2016
7	PT Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk.	https://www.youtube.com/channel/UC37h7l5aJKQqnb7mqO9aJAA/videos?view=0&sort=p&flow=grid	07/04/2016
8	PT BPD DKI	https://www.youtube.com/channel/UCLZIDLyYwZBpQMQtvD0VJZw/videos?view=0&sort=p&flow=grid	02/05/2018

9	PT BPD Daerah Istimewa Yogyakarta	https://www.youtube.com/channel/UCYG-P-JhDURDvE9r2P60YLg/videos?view=0&sort=p&flow=grid	21/07/2020
10	PT BPD Jawa Tengah	https://www.youtube.com/c/BankjatengIdBPDJateng/videos?view=0&sort=p&flow=grid	28/07/2015
11	PT BPD Jawa Timur, Tbk	https://www.youtube.com/c/officialBankJatim/videos?view=0&sort=p&flow=grid	15/04/2014
12	PT BPD Riau dan Kepulauan Riau	https://www.youtube.com/channel/UCmL7-bQB-VXaixf9WwacjOA/videos?view=0&sort=p&flow=grid	31/01/2020
13	PD BPD Kalimantan Timur	https://www.youtube.com/c/Bankaltimtara/videos?view=0&sort=p&flow=grid	13/03/2015
BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH			
1	PT BPRS Amanah Rabbaniah	https://www.youtube.com/channel/UCfWF-M7-plnisx4K0dkDnqcg/videos?view=0&sort=p&flow=grid	23/05/2016
2	PT BPRS Amanah Ummah	https://www.youtube.com/channel/UCOw0XrAEHYaJBjBR84NbuJw/videos?view=0&sort=p&flow=grid	27/06/2012
3	PT BPRS Harta Insan Karimah	https://www.youtube.com/channel/UCn1pT-uOkWsnKZQTNK8n0Sg/videos?view=0&sort=p&flow=grid	04/04/2018
4	PT BPRS Harta Insan Karimah Bekasi	https://www.youtube.com/channel/UCn1pT-uOkWsnKZQTNK8n0Sg/videos?view=0&sort=p&flow=grid	04/04/2018
5	PT BPRS Bangun Drajat Warga	https://www.youtube.com/channel/UCr_zqNGZO4XtXCx5uoxxFPQ/videos?view=0&sort=p&flow=grid	28/12/2011
6	PT BPRS Harta Insan Karimah Cibitung	https://www.youtube.com/channel/UCwMr-mGJdyriCfOITkKtLloQ/videos?view=0&sort=p&flow=grid	08/05/2008
7	PT BPRS AlMasoem	https://www.youtube.com/channel/UCTTUknvGDafIvDyeqABMZg/featured	04/07/2014
8	PT BPRS Muamalah Cilegon	https://www.youtube.com/channel/UCaAsD2Xp4-pH637gd8iB8dw/videos?view=0&sort=p&flow=grid	24/08/2019
9	PT BPRS Daarut Tauhiid	https://www.youtube.com/channel/UC3wycmXmI5vqPXA9QACANQ/videos?view=0&sort=p&flow=grid	22/08/2016

10	PT BPRS Asad Alif	https://www.youtube.com/channel/UCw-70LillOkwWBDECpuTdzw/videos	20/12/2020
11	PT BPRS Artha Surya Barokah	https://www.youtube.com/channel/UCbkzETHNe5crkiE2f6naddg/videos?view=0&sort=p&flow=grid	02/07/2020
12	PT BPRS Khasanah Ummat	https://www.youtube.com/channel/UCrah0Oac6wxPO8ZG3mAoyVQ/videos?view=0&sort=p&flow=grid	06/09/2013
13	PT BPRS Lantabur Tebuireng	https://www.youtube.com/channel/UCVMOCyaS5r469L8cwZISDHg/videos?view=0&sort=p&flow=grid	29/06/2020
14	PT BPRS Haji Miskin	https://www.youtube.com/channel/UCWZymWv5BUSoKX_Nyl74iYA/videos?view=0&sort=p&flow=grid	14/05/2020
15	PT BPRS Al Salaam Amal Salman	https://www.youtube.com/channel/UCuYYOYd9sQunMqGb4iZkiew/videos?view=0&sort=p&flow=grid	11/12/2017
16	PT BPRS Bumi Artha Sampang	https://www.youtube.com/channel/UCYPjlAbINTIsGCI-h5wX5Gg/videos?view=0&sort=p&flow=grid	22/10/2020
17	PT BPRS Mitra Amal Mulia	https://www.youtube.com/channel/UCjK5dveDHYbPIYwhrz1D_wQ/videos?view=0&sort=p&flow=grid	15/11/2019
18	PT BPRS Dana Amanah Surakarta	https://www.youtube.com/channel/UCZ9G3FBS9iLBjnHQyp0noQA/videos?view=0	03/08/2020
19	PT BPRS Annisa Mukti	https://www.youtube.com/channel/UCB_fQIRbmOWfjmqpAfOJ5tA/videos?view=0&sort=p&flow=grid	22/10/2020
20	PT BPRS FORMES	https://www.youtube.com/channel/UCufBlueQCItk3fAXzQ-ASnQ/videos?view=0&sort=p&flow=grid	22/03/2020
21	PT BPRS Artha Pamenang	https://www.youtube.com/channel/UCZsT0kE9yrZ8fRRB843GH2w/videos?view=0&sort=p&flow=grid	19/10/2018
22	PT BPRS Mitra Harmoni Kota Semarang	https://www.youtube.com/channel/UCpSaMODh8I46LFwOl_FvNog/videos?view=0&sort=p&flow=grid	09/09/2017
23	PT BPRS Al-Madinah Tasikmalaya	https://www.youtube.com/channel/UC-ln6KskGdtUEKZQRs_Yaew/videos?view=0&sort=p&flow=grid	30/09/2020

24	PT BPRS Way Kanan	https://www.youtube.com/channel/UCW9G2LjqzVUa8PRSiOZ6JEw/videos?view=0&sort=p&flow=grid	15/02/2016
25	PT BPRS Mitra Harmoni Kota Bandung	https://www.youtube.com/channel/UCiJG8n8d10S7_romn6o-Owg/videos?view=0&sort=p&flow=grid	28/06/2016
26	PT BPRS Saka Dana Mulia	https://www.youtube.com/channel/UCQ9FIz6VauDgou-f_RuWJdw/videos?view=0&sort=p&flow=grid	19/08/2020
27	PT BPRS Harta Insan Karimah Makassar	https://www.youtube.com/channel/UC3ya7v3ist9catiq8TpUxZw/videos?view=0&sort=p&flow=grid	06/11/2016
28	PT BPRS Harta Insan Karimah Surakarta	https://www.youtube.com/channel/UCn1pT-uOkWsnKZQTNK8n0Sg/videos?view=0&sort=p&flow=grid	04/04/2018
29	PT BPRS Harta Insan Karimah Tegal	https://www.youtube.com/channel/UCn1pT-uOkWsnKZQTNK8n0Sg/videos?view=0&sort=p&flow=grid	04/04/2018
30	PT BPRS Bobato Lestari	https://www.youtube.com/channel/UCSBoN87wA2apfOnUodYIIkw/videos?view=0&sort=p&flow=grid	28/12/2017
31	PT BPRS Saruma Sejahtera	https://www.youtube.com/channel/UC5FcbM-OIPcLjS1vPj017sQ/videos?view=0&sort=p&flow=grid	05/02/2019

Sumber: youtube data diolah

Berdasarkan data channel di atas, didapatkan alamat channel youtube untuk BUS sejumlah 12 channel dari 14 bank, UUS 13 channel dari 20 bank, dan BPRS 31 dari 164 bank. Hal tersebut berarti bahwa prosentase penggunaan channel youtube untuk BUS sebesar 86%, UUS 65% dengan 1 channel khusus milik bank syariah (tanpa menginduk) yakni BTN Syariah, dan BPRS 19%. Tingkat kemapanan penggunaan youtube belum begitu maksimal oleh BPRS, mengingat hanya 19% channel yang dimiliki BPRS dari 164 BPRS. Sedangkan untuk UUS, baru 1 channel yang berdiri sendiri.

3. Data Pengguna Youtube sebagai Media Promosi Digital

Berikut ini tabel pengguna channel Youtube Perbankan Syariah yang penulis dapatkan melalui mesin pencarian/ penelusuran google⁷⁴:

Tabel 4 Data Pengguna Youtube Bank Umum Syariah

NO	NAMA BANK SYARIAH	JUMLAH SUBSCRIBER	VIEWER TERBANYAK	JUMLAH VIDEO			JUMLAH VIDEO	
				PRODUK	VIEWER MAX	TOTAL	LAINNYA	VIEWER MAX
1	PT. BPD Nusa Tenggara Barat Syariah	787	2,9 ribu	1	383	14	13	2,9 ribu
2	PT. Bank Muamalat Indonesia	3,59 ribu	28 ribu	22	21 ribu	71	49	28 ribu
3	PT. Bank Victoria Syariah	332	749	3	749	17	14	442
4	PT. Bank BRISyariah	1,89 ribu	419 ribu	11	7,1 ribu	16	5	419 ribu
5	PT. Bank Jabar Banten Syariah	3,61 ribu	75 ribu	17	28 ribu	65	48	75 ribu
6	PT. Bank BNI Syariah	23,4 ribu	3,6 juta	13	3,6 juta	199	186	124 ribu
7	PT. Bank Syariah Mandiri	12 ribu	2,2 juta	40	834 ribu	199	159	2,2 juta
8	PT. Bank Mega Syariah	729	1,7 ribu	12	1,7 ribu	32	20	1,4 ribu
9	PT. Bank Panin Dubai Syariah	78	685	22	668	44	22	685
10	PT. Bank Syariah Bukopin	281	2,7 ribu	7	2,7 ribu	14	7	318
11	PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah	2,45 ribu	28 ribu	15	8,1 ribu	23	8	28 ribu
12	PT. Maybank Syariah Indonesia	64,4 ribu	3,1 juta	2	79 ribu	200	198	3,1 juta

Sumber: youtube data diolah

⁷⁴ Penulis melakukan penelusuran dan pencarian pengguna Channel Youtube Perbankan Syariah melalui aplikasi youtube.com menggunakan kata kunci sesuai dengan nama bank dan atau lainnya yang disesuaikan dengan nama bank tersebut mulai tanggal 10 Oktober 2020 hingga 1 Desember 2020.

Berdasarkan tabel 6 di atas, diketahui bahwa jumlah *subscriber* terbanyak adalah channel milik Maybank Syariah Indonesia yang berjumlah 64,4 ribu pengikut. Sedangkan jumlah *viewer* terbanyak berasal dari channel milik BNI Syariah sejumlah 3,6 juta penonton. Jumlah video terkait promosi produk dari channel milik BSM dengan total 40 video dari 199 video. Sedangkan sisanya berdasarkan dari pengamatan peneliti yakni 159 video lainnya adalah video pelengkap/ penarik masyarakat seperti *short movie* tentang perbankan, video profil, kegiatan-kegiatan perbankan, bakti sosial dan lainnya. Dari data di atas juga didapatkan jumlah *viewer* video produk terbanyak yakni 3,6 juta penonton dari channel BNI Syariah. Berbalik dengan *viewer* video non-produk milik channel Maybank Syariah Indonesia berjumlah 3,1 juta kali ditonton.

Tabel 5 Data Pengguna Youtube Unit Usaha Syariah

NO	NAMA BANK SYARIAH	JUMLAH SUBSCRIBER	VIEWER TERBANYAK	JUMLAH VIDEO			JUMLAH VIDEO	
				PRODUK	VIEWER MAX	TOTAL	LAINNYA	VIEWER MAX
1	PT Bank Danamon Indonesia, Tbk	9,9 ribu	6,2 jt	44	503 ribu	200	156	6,2jt
2	PT Bank Permata, Tbk	48,7 ribu	7,3 jt	22	4,6 jt	156	134	7,3
3	PT Bank Maybank Indonesia, Tbk	64,6 ribu	3,1 jt	21	812	210	189	3,1 jt
4	PT Bank CIMB Niaga, Tbk	15,6 ribu	4,7 jt	10	1 jt	369	359	4,7jt
5	PT Bank OCBC NISP, Tbk	172 ribu	12 jt	27	12 jt	210	183	12 jt
6	PT Bank Sinarmas	1,3 rb	1 jt	1	77	224	223	1jt
7	PT Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk.	2,55 ribu	2,5 ribu	8	2,5 ribu	8	8	2,5 ribu
8	PT BPD DKI	3,8 ribu	20 ribu	0	0	45	45	20 ribu
9	PT BPD Daerah Istimewa Yogyakarta	202	6 ribu	0	0	18	18	6 ribu
10	PT BPD Jawa Tengah	6,3 ribu	781	1	530	196	195	781

11	PT BPD Jawa Timur, Tbk	12,1 ribu	230 ribu	5	835	148	143	230 ribu
12	PT BPD Riau dan Kepulauan Riau	120	633	3	19	24	21	633
13	PD BPD Kalimantan Timur	5 ribu	815 ribu	3	11 ribu	124	121	815 ribu

Sumber: youtube data diolah

Berbeda dengan channel resmi milik BUS di atas (tabel 6), berdasarkan data pada tabel 7, jumlah *subscriber* terbanyak adalah dari channel milik Bank OCBC NISP yakni berjumlah 172 ribu. *Subscriber* pada channel ini bukan semata-mata dari orang yang bersimpati terhadap produk bank syariah. Hal tersebut karena UUS belum punya channel mandiri, atau masih gabung dengan channel bank induknya kecuali UUS dari BTN dengan nama channel BTN Syariah. Dengan jumlah *subscriber* sebanyak 2,55 ribu, *viewer*-nya 2,5 ribu, dari 8 video produk. Sedangkan *viewer* terbanyak adalah dari channel Bank OCBC NISP berjumlah 12 juta penonton dari 27 video produk. Dan video produk bank yariah terbanyak dari channel milik Bank Danamon yakni berjumlah 44 video.

Tabel 6 Data Pengguna Youtube Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

NO	NAMA BANK SYARIAH	JUMLAH SUBSCRIBER	VIEWER TERBANYAK	JUMLAH VIDEO			JUMLAH VIDEO	
				PRODUK	VIEWER MAX	TOTAL	LAINNYA	VIEWER MAX
1	PT BPRS Amanah Rabbaniah	23	231	1	231	4	3	231
2	PT BPRS Amanah Ummah	50	72	1	30	25	24	72
3	PT BPRS Harta Insan Karimah	81	558	1	71	18	17	558
4	PT BPRS Harta Insan Karimah Bekasi	81	558	1	71	18	17	558
5	PT BPRS Bangun Drajat Warga	3	413	0	413	1	1	413

6	PT BPRS Harta Insan Karimah Cibitung	244	714	3	81	42	39	714
7	PT BPRS AlMasoem	7	1.100	0	1.100	1	1	1.100
8	PT BPRS Muamalah Cilegon	17	98				0	
9	PT BPRS Daarut Tauhiid	10	233	0	233	4	4	233
10	PT BPRS Asad Alif	1	8	2	8	4	2	8
11	PT BPRS Artha Surya Barokah	308	1,4 ribu	7	1,4 ribu	8	1	927
12	PT BPRS Khasanah Ummat	3	159	0	0	1	1	159
13	PT BPRS Lantabur Tebuireng	65	178	2	173	2	0	178
14	PT BPRS Haji Miskin	1	13	0	0	1	1	13
15	PT BPRS Al Salaam Amal Salman	161	5,2 ribu	5	5,2 ribu	9	4	1,5 ribu
16	PT BPRS Bumi Artha Sampang	9	31	1	20	2	1	31
17	PT BPRS Mitra Amal Mulia	1	168	1	25	5	4	168
18	PT BPRS Dana Amanah Surakarta	71	1300	0	0	2	2	1300
19	PT BPRS Annisa Mukti	7	35	0	0	1	1	35
20	PT BPRS FORMES	12	45	0	0	2	2	45
21	PT BPRS Artha Pamenang	3	656	0	0	5	5	656
22	PT BPRS Mitra Harmoni Kota Semarang	5	74	4	23	6	2	74
23	PT BPRS Al-Madinah Tasikmalaya	8	35	8	35	9	1	35
24	PT BPRS Way Kanan	1	107	0	0	2	2	107
25	PT BPRS Mitra Harmoni Kota Bandung	17	82	3	58	5	2	

26	PT BPRS Saka Dana Mulia	27	120	0	0	2	2	120
27	PT BPRS Harta Insan Karimah Makassar	5	1200	0	0	1	1	1200
28	PT BPRS Harta Insan Karimah Surakarta	81	559	0	0	18	18	559
29	PT BPRS Harta Insan Karimah Tegal	81	559	0	0	18	18	559
30	PT BPRS Bobato Lestari	9	403	0	0	1	1	403
31	PT BPRS Saruma Sejahtera	9	91	0	0	2	2	91

Sumber: youtube data diolah

Jumlah *subscriber* terbanyak berdasarkan tabel 8 di atas adalah channel milik PT BPRS Artha Surya Barokah sebanyak 308 *subscriber*. Tentunya jumlah ini sangat jauh bila dibandingkan dengan jumlah *subscriber* BUS maupun UUS. Sedangkan jumlah *viewer* terbanyak pada channel PT BPRS Al Salaam Amal Salman. Adapun untuk jumlah video produk terbanyak dari channel milik PT BPRS Al-Madinah Tasikmalaya sebanyak 8 dari 9 video.

4. Penerapan Promosi Digital

Untuk mengetahui informasi secara detail tentunya akan membutuhkan lebih banyak data dan dengan waktu serta pengamatan yang lebih spesifik terhadap Perbankan Syariah di Indonesia. Pada penelitian ini, setelah kebutuhan data direduksi atau dipilah, penulis mengelompokkan data hasil pengamatan berkaitan dengan efektivitas promosi digital dalam hal ini difokuskan pada channel youtube terhadap pertumbuhan nasabah Perbankan Syariah di Indonesia periode 2016-2019 sesuai dengan pedoman observasi sebagaimana Tabel 24 Hasil Observasi.

Sedangkan untuk hasil observasi lainnya penulis sertakan pada lampiran di *Bagian Ketiga* sebagaimana sistematika penulisan tesis ini. Hal tersebut dilakukan sebagai kelengkapan data ataupun data pendukung dari penelitian ini.

Sanafiah Faisal (1990) dalam *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* karya Sugiono⁷⁵ menyebutkan bahwa bila pembaca laporan penelitian memperoleh gambaran yang rinci, jelas, sistematis, dan dapat dipercaya maka laporan tersebut telah memenuhi standar transferabilitas.

Tabel 7 Hasil Observasi

No	Aspek yang Diamati	Ya	Tidak	Bukti/ Indikator
1	Profil singkat Perbankan Syariah di Indonesia	✓		Halaman 51-83
1.1	Nama Bank	198		14 BUS, 20 UUS, dan 164 BPRS
1.2	Alamat	198		
1.3	Berdiri Sejak	198		
2	Daftar channel youtube dari setiap bank	✓		Tabel 5
2.1	Channel pusat/ induk	44	154	12 channel BUS, 1 channel UUS (BTN Syariah) dan 31 channel BPRS
2.1	Channel cabang	12	186	Menginduk ke channel BUK
3	Jumlah <i>subscriber</i>	✓		Tabel 6, 7, 8
3.1	Jumlah <i>subscriber</i> pada Oktober 2020 (waktu penelitian) setiap bank	457 ribu		113,5 ribu BUS 342,2 ribu UUS 1,4 ribu BPRS
4	Jumlah <i>viewer</i> terbanyak	✓		Tabel 6, 7, 8
4.1	Jumlah <i>viewer</i> terbanyak pada masing-masing bank	44,9 juta		9,5 juta BUS 35,4 juta UUS 63,2 ribu BPRS
5	Video promosi produk pada setiap channel	✓		Tabel 6, 7, 8
5.1	Jumlah video promosi produk pada channel	350	2695	<i>Terlampir</i>
5.2	Jumlah video total	3045		<i>Terlampir</i>
6	Video lainnya yang mengundang <i>viewer</i>	✓		Tabel 6, 7, 8
6.1	Jumlah Video selain promo produk pada channel	2695	350	<i>Terlampir</i>
6.2	Jumlah <i>viewer</i> terbanyak video tersebut	41,4 juta		<i>Terlampir</i>

⁷⁵ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 276-277.

7	Jumlah nasabah pada masing-masing bank	✓		Tabel 19, 20, 21
7.1	Jumlah nasabah pada setiap tahun	34,3 juta		Rata-rata/ tahun
7.2	Jumlah nasabah rata-rata per bank		✓	Data tidak ditemukan
8	Jumlah keuntungan bank	✓		Tabel 13, 14, 15
8.1	Jumlah keuntungan bank setiap tahunnya	2255 miliar		2096 miliar untuk BUS dan UUS 159.003 juta untuk BPRS
8.2	Rata-rata keuntungan selama periode 2016-2019	4345 miliar		4144 miliar untuk BUS dan UUS 210.990 juta untuk BPRS Tabel 22, 23
8.3	Besaran biaya promosi	425 miliar		Rata-rata pertahun 16-19 408 miliar untuk BUS dan UUS 17.797 juta untuk BPRS Tabel 16, 17, 18
9	Sebaran perbankan Syariah di Indonesia	✓		Tabel 9, 10, 11, dan 12
9.1	Jumlah Kantor Pusat setiap bank	198		14 BUS, 20 UUS, 164 BPRS
9.2	Jumlah UUS = Unit Usaha Syariah	20		
9.3	Jumlah KPO = Kantor Pusat Operasional	198		Tahun 2019
9.4	Jumlah KC = Kantor Cabang	1257		Tahun 2019
9.5	Jumlah KCP/UPS = Kantor Cabang Pembantu/ Unit Pelayanan Syariah	1402		Tahun 2019
9.6	Jumlah KK = Kantor Kas	258		Tahun 2019

Dari berbagai sumber data diolah

Berdasarkan hasil observasi di atas, penulis mengidentifikasi 198 jenis Perbankan Syariah di Indonesia yang terdiri dari 14 Bank Umum Syariah, 20 Unit Usaha Syariah, dan 164 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang kemudian penulis paparkan profil atau gambaran umumnya secara singkat pada Bab III ini (halaman 51 s.d 83).

Hasil observasi yang kedua adalah daftar channel youtube resmi milik Perbankan Syariah di Indonesia, yakni dari 198 bank diperoleh 44 channel pusat (12 BUS, 1 UUS dan 31 BPRS) dan 12 channel cabang (channel UUS yang menginduk pada Bank Konvensional). Penulis menyebut channel resmi didapatkan dari nama channel yang sesuai dengan nama bank, dan tidak didapatkan channel lainnya dari nama bank tersebut.

Hasil observasi ketiga berupa jumlah *subscriber* channel perbankan di Indonesia pada bulan Oktober 2020 sebanyak 457 ribu (113,5 ribu BUS; 342,2 ribu UUS; 1,4 ribu BPRS). *Subscriber* adalah penonton yang telah menyatakan bahwa mereka ingin menonton lebih banyak konten dari channel youtube, dan mengklik tombol *subscribe* di channel tersebut. Data ini digunakan untuk mengukur minat masyarakat terhadap produk Perbankan Syariah di Indonesia secara digital.

Hasil keempat adalah jumlah *viewer* pada channel youtube milik Perbankan Syariah. Perbedaan *viewer* dengan *subscriber* yakni, jika *viewer* adalah penonton bebas/ lepas sedangkan *subscriber* adalah pelanggan atau penonton yang berlangganan channel tersebut. Jumlah total *viewer* terbanyak pada channel youtube perbankan adalah 44,9 juta (9,5 juta *viewer* terbanyak pada BUS, 35,4 juta UUS, dan 63,2 ribu BPRS). Jumlah *viewer* terbanyak digunakan untuk menentukan jenis video yang paling sering ditonton, tentunya sebagai salah satu bahan analisa pasar secara digital untuk mengetahui minat masyarakat pada channel perbankan.

Hasil observasi kelima adalah jumlah video konten tentang promosi produk Perbankan Syariah yakni berjumlah 350 video dari total 3045 video pada seluruh channel tersebut. Artinya, terdapat 11% video tentang produk Perbankan Syariah total video pada channel tersebut. Data ini digunakan untuk mengetahui penerapan promosi digital dengan menggunakan media sosial youtube.

Hasil observasi keenam adalah jumlah video lainnya yang mengundang *viewer* pada channel tersebut yakni 2695 video (3045-350 video) dengan jumlah total *viewer* terbanyak mencapai 41,4 juta

sebagaimana detail informasi yang penulis lampirkan. Video lainnya ini maksudnya video selain konten promosi produk Perbankan Syariah seperti video profil bank, video kegiatan bank, *shortmovie* atau *miniseries*, dan lainnya sebagai usaha bank untuk menarik masyarakat secara digital.

Hasil observasi ketujuh adalah jumlah nasabah pada masing-masing bank. Namun penulis hanya menemukan jumlah total rata-rata nasabah pada Perbankan Syariah yakni 34,3 juta nasabah berdasarkan jumlah rekening pada data SPS dari OJK tahun 2016-2019 yang diterbitkan pada tahun 2020. Data ini digunakan untuk mengetahui hubungan data dari youtube (jumlah video, *subscriber*, *viewer* pada channel Perbankan Syariah) dengan penambahan jumlah nasabah pada bank tersebut.

Hasil observasi kedelapan adalah laporan keuangan Perbankan Syariah, dalam hal ini penulis memfokuskan pada Laporan Laba Rugi untuk mengetahui laba/ keuntungan bank dan besaran biaya promosi yang dikeluarkan oleh bank tersebut. Data ini digunakan untuk mengetahui efektifitas penggunaan promosi digital pada Perbankan Syariah.

Hasil terakhir adalah sebaran Perbankan Syariah di Indonesia, mulai dari jumlah Kantor Pusat sebanyak 198 kantor, Kantor Cabang 1257 kantor, 1402 Kantor Cabang Pembantu/ Unit Pelayanan Syariah, dan 258 Kantor Kas di akhir tahun 2019. Data ini digunakan untuk mengetahui perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia.

Penerapan promosi digital yang dilakukan dengan media youtube oleh Perbankan Syariah di Indonesia dilihat dari jumlah channel resminya mendapatkan porsi yang berbeda-beda. Penerapan yang dilakukan oleh Bank Umum Syariah yakni sebanyak 85,71% dari 12 jumlah channel yang dimiliki dengan 14 jumlah Bank Umum Syariah yang ada di Indonesia. Dari jumlah channel tersebut, didapatkan 165 video produk dari total 894 video. Artinya prosentase video produk atau promosi produk melalui video pada channel youtube Bank Umum Syariah sebesar 18,46%. Jumlah total *subscriber* untuk channel BUS adalah 113,5 ribu, sedangkan jumlah *viewer* terbanyak adalah 9,5 juta.

Penerapan promosi digital pada Unit Usaha Syariah berbeda dengan Bank Umum Syariah. Hal tersebut dikarenakan hanya beberapa UUS dari Bank BTN (Bank Tabungan Negara) saja yang memiliki channel sendiri bernama BTN Syariah dengan 2,55 ribu *subscriber* dan *viewer* terbanyaknya 2,5 ribu. Artinya bila dibandingkan dengan 20 UUS, hanya 1 banding 20 atau 5% UUS yang memiliki channel resmi sendiri (tidak menginduk). Secara keseluruhan channel yang menayangkan produk UUS secara resmi yakni 13 channel dari 20 UUS atau senilai 65% penerapannya. Dari total channel tersebut didapatkan 145 video produk dari 1.932 total video yang ditayangkan, atau senilai 7,51% penerapan video produk terhadap total video pada channel tersebut. Untuk jumlah *subscriber*nya tidak bisa dipilah atau tercampur antara pengikut UUS maupun BUS dengan total 342,1 ribu, kecuali BTN Syariah. Sedangkan *viewer* terbanyak untuk video produk syariah berjumlah 18,1 juta dari total keseluruhan *viewer* terbanyak 35,4 juta atau 51,22%.

Penerapan promosi digital pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah berbeda dengan kedua Bank Syariah di atas. Hal tersebut dikarenakan dari 164 BPRS yang ada di Indonesia, hanya 31 bank yang memiliki channel resmi Youtube. Artinya penerapannya hanya sebesar 18,90%. Jumlah total *subscriber* 1,4 ribu, dengan jumlah *viewer* terbanyaknya 63,2 ribu dengan jumlah video produk sebanyak 40 video dari 219 total video. Artinya penerapan dari sisi jumlah video adalah sebesar 18,26%.

Hubungan jumlah nasabah atau penambahan rekening pada Perbankan Syariah berbanding lurus dengan jumlah *viewer* dan *subscriber*.

- a. Berdasarkan data yang diperoleh (tabel 6 dan tabel 19) jumlah rekening BUS pada tahun 2016 sebanyak 22.581.254, mengalami kenaikan sebesar 13,90% atau sebanyak 3.139.248 rekening. Sehingga pada tahun 2017 jumlah rekeningnya menjadi 25.720.502 rekening. Kemudian ditahun berikutnya mengalami kenaikan sebesar 10,61% dari tahun sebelumnya atau sejumlah 2.730.065 rekening, sehingga jumlah rekening ditahun 2018 menjadi 28.228.725 rekening. Dan ditahun 2019,

jumlah rekeningnya menjadi 31.274.872 dengan kenaikan 8,81% dari tahun sebelumnya atau sejumlah 2.485.815. Salah satu faktor kenaikan tersebut adalah dengan adanya promosi digital dari media youtube. Yakni dari 12 channel youtube BUS dengan jumlah total 113,5 ribu *subscriber* dan jumlah *viewer* terbanyak mencapai 9,5 juta yang didapat dari total 894 video (video produk 165, video non produk 729). Jika 9,5 juta *viewer* adalah nasabah pada 31.274.872 rekening, maka terdapat 30,24% tingkat keberhasilan promosi melalui youtube. Sedangkan 113,5 ribu *subscriber* dari 31.274.872 rekening mengindikasikan 0,4% nasabah yang loyal. Dan 729 video non produk bertujuan untuk menarik calon nasabah agar membuka lebih banyak video dan mendapatkan informasi lainnya serta kepuasan dalam menjadi nasabah bank.

- b. Berdasarkan data yang diperoleh (tabel 7 dan tabel 20) jumlah rekening UUS pada tahun 2016 sebanyak 4.133.394, mengalami kenaikan sebesar 33,47% atau sebanyak 1.383.293 rekening. Sehingga pada tahun 2017 jumlah rekeningnya menjadi 5.516.687 rekening. Kemudian ditahun berikutnya mengalami kenaikan sebesar 9,10% dari tahun sebelumnya atau sejumlah 501.844 rekening, sehingga jumlah rekening ditahun 2018 menjadi 6.183.243 rekening. Dan ditahun 2019, jumlah rekeningnya menjadi 6.707.219 dengan kenaikan 10,09% dari tahun sebelumnya atau sejumlah 623.832. Salah satu faktor kenaikan tersebut adalah dengan adanya promosi digital dari media youtube. Yakni dari 13 channel youtube UUS dengan jumlah total 342,2 ribu *subscriber* dan jumlah *viewer* terbanyak mencapai 35,4 juta yang didapat dari total 1932 video (video produk 145, video non produk 1787). Jumlah *viewer* disini lebih banyak dikarenakan untuk promosi digital melalui youtube masih menggunakan/ gabung dengan bank induknya yaitu Bank Umum Konvensional. Maka untuk mengetahui hubungan tersebut diambil jumlah *viewer* pada produk syariah yakni sejumlah 18,1 juta. Jika 6.707.219 rekening didapatkan dari 18,1 juta *viewer*, maka terdapat 37,02% tingkat keberhasilan promosi melalui youtube. Mengingat

sejumlah 342,1 ribu *subscriber* adalah campuran (nasabah UUS dan BUK) maka dari 6.707.219 rekening mengindikasikan terdapat total 5,10% nasabah yang loyal. Dan 1.787 video non produk ataupun produk non syariah bertujuan untuk menarik calon nasabah agar membuka lebih banyak video dan mendapatkan informasi lainnya serta kepuasan dalam menjadi nasabah bank.

- c. Berdasarkan data yang diperoleh (tabel 8 dan tabel 21) jumlah rekening BPRS pada tahun 2016 sebanyak 1.506.516, mengalami kenaikan sebesar 11,43% atau sebanyak 172.148 rekening. Sehingga pada tahun 2017 jumlah rekeningnya menjadi 1.678.664 rekening. Kemudian ditahun berikutnya mengalami kenaikan sebesar 9,96% dari tahun sebelumnya atau sejumlah 167.153 rekening, sehingga jumlah rekening ditahun 2018 menjadi 1.879.941 rekening. Dan ditahun 2019, jumlah rekeningnya menjadi 1.966.793 dengan kenaikan 3,01% dari tahun sebelumnya atau sejumlah 56.498. Hubungan promosi digital melalui youtube dengan jumlah kenaikan rekening tidak sebagaimana BUS dan UUS. Hal tersebut dikarenakan dari 164 BPRS hanya ada atau baru ditemukan 31 channel artinya sebesar 18,9% dari jumlah bank. Sehingga peneliti kurang mendapatkan hasil maksimal. Namun demikian data dan prosentase hubungan tetap peneliti sediakan, yakni dari 31 channel dengan jumlah total 1,4 ribu *subscriber* dan jumlah *viewer* terbanyak 63,2 ribu mampu atau turut serta menambah jumlah rekening BPRS melalui 219 video (40 video produk, 179 video non produk). Jika 63,2 ribu *viewer* adalah nasabah pada 1.966.793 rekening, maka terdapat 3,21% tingkat keberhasilan promosi melalui youtube. Sedangkan 1,4 ribu *subscriber* dari 1.966.793 rekening mengindikasikan 0,07% nasabah yang loyal.

B. Efektivitas Promosi Digital terhadap Pertumbuhan Nasabah Perbankan Syariah di Indonesia periode 2016-2019

1. Efektivitas Promosi Digital

Efektivitas merupakan tingkat keberhasilan yang dicapai oleh seseorang atau perusahaan dengan cara tertentu sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Dengan kata lain, semakin banyak rencana yang berhasil dicapai maka suatu kegiatan dianggap semakin efektif.

Efektivitas promosi digital dilihat dari video produksi pada channel resmi Perbankan Syariah dapat dilakukan dengan *action first model* bagi konsumen atau nasabah yang mengetahui keunggulan dan kelebihan produk-produk bank syariah. Sedangkan *quick decision model* akan tepat sasaran pada konsumen atau nasabah yang ingin mengetahui produk baru yang ditawarkan atau dipromosikan oleh bank syariah.

a. Sebaran Perbankan Syariah di Indonesia

Perbankan Syariah di Indonesia tersebar di berbagai daerah hingga ke pelosok kabupaten. Meskipun tidak semua jenis bank secara merata ada di setiap daerah, namun paling tidak dari jumlah yang ada dapat dilihat potensi dan pengembangan Perbankan Syariah. Sebaran tersebut tentunya melihat potensi pasar tentang keberadaan bank syariah di tiap-tiap wilayah. Ada yang hanya berdiri di pusat kota provinsi, ada pula yang sampai ke kabupaten/ kota. Baik dalam wujud Kantor Cabang, Kantor Cabang Pembantu, atau Kantor Kas. Khususnya untuk level Bank Umum Syariah atau Unit Usaha Syariah. Sedangkan untuk BPRS cenderung lokal.

1) Bank Umum Syariah

Berdasarkan data OJK dalam Statistik Perbankan Syariah yang terbit tahun 2020 berikut ini penulis sajikan sebaran Bank Umum Syariah⁷⁶ di Indonesia dalam bentuk tabel.

⁷⁶ Otoritas Jasa Keuangan, *statistik...*, 6.

Tabel 8 Sebaran Bank Umum Syariah di Indonesia Tahun 2019

No.	Wilayah	KPO/ KC	KCP/ UPS	KK
1	Jawa Barat	64	219	27
2	Banten	20	62	8
3	DKI Jakarta	69	151	34
4	Yogyakarta	9	26	11
5	Jawa Tengah	37	90	17
6	Jawa Timur	44	142	22
7	Bengkulu	5	12	1
8	Jambi	6	19	1
9	Nanggroe Aceh Darussalam	38	117	29
10	Sumatera Utara	25	51	4
11	Sumatera Barat	10	28	4
12	Riau	11	29	8
13	Sumatera Selatan	15	34	2
14	Bangka Belitung	2	6	0
15	Kepulauan Riau	6	16	2
16	Lampung	10	31	2
17	Kalimantan Selatan	8	18	5
18	Kalimantan Barat	9	13	1
19	Kalimantan Timur	14	33	2
20	Kalimantan Tengah	6	7	0
21	Sulawesi Tengah	6	10	0
22	Sulawesi Selatan	12	38	9
23	Sulawesi Utara	4	4	0
24	Gorontalo	2	3	1
25	Sulawesi Barat	2	2	0
26	Sulawesi Tenggara	7	10	1
27	Nusa Tenggara Barat	20	47	5
28	Bali	6	12	0
29	Nusa Tenggara Timur	3	1	0
30	Maluku	2	2	0
31	Papua	2	5	0
32	Maluku Utara	3	6	0
33	Papua Barat	2	2	0
34	Luar Indonesia	1	0	0
Jumlah		480	1246	196

Sumber OJK 2020 data diolah

Keterangan:

KPO : Kantor Pusat Operasional

KC : Kantor Cabang
 KCP : Kantor Cabang Pembantu
 UPS : Unit Pelayanan Syariah
 KK : Kantor Kas

Berdasarkan data di atas, sebaran KPO/ KC BUS terbanyak berada di DKI Jakarta yakni sebanyak 69 kantor dari total 480 kantor atau secara umum masih tersebar di Pulau Jawa. Sedangkan sebaran KCP/ UPS terbanyak berada di Jawa Barat yakni berjumlah 219 kantor dari 1246 kantor. Dan untuk sebaran Kantor Kas terbanyak yakni 34 kantor berada di DKI Jakarta, sedangkan diluar Jawa sebaran terbanyak berada di Aceh yakni 29 kantor.

2) Unit Usaha Syariah

Berdasarkan data OJK dalam Statistik Perbankan Syariah yang terbit tahun 2020 berikut ini penulis sajikan sebaran Unit Usaha Syariah⁷⁷ di Indonesia dalam bentuk tabel.

Tabel 9 Sebaran Unit Usaha Syariah di Indonesia

No.	Wilayah	KPO/ KC	KCP/ UPS	KK
1	Jawa Barat	20	16	9
2	Banten	3	8	1
3	DKI Jakarta	8	16	6
4	Yogyakarta	5	7	3
5	Jawa Tengah	20	22	11
6	Jawa Timur	22	20	4
7	Bengkulu	1	0	0
8	Jambi	2	2	0
9	Nanggroe Aceh Darussalam	5	5	2
10	Sumatera Utara	12	18	0
11	Sumatera Barat	7	5	0
12	Riau	3	3	9
13	Sumatera Selatan	8	3	4
14	Bangka Belitung	0	1	0
15	Kepulauan Riau	4	4	0

⁷⁷ Otoritas Jasa Keuangan, *statistik...*, 7.

16	Lampung	1	0	0
17	Kalimantan Selatan	8	10	1
18	Kalimantan Barat	5	3	6
19	Kalimantan Timur	7	19	5
20	Kalimantan Tengah	0	0	0
21	Sulawesi Tengah	0	1	0
22	Sulawesi Selatan	9	1	1
23	Sulawesi Utara	0	0	0
24	Gorontalo	0	0	0
25	Sulawesi Barat	1	0	0
26	Sulawesi Tenggara	1	0	0
27	Nusa Tenggara Barat	4	0	0
28	Bali	4	0	0
29	Nusa Tenggara Timur	0	0	0
30	Maluku	0	0	0
31	Papua	0	0	0
32	Maluku Utara	0	0	0
33	Papua Barat	0	0	0
34	Luar Indonesia	0	0	0
Jumlah		160	164	62

Sumber OJK 2020 data diolah

Keterangan:

KPO : Kantor Pusat Operasional

KC : Kantor Cabang

KCP : Kantor Cabang Pembantu

UPS : Unit Pelayanan Syariah

KK : Kantor Kas

Berdasarkan data di atas, bahwa sebaran KPO/ KC UUS terbanyak berada di Jawa Timur berjumlah 22 dari 160 kantor, 22 KCP/ UPS dari 164 kantor dan 11 dari 62 Kantor Kas berada di Jawa Tengah. Sepertihalnya BUS, sebaran kantor UUS di pulau Jawa masih mendominasi dalam skala sebaran UUS secara nasional, bahkan belum sama sekali terdapat kantor UUS di daerah Sulawesi Utara, Gorontalo, NTT, Maluku, Maluku Utara, Papua, dan Papua Barat.

Tabel 10 Jumlah Kantor Layanan Syariah dari Unit Usaha Syariah⁷⁸

No	Indikator	2016	2017	2018	2019
1	PT Bank Danamon Indonesia, Tbk	473	398	401	434
2	PT Bank Permata, Tbk	308	303	299	289
3	PT Bank Maybank Indonesia, Tbk	391	379	372	359
4	PT Bank CIMB Niaga, Tbk	111	96	119	122
5	PT Bank OCBC NISP, Tbk	277	282	256	230
6	PT Bank Sinarmas	39	39	39	153
7	PT Bank Tabungan Negara (Persero)	45	150	298	340
8	PT BPD DKI	182	214	242	243
9	PT BPD Daerah Istimewa Yogyakarta	31	34	34	38
10	PT BPD Jawa Tengah	145	150	156	156
11	PT BPD Jawa Timur, Tbk	191	191	191	191
12	PT BPD Sumatera Utara	121	121	121	121
13	PT BPD Jambi	7	22	29	30
14	PT BPD Sumatera Barat	34	33	31	31
15	PT BPD Riau dan Kepulauan Riau	52	52	52	52
16	PT BPD Sumatera Selatan dan Babel	15	15	18	20
17	PT BPD Kalimantan Selatan	48	48	48	49
18	PT BPD Kalimantan Barat	65	65	65	65
19	PD BPD Kalimantan Timur	26	26	26	26
20	PT BPD Nusa Tenggara Barat	6	6	0	0
Jumlah		2567	2624	2797	2949

Sumber OJK 2020 data diolah

UUS pada PT BPD Nusa Tenggara Barat melakukan *spin off* pada tahun 2018 sehingga tidak ditemukan data, menjadi Bank NTB Syariah. Kemudian di tahun berikutnya muncul UUS dari PT BPD Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat.

3) Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

Berdasarkan data OJK dalam Statistik Perbankan Syariah yang terbit tahun 2020 berikut ini penulis sajikan sebaran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah⁷⁹ di Indonesia dalam bentuk tabel.

⁷⁸ Otoritas Jasa Keuangan, *statistik...*, 8.

⁷⁹ Otoritas Jasa Keuangan, *statistik...*, 82.

Tabel 11 Sebaran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia

No.	Wilayah	KPO
1	Bali	1
2	Banten	8
3	Bengkulu	2
4	DI Yogyakarta	12
5	DKI Jakarta	1
6	Jawa Barat	28
7	Jawa Tengah	26
8	Jawa Timur	28
9	Kalimantan Selatan	1
10	Kalimantan Tengah	1
11	Kalimantan Timur	1
12	Kep. Bangka Belitung	1
13	Kepulauan Riau	2
14	Lampung	11
15	Maluku Utara	3
16	Nanggroe Aceh Darussalam	10
17	Nusa Tenggara Barat	3
18	Riau	2
19	Sulawesi Barat	1
20	Sulawesi Selatan	7
21	Sumatera Barat	7
22	Sumatera Selatan	1
23	Sumatera Utara	7
24	Gorontalo	0
25	Jambi	0
26	Kalimantan Barat	0
27	Maluku	0
28	Nusa Tenggara Timur	0
29	Papua	0
30	Papua Barat	0
31	Sulawesi Tengah	0
32	Sulawesi Tenggara	0
33	Sulawesi Utara	0
34	Luar Indonesia	0
Jumlah		164

Sumber OJK 2020 data diolah

Keterangan:

KPO : Kantor Pusat Operasional

Berdasarkan data di atas, bahwa BPRS terbanyak berada di Jawa Barat dan Jawa Timur yakni masing-masing 28 bank. Sepeertihalnya BUS dan UUS, bahwa sebaran BPRS di Jawa juga masih mendominasi disusul Sumatera dengan BPRS terbanyak di Aceh yakni 10 bank. Sedangkan untuk wilayah Gorontalo, Jambi, Kalimantan Barat, Maluku, Nusa Tenggara Timur, Papua, Papua Barat, Sulawesi Tengah, Sulawesi Tenggara, dan Sulawesi Utara belum memiliki kantor pusat BPRS. Artinya, ini menjadi peluang untuk mendirikan BPRS apabila kondisi wilayahnya mendukung dalam upaya pemerataan sebaran BPRS di Indonesia.

b. Data Keuangan Perbankan Syariah di Indonesia

1) Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi adalah salah satu laporan keuangan yang harus dibuat oleh setiap perusahaan sebagai acuan kondisi finansial yang terjadi pada perusahaan di periode tertentu. Laporan laba rugi juga dapat digunakan sebagai alat evaluasi untuk menentukan kebijakan perusahaan kedepan. Berikut ini laporan laba rugi dari seluruh Perbankan Syariah periode 2016-2019.

Tabel 12 Laporan Laba Rugi Bank Umum Syariah (Milliar Rupiah)

No	Indikator	2016	2017	2018	2019
1	Pendapatan Operasional Bersumber dari Penyaluran Dana	31,326	35,697	36,648	39,625
2	Bagi Hasil untuk Pemilik Dana Investasi	18,147	20,070	19,534	20,398
3	Pendapatan Operasional Setelah Distribusi Basil (1-2)	13,179	15,627	17,114	19,227
4	Pendapatan Operasional Lainnya	13,550	5,660	8,063	6,110
5	Total Pendapatan Operasional (3+4)	26,729	21,287	25,177	25,337
6	Total Beban Operasional	25,391	19,697	21,393	19,738
7	Laba Rugi Operasional (5-6)	1,338	1,590	3,784	5,599
8	Pendapatan Non Operasional	172	202	201	233
9	Beban Non Operasional	90	96	178	234

10	Laba Rugi Non Operasional (8-9)	82	106	23	(1)
11	Laba Rugi Tahun berjalan (7+10)	1,420	1,696	3,807	5,598
12	Transfer Laba Rugi	2,620	3,672	4,485	6,097
13	Pajak Penghasilan	(468)	(706)	(1,000)	(1,403)
14	Laba Rugi Bersih (11+13)	952	990	2,807	4,195

Sumber OJK 2020 data diolah

Berdasarkan data laporan di atas, diketahui bahwa laba bersih BUS mengalami kenaikan dari tahun ketahun, yakni ditahun 2017 mengalami kenaikan dari 952 miliar menjadi 990 miliar atau sekitar 4% (38 miliar). Sedangkan pada tahun 2018 mengalami kenaikan 65% dari 990 miliar menjadi 2.807 miliar atau sekitar 1.817 miliar. Dan di tahun 2019 mengalami kenaikan 33% dari tahun sebelumnya yakni 1.388 miliar menjadi 4.195 miliar.

Tabel 13 Laporan Laba Rugi Unit Usaha Syariah (Milliar Rupiah)

No	Indikator	2016	2017	2018	2019
1	Pendapatan Operasional Bersumber dari Penyaluran Dana	8,902	10,571	12,410	16,029
2	Bagi Hasil untuk Pemilik Dana Investasi	4,362	5,155	6,086	8,758
3	Pendapatan Operasional Setelah Distribusi Basil (1-2)	4,540	5,416	6,324	7,271
4	Pendapatan Operasional Lainnya	845	1,493	1,674	2,189
5	Total Pendapatan Operasional (3+4)	5,385	6,909	7,998	9,460
6	Total Beban Operasional	3,916	4,145	4,866	6,069
7	Laba Rugi Operasional (5-6)	1,469	2,764	3,132	3,391
8	Pendapatan Non Operasional	192	138	152	113
9	Beban Non Operasional	132	176	156	176
10	Laba Rugi Non Operasional (8-9)	60	(38)	(4)	(63)
11	Laba Rugi Tahun berjalan (7+10)	1,529	2,726	3,128	3,328
12	Transfer Laba Rugi	363	574	753	1,202
13	Pajak Penghasilan	(22)	(59)	(62)	(43)
14	Laba Rugi Bersih (11-12+13)	1,144	2,093	2,313	2,083

Sumber OJK 2020 data diolah

Berdasarkan data laporan di atas, diketahui bahwa laba bersih UUS mengalami naik turun dari tahun ketahun, yakni ditahun 2017 mengalami kenaikan dari 1.144 miliar menjadi 2.093 miliar atau sekitar 45% (949 miliar). Sedangkan pada tahun 2018 mengalami kenaikan 10% dari 2.093 miliar menjadi 2.313 miliar atau sekitar 220 miliar. Dan di tahun 2019 mengalami penurunan 11% dari tahun sebelumnya yakni 230 miliar menjadi 2.083 miliar.

Tabel 14 Laporan Laba Rugi Bank Pembiayaan Syariah (Juta Rupiah)

No	Indikator	2016	2017	2018	2019
1	Pendapatan	976,450	1,136,085	1,302,975	1,446,694
2	Beban	778,018	870,078	1,062,779	1,107,668
3	Laba Tahun Berjalan	198,432	266,007	240,196	339,025
4	Penambahan/ Pengurangan Laba Tahun Berjalan	3,383	4,116	5,067	6,272
5	Laba Tahun berjalan Sebelum Pajak	195,049	261,890	235,129	332,753
6	Taksiran Pajak Penghasilan	36,046	48,712	61,458	69,861
7	Laba Setelah Taksiran Pajak Penghasilan	159,003	213,179	173,671	262,108

Sumber OJK 2020 data diolah

Berdasarkan data laporan di atas, diketahui bahwa laba bersih BPRS mengalami naik turun dari tahun ketahun, yakni ditahun 2017 mengalami kenaikan dari 159.003 juta menjadi 213.179 juta atau sekitar 25% (54.176 juta). Sedangkan pada tahun 2018 mengalami penurunan 23% dari 213.179 juta menjadi 173.671 juta atau sekitar 39.508 juta. Dan di tahun 2019 mengalami kenaikan 34% dari tahun sebelumnya yakni 88.437 juta menjadi 262.108 juta.

2) Biaya Promosi

Biaya promosi merupakan bagian dari biaya penjualan atau biaya operasional yang dikeluarkan dalam rangka memperkenalkan dan/atau menganjurkan pemakaian suatu produk untuk

mempertahankan dan/atau meningkatkan penjualan. Berikut ini adalah biaya promosi yang dikeluarkan Perbankan Syariah di Indonesia periode 2016-2019.

Tabel 15 Biaya Promosi Bank Umum Syariah (Milliar Rupiah)

No	Indikator	2016	2017	2018	2019
1	Pendapatan Operasional Bersumber dari Penyaluran Dana	31,326	35,697	36,648	39,625
2	Pendapatan Operasional Lainnya	13,550	5,660	8,063	6,110
3	Pendapatan Non Operasional	172	202	201	233
4	Total Pendapatan	45,048	41,559	44,912	45,968
5	Total Beban Operasional	25,391	19,697	21,393	19,738
6	Laba Bersih	952	990	2,806	4,195
7	Biaya Promosi	247	309	326	406
8	Biaya Promosi terhadap Total Pendapatan $(7/4) \times 100\%$	0.55%	0.74%	0.73%	0.88%
9	Biaya Promosi terhadap Total Beban Operasional $(7/5) \times 100\%$	0.97%	1.57%	1.52%	2.06%
10	Biaya Promosi terhadap Laba Bersih $(7/6) \times 100\%$	25.95%	31.21%	11.62%	9.68%

Sumber OJK 2020 data diolah

Besaran biaya promosi terhadap total pendapatan berdasarkan data di atas mengalami naik turun disetiap tahunnya. Pada tahun 2016 biaya promosinya sebesar 0,55% dari total pendapatan, 2017 naik menjadi 0,74%, dan turun ditahun 2018 menjadi 0,73% naik Kembali ditahun 2019 menjadi 0,88%. Artinya, biaya promosi dibandingkan dengan total pendapatan tidak mencapai 1% di tiap tahunnya.

Sedangkan total biaya promosi bila dibandingkan dengan total beban operasional berada dikisaran 1-2%, meski pada tahun 2016 hanya sebesar 0,97%, namun naik kemudian menjadi 1,57% ditahun 2017. Meskipun turun ditahun 2018 menjadi 1,52%, namun naik Kembali menjadi 2,06% ditahun 2019.

Perbandingan biaya promosi terhadap laba bersih perbankan ditahun 2016 senilai 25,95% dan naik ditahun 2017 menjadi 31,21%. Dan turun drastis ditahun 2018 menjadi 11,62% dan 9,68% ditahun 2019. Artinya, meskipun nominal biaya promosi naik dari tahun ke tahun, hal tersebut sejalan dengan kenaikan laba bersih pula dari tahun ke tahun. Dalam hal ini diindikasikan terjadi penghematan biaya promosi dibandingkan dengan laba bersih yang diterima perusahaan.

Tabel 16 Biaya Promosi Unit Usaha Syariah (Milliar Rupiah)

No	Indikator	2016	2017	2018	2019
1	Pendapatan Operasional Bersumber dari Penyaluran Dana	8,902	10,571	12,410	16,029
2	Pendapatan Operasional Lainnya	845	1,493	1,674	2,189
3	Pendapatan Non Operasional	192	138	152	113
4	Total Pendapatan	9,939	12,202	14,236	18,331
5	Total Beban Operasional	3,916	4,145	4,866	6,069
6	Laba Bersih	1,144	2,093	2,313	2,083
7	Biaya Promosi	70	89	92	93
8	Biaya Promosi terhadap Total Pendapatan $(7/4) \times 100\%$	0.70%	0.73%	0.65%	0.51%
9	Biaya Promosi terhadap Total Beban Operasional $(7/5) \times 100\%$	1.79%	2.15%	1.89%	1.53%
10	Biaya Promosi terhadap Laba Bersih $(7/6) \times 100\%$	6.12%	4.25%	3.98%	4.46%

Sumber OJK 2020 data diolah

Besaran biaya promosi terhadap total pendapatan berdasarkan data di atas mengalami naik turun disetiap tahunnya. Pada tahun 2016 biaya promosinya sebesar 0,70% dari total pendapatan, 2017 naik menjadi 0,73%, dan turun ditahun 2018 menjadi 0,65% hingga ditahun 2019 menjadi 0,51%. Artinya, biaya promosi dibandingkan dengan total pendapatan tidak mencapai 1% di tiap tahunnya.

Sedangkan total biaya promosi bila dibandingkan dengan total beban operasional berada dikisaran 1-2%, meski pada tahun 2016 hanya sebesar 1,79%, namun naik kemudian menjadi 2,15% ditahun 2017. Meskipun turun ditahun 2018 menjadi 1,89%, dan 1,53% ditahun 2019.

Perbandingan biaya promosi terhadap laba bersih perbankan ditahun 2016 senilai 6,12% dan turun ditahun 2017 menjadi 4,25%. Berlanjut ditahun 2018 turun menjadi 3,89% dan kemudian naik menjadi 4,46% ditahun 2019. Artinya, meskipun nominal biaya promosi naik turun dari tahun ke tahun, namun hal tersebut mengakibatkan kenaikan laba bersih dari tahun ke tahun. Dalam hal ini diindikasikan terjadi penghematan biaya promosi dibandingkan dengan laba bersih yang diterima perusahaan.

Tabel 17 Biaya Promosi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Juta Rupiah)

No	Indikator	2016	2017	2018	2019
1	Pendapatan	976,450	1,136,085	1,302,975	1,446,694
2	Beban	778,018	870,078	1,062,779	1,107,668
3	Laba Setelah Taksiran Pajak Penghasilan	159,003	213,179	173,671	262,108
4	Biaya Promosi	16,816	18,277	19,212	16,884
5	Biaya Promosi terhadap Pendapatan $(4/1) \times 100\%$	1.72%	1.61%	1.47%	1.17%
6	Biaya Promosi terhadap Beban $(4/2) \times 100\%$	2.16%	2.10%	1.81%	1.52%
7	Biaya Promosi terhadap Laba Bersih $(4/3) \times 100\%$	10.58%	8.57%	11.06%	6.44%

Sumber OJK 2020 data diolah

Besaran biaya promosi terhadap total pendapatan berdasarkan data di atas mengalami penurunan disetiap tahunnya. Pada tahun 2016 biaya promosinya sebesar 1,72% dari total pendapatan, 2017 turun menjadi 1,61%, dan kembali turun ditahun 2018 menjadi 1,47% hingga ditahun 2019 menjadi 1,17%. Artinya, biaya promosi dibandingkan dengan total pendapatan tidak mencapai 2% di tiap tahunnya dan cenderung turun.

Sedangkan total biaya promosi bila dibandingkan dengan total beban operasional cenderung menurun dan berada dikisaran 1-2%. Pada tahun 2016 biaya promosi dibandingkan dengan beban sebesar 2,16%, kemudian turun menjadi 2,10% ditahun 2017 dan kembali turun ditahun 2018 menjadi 1,81%, dan 1,52% ditahun 2019. Artinya bank dapat menahan biaya promosi terhadap biaya beban perusahaan, meskipun besaran biaya promosinya naik turun disetiap tahunnya.

Perbandingan biaya promosi terhadap laba bersih perbankan ditahun 2016 senilai 10,58% dan turun ditahun 2017 menjadi 8,75%. Kemudian naik ditahun 2018 menjadi 11,06% dan turun kembali menjadi 6,44% ditahun 2019. Artinya, nominal biaya promosi yang naik turun dari tahun ke tahun, sejalan dengan naik turunnya laba bersih dari tahun ke tahun. Dalam hal ini diindikasikan terjadi penyesuaian biaya promosi dibandingkan dengan laba bersih yang diterima perusahaan.

3) Jumlah Rekening Nasabah

Jumlah rekening dengan jumlah nasabah berbeda, dikarenakan 1 orang nasabah bisa memiliki lebih dari 1 rekening. Maka penulis mengidentifikasi jumlah rekening sebagai bagian dari hasil dari pemasaran atau promosi.

Tabel 18 Jumlah Rekening Bank Umum Syariah

No	Indikator	2016	2017	2018	2019
1	Dana Pihak Ketiga	18,543,305	21,337,918	24,067,983	26,553,798
2	Pembiayaan, Piutang dan Salam	4,037,949	4,382,584	4,160,742	4,721,074
3	Jumlah Rekening	22,581,254	25,720,502	28,228,725	31,274,872
4	Kenaikan Jumlah Rekening per Tahun	-	3,139,248	2,730,065	2,485,815
5	Prosentase Kenaikan Jumlah Rekening dari Tahun Sebelumnya	-	13.90%	10.61%	8.81%

Sumber OJK 2020 data diolah

Jumlah rekening pada BUS didapatkan dari dana pihak ketiga dan pembiayaan (piutang dan salam). Jumlah rekening pada BUS mengalami kenaikan dari tahun ke tahun, yakni sebesar 13,90% dari tahun 2016 ke tahun 2017, 10,61% ditahun 2018, dan ditahun 2019 sebesar 8,81% dari tahun sebelumnya. Artinya, meskipun jumlahnya bertambah disetiap tahun, namun secara prosentase terjadi penurunan jumlah penambahan rekening.

Tabel 19 Jumlah Rekening Unit Usaha Syariah

No	Indikator	2016	2017	2018	2019
1	Dana Pihak Ketiga	3,655,413	4,498,305	5,000,149	5,623,981
2	Pembiayaan, Piutang dan Salam	477,981	1,018,382	1,183,094	1,083,238
3	Jumlah Rekening	4,133,394	5,516,687	6,183,243	6,707,219
4	Kenaikan Jumlah Rekening per Tahun	-	1,383,293	501,844	623,832
5	Prosentase Kenaikan Jumlah Rekening dari Tahun Sebelumnya	-	33.47%	9.10%	10.09%

Sumber OJK 2020 data diolah

Jumlah rekening pada UUS didapatkan dari dana pihak ketiga dan pembiayaan (piutang dan salam). Jumlah rekening pada UUS mengalami kenaikan dari tahun ke tahun, yakni sebesar 33,47% dari tahun 2016 ke tahun 2017, 9,10% ditahun 2018, dan ditahun 2019 sebesar 10,09% dari tahun sebelumnya. Sepertihalnya BUS, secara prosentase terjadi penurunan jumlah penambahan rekening UUS di tahun 2017 ke 2018 dan 2019.

Tabel 20 Jumlah Rekening Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

No	Indikator	2016	2017	2018	2019
1	Dana Pihak Ketiga	1,256,091	1,385,182	1,552,335	1,608,833
2	Pembiayaan	250,425	293,482	327,606	357,960
3	Jumlah Rekening	1,506,516	1,678,664	1,879,941	1,966,793
4	Kenaikan Jumlah Rekening per Tahun	-	172,148	167,153	56,498
5	Prosentase Kenaikan Jumlah Rekening dari Tahun Sebelumnya	-	11.43%	9.96%	3.01%

Sumber OJK 2020 data diolah

Jumlah rekening pada BPRS didapatkan dari dana pihak ketiga dan pembiayaan. Jumlah rekening pada BPRS mengalami kenaikan dari tahun ke tahun, yakni sebesar 11,43% dari tahun 2016 ke tahun 2017, 9,96% ditahun 2018, dan ditahun 2019 sebesar 3.01% dari tahun sebelumnya. Artinya, meskipun jumlah rekeningnya bertambah disetiap tahun, namun secara prosentase terjadi penurunan jumlah penambahan rekening disetiap tahunnya.

2. Pertumbuhan Nasabah Perbankan Syariah di Indonesia

a. Hasil Observasi

Laporan keuangan Perbankan Syariah dikelompokkan dalam 2 Laporan Laba Rugi, dikarenakan untuk perhitungan laporan pada Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah terdapat kesamaan indikator laporan, sedangkan laporan pada Bank Pembiayaan Syariah dipisah.

Tabel 21 Laporan Laba Rugi Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah (Milliar Rupiah)

No	Indikator	2016	2017	2018	2019
1	Pendapatan Operasional Bersumber dari Penyaluran Dana	40.228	46.268	49.058	55.655
2	Bagi Hasil untuk Pemilik Dana Investasi	22.509	25.224	25.620	29.156
3	Pendapatan Operasional Setelah Distribusi Basil (1-2)	17.719	21.044	23.437	26.499
4	Pendapatan Operasional Lainnya	14.395	7.153	9.737	8.299
5	Total Pendapatan Operasional (3+4)	32.114	28.197	33.175	34.797
6	Total Beban Operasional	29.308	23.842	26.259	25.807
7	Laba Rugi Operasional (5-6)	2.807	4.355	6.915	8.990
8	Pendapatan Non Operasional	364	340	353	346
9	Beban Non Operasional	222	272	335	411
10	Laba Rugi Non Operasional (8-9)	142	68	18	(64)
11	Laba Rugi Tahun berjalan (7+10)	2.949	4.423	6.934	8.926
12	Transfer Laba Rugi	2.984	4.246	5.238	7.298
13	Pajak Penghasilan	(490)	(765)	(1.062)	(1.446)
14	Laba Rugi Bersih (11+13)	2.096	3.084	5.119	6.278
Kenaikan Laba		-	988	2.035	1.159

Prosentase Kenaikan Laba dari Tahun Sebelumnya	-	47%	66%	23%
--	---	-----	-----	-----

Sumber OJK 2020 data diolah

Berdasarkan data di atas, laba yang diperoleh BUS dan UUS mengalami naik turun meskipun secara umum jumlahnya lebih banyak dari tahun 2016. Pada tahun 2017 terjadi kenaikan laba bersih sebanyak 988 miliar dari jumlah laba di tahun 2016 sebanyak 2.096 miliar menjadi 3.084 miliar atau senilai 47%. Sedangkan pada tahun 2018 mengalami kenaikan 66% atau sejumlah 2.035 miliar menjadi 5.119 miliar. Dan di tahun 2019 terjadi kenaikan 23% dari tahun sebelumnya atau bertambah 1.159 miliar sehingga menjadi 6.278 miliar.

Tabel 22 Laporan Laba Rugi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
(Juta Rupiah)

No	Indikator	2016	2017	2018	2019
1	Pendapatan	976.450	1.136.085	1.302.975	1.446.694
2	Beban	778.018	870.078	1.062.779	1.107.668
3	Laba Tahun Berjalan	198.432	266.007	240.196	339.025
4	Penambahan/ Pengurangan Laba Tahun Berjalan	3.383	4.116	5.067	6.272
5	Laba Tahun berjalan Sebelum Pajak	195.049	261.890	235.129	332.753
6	Taksiran Pajak Penghasilan	36.046	48.712	61.458	69.861
7	Laba Setelah Taksiran Pajak Penghasilan	159.003	213.179	173.671	262.108

Kenaikan Laba	-	54.176	(39.508)	88.437
Prosentase Kenaikan Laba dari Tahun Sebelumnya	-	34%	-19%	51%

Sumber OJK 2020 data diolah

Berdasarkan data di atas, laba yang diperoleh BPRS mengalami naik turun meskipun secara umum jumlahnya lebih banyak dari tahun 2016. Pada tahun 2017 terjadi kenaikan laba bersih sebanyak 54.176 juta dari jumlah laba di tahun 2016 sebanyak 159.003 juta menjadi 213.179 juta atau senilai 34%. Sedangkan pada tahun 2018 mengalami penurunan 19% atau sejumlah 39.508 juta menjadi 173.671. Dan di

tahun 2019 terjadi kenaikan 51% dari tahun sebelumnya atau bertambah 88.437 juta sehingga menjadi 262.108 juta.

b. Bank Umum Syariah

Jumlah Bank Umum Syariah di Indonesia sebanyak 14 Bank dengan 1922 kantor. Keuntungan yang diperoleh pada tahun 2016: 952 Miliar, 2017: 990 Miliar, 2018: 2.807 Miliar, dan 2019: 4.195 Miliar. Biaya promosi pada tahun 2016: 247 Miliar, 2017: 309 Miliar, 2018: 326 Miliar, dan 2019: 406 Miliar. Jumlah rekening nasabah pada tahun 2016: 22.581.254 rekening, tahun 2017: 25.720.502 rekening, kemudian 2018: 28.228.725 rekening, dan 2019: 31.274.872 rekening. Dalam hal promosi digital menggunakan Youtube, dari 14 Bank hanya terdapat 12 channel youtube dengan jumlah total *subscriber* 113,6 ribu dan jumlah *viewer* terbanyak 9,5 juta kali dilihat dari 894 total video dan 165 video promosi produk.

Keuntungan bersih bank pada tahun 2019 yakni sebesar 4.195 Miliar Rupiah dengan biaya promosi 406 Miliar Rupiah mendapatkan 31.274.872 rekening dari 9,5 juta jumlah *viewer* terbanyak pada channel youtube Bank Umum Syariah.

c. Unit Usaha Syariah

Jumlah Unit Usaha Syariah di Indonesia sebanyak 20 unit dari Bank Konvensional dengan jumlah kantor sebanyak 386 kantor, baik Kantor Cabang, Kantor Cabang Pembantu, maupun Kantor Kas. Total keuntungan yang diperoleh pada tahun 2016: 1.144 Miliar, 2017: 2.094 Miliar, 2018: 2.313 Miliar, dan 2019: 2.083 Miliar. Biaya promosi pada tahun 2016: 70 Miliar, 2017: 89 Miliar, 2018: 92 Miliar, dan 2019: 93 Miliar. Jumlah rekening nasabah pada tahun 2016: 4.133.394 rekening, 2017: 5.516.687 rekening, 2018: 6.183.243 rekening, dan 2019: 6.707.219 rekening. Dalam hal promosi digital menggunakan Youtube, dari 20 Unit Usaha Syariah hanya didapatkan 13 channel dengan total *subscriber* sebanyak 342,2 ribu dan jumlah *viewer* terbanyak 35,4 juta, sedangkan *viewer* produk syariah sebanyak 18,1 juta. Hal tersebut

dikarenkan untuk channel UUS ada yang masih menginduk pada channel Bank Umum Konvensional sehingga penulis hanya memfokuskan pada *viewer* produk syariah dari 1.932 total video dan 145 video produk syariah.

Keuntungan bersih bank pada tahun 2019 yakni sebesar 2.083 Miliar Rupiah dengan biaya promosi 93 Miliar Rupiah mendapatkan 6.707.219 rekening dari 18,1 juta jumlah *viewer* terbanyak pada channel youtube promosi produk Perbankan Syariah oleh Bank Umum Konvensional/ Unit Usaha Syariah.

d. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

Jumlah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia sebanyak 164 bank dengan 617 kantor. Total keuntungan yang diperoleh pada tahun 2016: 159.003 juta, 2017: 213.179 juta, 2018: 173.671 juta, dan 2019: 262.108 juta. Biaya promosi pada tahun 2016: 16.816 juta, 2017: 18.277 juta, 2018: 19.212 juta, dan 2019: 16.884 juta. Jumlah rekening nasabah pada tahun 2016: 1.506.516 rekening, 2017: 1.678.664 rekening, 2018: 1.879.941 rekening, dan 2019: 1.966.793 rekening. Dalam hal promosi digital menggunakan Youtube, dari 164 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah hanya ada 31 channel dengan total *subscriber* sebanyak 1.401 user dan jumlah *viewer* terbanyak 63,2 ribu dari total video sebanyak 219 buah dan 40 video promosi produk syariah.

Keuntungan bersih bank pada tahun 2019 yakni sebesar 262.108 Juta Rupiah dengan biaya promosi 16.884 Juta Rupiah mendapatkan 1.966.793 rekening dari 63,2 ribu jumlah *viewer* terbanyak pada channel youtube yang dimiliki Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

e. Perkembangan Total Aset dan Jaringan Kantor

Untuk mengetahui perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia dapat kita lihat dari perkembangan total aset dan jaringan kantornya. Berikut ini data dan pembahasan mengenai perkembangan aset dan jaringan perbankan di Indonesia periode 2016-2019.

Tabel 23 Perkembangan Total Aset dan Jaringan Kantor

No	Indikator	2016	2017	2018	2019
1	Bank Umum Syariah				
	Total Asset (Milliar Rupiah)	254.184	288.027	316.691	350.364
	Jumlah Bank	13	13	14	14
	Jumlah Kantor	1.869	1.825	1.875	1.919
	(Kantor Cabang)	473	471	478	480
	(Kantor Cabang Pembantu)	1.207	1.176	1.199	1.243
	(Kantor Kas)	189	178	198	196
	ATM	3.127	2.585	2.791	2.827
	Jumlah Tenaga Kerja	51.110	51.068	49.516	49.654
2	Unit Usaha Syariah				
	Total Asset (Milliar Rupiah)	102.320	136.154	160.636	174.200
	Jumlah Bank Konvensional yang memiliki UUS	21	21	20	20
	Jumlah Kantor	332	344	354	381
	(Kantor Cabang)	149	154	153	160
	(Kantor Cabang Pembantu)	135	139	146	159
	(Kantor Kas)	48	51	55	62
	ATM	132	143	171	176
	Jumlah Tenaga Kerja	4.487	4.678	4.955	5.186
3	Bank Pembiayaan Rakyat Syariah				
	Jumlah Bank	166	167	167	164
	Jumlah Kantor	453	441	495	617
	Jumlah Tenaga Kerja	4.372	4.619	4.918	6.620

Sumber OJK 2020 data diolah

Penambahan laba perusahaan di setiap tahunnya yang berasal dari beban operasional (didalamnya terdapat biaya promosi, dan promosi digital) tentunya berbanding lurus dengan penambahan aset perbankan. Penambahan aset tersebut setidaknya membuat tertarik nasabah atau investor untuk ikut bergabung dengan Perbankan Syariah.

Sejak tahun 2016 hingga 2019 perkembangan BUS dapat dilihat dari bertambahnya bank pada tahun 2018. Yakni berubahnya status UUS dari Bank NTB menjadi Bank NTB Syariah. Salah satu faktor peralihan/ penambahan jumlah BUS tersebut tentunya melihat aset dan faktor menariknya bisnis Perbankan Syariah. Dan salah satu faktor tersebut dapat diketahui dari banyaknya promosi digital tentang

Perbankan Syariah di Indonesia. Selain itu, pembelian sebagian besar saham Maybank Syariah sehingga di tahun 2019 berganti nama menjadi Bank Net Indonesia Syariah tentunya dapat dilihat dari ketertarikan berbisnis dilingkup Perbankan Syariah.

Sementara proses perkembangan jumlah kantor BUS terjadi pasang surut dari tahun 2016 hingga 2019, yakni dari 1.869 kantor (2016) berkurang sebanyak 44 kantor sehingga menjadi 1.825 (2017) karena proses mutasi dari kantor cabang ke kantor kas atau sebaliknya hingga Kembali bertambah jumlahnya menjadi 1875 (2018). Dan bertambah lagi menjadi 1.919 (2019). Hal senada diikuti oleh perkembangan jumlah UUS, meskipun dari 21 UUS di tahun 2016 berkurang menjadi 20 bank dikarenakan *spin off* pada tahun 2018 berubah menjadi BUS (Bank NTB Syariah), namun penambahan jumlah kantor mengalami grafik yang selalu naik dari 332 kantor ditahun 2016, kemudian bertambah menjadi 344 kantor pada tahun 2017, kemudian 354 kantor ditahun 2018 dan 381 kantor ditahun 2019. Sedangkan kondisi naik turun terjadi pada BPRS, meskipun secara jumlah bank berkurang dari 166 bank naik menjadi 167 bank ditahun 2017 dan 2108, namun berkurang ditahun 2019 menjadi 164 bank. Uniknya, disaat jumlah KPO BPRS mengalami penambahan ditahun 2016-2017 justru jumlah kantor BPRS mengalami penurunan dari 453 kantor (2016) menjadi 441 kantor (2017). Barulah bertambah pada tahun 2018 menjadi 495 dan melejit bertambah 122 kantor sehingga menjadi 617 ditahun 2019.

Berdasarkan paparan data dan pembahasan diatas, menunjukan bahwa promosi digital cukup efektif dalam perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia meskipun belum maksimal. Penerapan promosi pada channel dibandingkan jumlah bank dalam rasio 85,71% (BUS), 65% (UUS, 5% channel pribadi UUS), 18,90% (BPRS). Penerapan berdasarkan rasio video produk dengan total video untuk BUS (18,46%), UUS (7,51%), dan BPRS (18,26%). Penerapan berdasarkan

rasio *viewer* dengan jumlah rekening sebesar 30,24% (BUS), 37,02% (UUS), dan 3,21% (BPRS). Hal tersebut dapat ditingkatkan apabila seluruh bank Syariah di Indonesia memiliki channel resmi “sendiri” dan menayangkan lebih banyak video tentang promosi produk ataupun hal lainnya terkait perbankan syariah.

Prosentase biaya promosi terhadap total pendapatan untuk BUS dari 0,55% (2016), naik menjadi 0,74% (2017), turun menjadi 0,73%, dan kembali naik menjadi 0,88% (2019). Sedangkan untuk UUS mulai dari 0,70% (2016), naik menjadi 0,73% (2017), turun 0,65%, dan turun lagi menjadi 0,51% (2019). Dan untuk BPRS terus menurun mulai dari 1,72% (2016), 1,61% (2017), 1,47% (2018), hingga 1,17% (2019). Naik turunnya rasio tersebut sejalan dengan rasio biaya promosi terhadap beban.

Rasio biaya promosi terhadap beban operasional pada BUS sebesar 0,97% (2016), naik menjadi 1,57% (2017), turun 1,52% (2018), dan Kembali naik menjadi 2,06% (2019). Sedangkan rasio pada UUS sebagaimana rasio biaya promosi terhadap total pendapatan diatas juga mengalami naik turun mulai 1,79% (2016), naik 2,15% (2017), turun 1,89% (2018), dan turun hingga 1,53% (2019). Begitupun untuk BPRS yang mengalami penurunan terus menerus mulai dari 2,16% (2016), 2,10% (2017), 1,81% (2018), 1,52% (2019).

Apabila dilihat dari laba bersih perusahaan, rasio biaya promosi BUS sebesar 25,95% (2016), naik menjadi 31,21% (2017), turun drastis menjadi 11,62% (2018) dan Kembali turun menjadi 9,68% (2019). Sedangkan rasio pada UUS mengalami naik turun dari 6,12% (2016), turun menjadi 4,25% (2017), turun kembali 3,98% (2018) kemudian naik menjadi 4,46% (2019). Sama halnya dengan rasio pada BPRS mulai dari 10,58% (2016), turun menjadi 8,57% (2017), naik menjadi 11,06% (2018), dan kembali turun menjadi 6,44% (2019).

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai efektivitas promosi digital terhadap pertumbuhan nasabah Perbankan Syariah dengan menggunakan *time series analysis* yakni periode 2016-2019, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan Promosi Digital oleh Perbankan Syariah

Penerapan promosi digital yang dilakukan dengan media youtube oleh Perbankan Syariah di Indonesia periode 2016-2019 pada channel youtube secara umum belum maksimal. Penerapan secara maksimal dilakukan oleh BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri (BUS), hal tersebut dilihat dari rasio video produk dan jumlah total video, jumlah *subscriber* dan *viewer* pada channel tersebut.

2. Efektifitas Promosi Digital Terhadap Pertumbuhan Nasabah Perbankan Syariah

Metode penerapan promosi digital yang digunakan untuk mengetahui tingkat efektivitas tersebut adalah *action first model* bagi konsumen atau nasabah yang mengetahui keunggulan dan kelebihan produk-produk bank syariah. Kemudian *quick decision model* pada konsumen atau nasabah yang ingin mengetahui produk baru yang ditawarkan atau dipromosikan oleh bank syariah.

Penggunaan promosi dengan media digital (youtube) dapat menghemat anggaran biaya promosi secara keseluruhan pada beban operasional perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari naik turunnya prosentase biaya promosi dari total pendapatan, beban operasional, maupun laba bersih perusahaan. Semakin menurunnya biaya promosi dikarenakan penggunaan youtube, maka akan menambah nilai keuntungan. Hal tersebut sangat efektif untuk pengembangan aset dan penambahan jaringan kantor perbankan. Terutama pada daerah-daerah yang potensial untuk

pengembangan tersebut. Meskipun kenyataan dilapangan, belum semua perbankan memaksimalkan penggunaan media sosial (youtube) sebagai sarana promosi digital di era 4.0 ini.

B. SARAN

1. Pihak Perbankan

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan, diharapkan pada pihak perbankan untuk dapat meningkatkan kualitas video promosinya sehingga mampu menambah dan menguatkan nasabah di tiap tahunnya. Perlunya membuat channel resmi perbankan mengingat persaingan di dunia digital makin ketat sehingga mampu bersaing dengan perbankan lainnya. Sedangkan untuk Unit Usaha Syariah, dihimbau untuk memisahkan diri atau membuat channel resmi sendiri sehingga konsumen atau pengguna internet tidak kesusahan dalam memilah video terkait promosi produk yang ditawarkan.

2. Umum

Keterbatasan penelitian inidalam penggunaan media sosial hanya berfokus pada Youtube mengingat banyaknya akun personal (bukan akun resmi perusahaan) pada Facebook dan Instagram. Sementara dari tahun ketahun, jumlah pengguna media sosial semakin bertambah, dan berada dipuncak penambahan itu adalah Facebook. Sehingga masih banyak hal yang perlu dikaji terkait hubungan Facebook, Intagram dan Youtubeataupun media sosial lainnya terhadap pertumbuhan nasabah Perbankan Syariah di Indonesia. Peningkatan loyalitas nasabah dengan keberadaan media sosial, pola hubungan dan lainnya.

3. Penelitian selanjutnya

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah agar lebih memperdalam dan mengembangkan cakupan penelitian, dengan menambahkan faktor ataupun indikator penelitian. Misalnya penggunaan seluruh media sosial terhadap pertumbuhan nasabah Perbankan Syariah di Indonesia, atau lebih spesifik penelitian tentang penggunaan seluruh media sosial pada salah satu perbankan syariah di Indonesia. Dapat pula membandingkan penggunaan

media sosial terhadap perkembangan bank syariah yang satu dengan lainnya. Sehingga apabila beberapa tulisan atau penelitian ini suatu saat disandingkan akan saling melengkapi satu sama lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Al- Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Al Arif, M. Nur Rianto. *Pengantar Ekonomi Syariah; Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Antonio, M. Syafi'i dan Karnaen Perwira Atmadja. *Apa dan Bagaimana Bank Islam*. Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1997.
- Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Asdi Mahasatya, 2000.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. "Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia", Laporan Survei 2019 <https://apji.or.id/survei>, 50 (diakses pada 17 April 2020).
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.
- Danupranata, Gita. *Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta: Salemba, 2013.
- Fanani, Muhyar. *Metode Studi Islam: Aplikasi Sosiologi Pengetahuan sebagai Cara Pandang*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, Cet.II, 2010.
- Gitosudarmo, Indriyo. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2014.
- Hak, Nurul. *Ekonomi Islam, Hukum Bisnis Syari'ah*. Yogyakarta: Teras, 2011.
- Hariwijaya dan Trinton. *Teknik Penulisan Skripsi & Tesis*. Yogyakarta: Oryza, 2007.
- Harmoko, Irfan. "Strategi Pemasaran produk Bank Syariah dalam Persaingan Bisnis Perbankan Nasional". Online Jurnal of *Wadiah: Jurnal Perbankan Syariah*, vol.1 no. 1 (2017), 9 (diakses pada 17 April 2020).
- Hendri, Henes. "Strategi Pertumbuhan Bank Syariah di Era Ekonomi Digital", Artikel <https://www.iaei-pusat.org/article/perbankan/strategi-pertumbuhan-bank-syariah-di-era-ekonomi-digital-?language=id> (diakses pada 17 April 2020).
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan, 2006). *E-book* (diakses pada 17 April 2020).

Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2005.

Laurencia, Jesica. "Mengenal Youtube", *Kompas*. Senin, 22 Februari 2016 (diakses pada 21 Oktober 2020).

Manurung, Laurensius. *Strategi dan Inovasi Model Bisnis Meningkatkan Kinerja Usaha*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010.

Mardani. *Ayat-ayat dan Hadis Ekonomi Syariah*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, cet IV, 2017.

McCharty, E. Jerome. *Basic Marketing: A Managerial Approach* (Homewood, Illinois: Richard D. Irwin Inc, Ed.6, 1978). *E-Book* (diakses 29 Oktober 2020).

McDaniel, Carl Jr dan Roger Gates. *Riset Pemasaran Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.

Muhammad. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: (UPP) AMPYKPN, 2005.

Muslim. "Varian-varian Paradigma, Pendekatan, Metode, dan Jenis Penelitian dalam Ilmu Komunikasi", *Online Jurnal of Wahana*, vol.1 no. 10 (2015), 77-78 (diakses 18 Agustus 2019).

Napitupulu, Rodame Monitorir. "Kajian Internet Marketing sebagai media Pemasaran pada Industri Perbankan Syariah", *Online Jurnal of Al-Masharif*, vol. 4. no. 2 (2016), 178 (diakses pada 17 April 2020).

Ortega, Daniel dan Anas Alhifni. "Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah", *Online Jurnal of Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, vol. 5. no. 1 (2017), 87 (diakses pada 17 April 2020).

Otoritas Jasa Keuangan. "Perbankan Syariah dan Kelembagaannya", Artikel <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/PBS-dan-Kelembagaan.aspx> (diakses pada 17 April 2020).

Otoritas Jasa Keuangan. *Statistik Perbankan Syariah*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2020.

Printera. "Perbedaan Pemasaran dan Promosi yang Harus Anda Ketahui Sebagai Pengusaha", <https://blog.printera.com/perbedaan-pemasaran-dan-promosi/#:~:text=Pemasaran%20atau%20marketing%20dapat%20diartikan,menco%20dan%20membeli%20sebuah%20produk>. (Diakses pada 9 Juli 2020).

- Siradj, Said Aqil at.al., *Mushaf An-Nahdlah: Al-Qur'an dan Terjemahan*. Jakarta: PT Hati Emas, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Sukandi, Andi at.al. "Implementasi Digital Marketing untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah dan Berdampak pada Citra Lembaga Perbankan". *Online Jurnal of Sosiohumaniora – Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora*, vol. 21, no. 3 (2019), 357 (diakses 17 April 2020).
- Surakhmad, Winarno. *Pengantar Ilmiah Dasar, Metode dan Teknik*. Bandung: Tarsito, 1994.
- Sumarni, Murti. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Liberty, 2002.
- Suwiknyo, Dwi. *Pengantar Akuntansi Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa – Prinsip Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014.
- Tim Penyusun Pascasarjana. *Panduan Penulisan Tesis*. Purwokerto: Pascasarjana IAIN Purwokerto, 2019.
- Undang – Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Pebankan Syariah Pasal 1 Ayat 1. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 94 diundangkan di Jakarta pada tanggal 16 Juli 2008.
- Wikipedia, https://id.wikipedia.org/wiki/Industri_4.0 (diakses pada 9 Juli 2020).
- Wilardjo, S. B. "Pengertian, Peranan dan Perkembangan Bank Syari'ah Di Indonesia", *Online Journal of Value Added*, vol.2 no. 1 (September 2004), 3 (diakses pada 17 Juli 2020).
- Zuhdi, Umar Farouk. *Komunikasi Bisnis: Pemahaman Secara Mudah*. Yogyakarta: Wahana Totalita, 2011.

Outline

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang
- B. Batasan dan Rumusan Masalah
- C. Tujuan Penelitian
- D. Manfaat Penelitian
- E. Metode Penelitian
 - 1. Paradigma dan Pendekatan Penelitian
 - 2. Sumber Data
 - 3. Teknik Pengumpulan Data
 - 4. Analisis Data
- F. Sistematika Penulisan

BAB II PERBANKAN SYARIAH DAN PROMOSI DIGITAL

- A. Deskripsi Konseptual
- B. Hasil Penelitian yang Relevan
- C. Kerangka Berpikir

BAB III EFEKTIVITAS PROMOSI DIGITAL TERHADAP PERTUMBUHAN NASABAH PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA PERIODE 2016 – 2019

- A. Penerapan Promosi Digital oleh Perbankan Syariah
- B. Efektivitas Promosi Digital Terhadap Pertumbuhan Nasabah Perbankan Syariah di Indonesia periode 2016-2019

BAB IV PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

--- lampiran – lampiran ---

PEDOMAN OBSERVASI
ANALISIS EFEKTIFITAS PROMOSI DIGITAL
TERHADAP PERTUMBUHAN NASABAH PERBANKAN SYARIAH
DI INDONESIA PERIODE 2016-2019

Pengamatan (observasi) yang dilakukan oleh peneliti adalah mengamati media sosial yang digunakan dalam penelitian yaitu Youtube. Dalam hal ini, adalah channel Youtube dan Data-data dari Statistik Perbankan Syariah yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan pada Januari 2020 (Periode 2016-2019).

A. Tujuan Pengamatan

Adapun tujuan dilaksanakan pengamatan ini adalah untuk:

1. Mendapatkan sumber data primer dan sekunder
2. Memperoleh informasi dan data pelengkap dalam pelaksanaan penelitian

B. Aspek yang Diamati

Aspek yang diamati dalam observasi ini meliputi:

1. Profil singkat Perbankan Syariah di Indonesia
2. Daftar channel youtube dari setiap bank
3. Jumlah subscriber
4. Jumlah viewer terbanyak
5. Video promosi produk pada setiap channel
6. Video lainnya yang mengundang viewer
7. Jumlah nasabah pada masing-masing bank
8. Jumlah keuntungan bank setiap tahunnya
9. Sebaran perbankan Syariah di Indonesia

C. Checklist Pedoman Pengamatan

No	Aspek yang Diamati	Ya	Tidak	Bukti/ Indikator
1	Profil singkat Perbankan Syariah di Indonesia			
	Nama Bank			
	Alamat			
	Berdiri Sejak			
2	Daftar channel youtube dari setiap bank			
	Channel pusat/ induk			
	Channel cabang			
3	Jumlah subscriber			
	Jumlah subscriber pada Oktober 2020 (waktu penelitian) setiap bank			
4	Jumlah viewer terbanyak			
	Jumlah viewer terbanyak pada masing-masing bank			

5	Video promosi produk pada setiap channel			
	Jumlah video promosi produk pada channel			
	Jumlah video total			
6	Video lainnya yang mengundang viewer			
	Jumlah Video selain promo produk pada channel			
	Jumlah viewer terbanyak video tersebut			
7	Jumlah nasabah pada masing-masing bank			
	Jumlah nasabah pada setiap tahun			
	Jumlah nasabah rata-rata per bank			
8	Jumlah keuntungan bank			
	Jumlah keuntungan bank setiap tahunnya			
	Rata-rata keuntungan selama periode 2016-2019			
	Besaran biaya promosi pada tiap bank			
9	Sebaran perbankan Syariah di Indonesia			
	Jumlah Kantor Pusat setiap bank			
	Jumlah UUS = Unit Usaha Syariah/ KLS			
	Jumlah KPO = Kantor Pusat Operasional			
	Jumlah KC = Kantor Cabang			
	Jumlah KCP/UPS = Kantor Cabang Pembantu/ Unit Pelayanan Syariah			
	Jumlah KK = Kantor Kas			

D. Tahapan-tahapan

Tahapan-tahapan analisis data yang akan peneliti lakukan adalah tahap deskripsi (mengumpulkan data), tahap terfokus (mengelompokkan data variabel), tahap seleksi, uji validitas dan reliabilitas untuk menjawab rumusan masalah, penyimpulan.

HASIL OBSERVASI

Berikut ini adalah hasil observasi peneliti dalam melaksanakan penelitian tentang Analisis Efektifitas Promosi Digital Terhadap Pertumbuhan Nasabah Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2016-2019

Tabel 24 Hasil Observasi

No	Aspek yang Diamati	Ya	Tidak	Bukti/ Indikator
1	Profil singkat Perbankan Syariah di Indonesia	✓		Halaman 51-83
1.1	Nama Bank	198		14 BUS, 20 UUS, dan 164 BPRS
1.2	Alamat	198		
1.3	Berdiri Sejak	198		
2	Daftar channel youtube dari setiap bank	✓		Tabel 5
2.1	Channel pusat/ induk	44	154	12 channel BUS, 1 channel UUS (BTN Syariah) dan 31 channel BPRS
2.1	Channel cabang	12	186	Menginduk ke channel BUK
3	Jumlah <i>subscriber</i>	✓		Tabel 6, 7, 8
3.1	Jumlah <i>subscriber</i> pada Oktober 2020 (waktu penelitian) setiap bank	457 ribu		113,5 ribu BUS 342,2 ribu UUS 1,4 ribu BPRS
4	Jumlah <i>viewer</i> terbanyak	✓		Tabel 6, 7, 8
4.1	Jumlah <i>viewer</i> terbanyak pada masing-masing bank	44,9 juta		9,5 juta BUS 35,4 juta UUS 63,2 ribu BPRS
5	Video promosi produk pada setiap channel	✓		Tabel 6, 7, 8
5.1	Jumlah video promosi produk pada channel	350	2695	<i>Terlampir</i>
5.2	Jumlah video total	3045		<i>Terlampir</i>
6	Video lainnya yang mengundang <i>viewer</i>	✓		Tabel 6, 7, 8
6.1	Jumlah Video selain promo produk pada channel	2695	350	<i>Terlampir</i>
6.2	Jumlah viewer terbanyak video tersebut	41,4 juta		<i>Terlampir</i>

7	Jumlah nasabah pada masing-masing bank	✓		Tabel 19, 20, 21
7.1	Jumlah nasabah pada setiap tahun	34,3 juta		Rata-rata/ tahun
7.2	Jumlah nasabah rata-rata per bank		✓	Data tidak ditemukan
8	Jumlah keuntungan bank	✓		Tabel 13, 14, 15
8.1	Jumlah keuntungan bank setiap tahunnya	2255 miliar		2096 miliar untuk BUS dan UUS 159.003 juta untuk BPRS
8.2	Rata-rata keuntungan selama periode 2016-2019	4345 miliar		4144 miliar untuk BUS dan UUS 210.990 juta untuk BPRS Tabel 22, 23
8.3	Besaran biaya promosi	425 miliar		Rata-rata pertahun 16-19 408 miliar untuk BUS dan UUS 17.797 juta untuk BPRS Tabel 16, 17, 18
9	Sebaran perbankan Syariah di Indonesia	✓		Tabel 9, 10, 11, dan 12
9.1	Jumlah Kantor Pusat setiap bank	198		14 BUS, 20 UUS, 164 BPRS
9.2	Jumlah UUS = Unit Usaha Syariah	20		
9.3	Jumlah KPO = Kantor Pusat Operasional	198		Tahun 2019
9.4	Jumlah KC = Kantor Cabang	1257		Tahun 2019
9.5	Jumlah KCP/UPS = Kantor Cabang Pembantu/ Unit Pelayanan Syariah	1402		Tahun 2019
9.6	Jumlah KK = Kantor Kas	258		Tahun 2019

Purwokerto, Oktober – Desember 2020

Tabel 2. Perkembangan Total Aset, Jaringan Kantor dan Tenaga Kerja Perbankan Syariah - SPS 2020
(Sharia Banking Network)

Indikator	2016	2017	2018	2019												2020	Indicator
				Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	
Bank Umum Syariah																	Sharia Commercial Bank
- Total Aset (dalam miliar Rupiah)	254.184	288.027	316.691	311.401	314.748	318.058	314.602	313.210	322.949	320.738	320.882	325.030	333.790	335.482	350.364	346.373	- Total Assets (in billion IDR)
- Jumlah Bank	13	13	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	- Number of Banks
- Jumlah Kantor	1.869	1.825	1.875	1.885	1.886	1.886	1.884 ^{r)}	1.881	1.894	1.896	1.898	1.903	1.905	1.914	1.919	1.922	- Number of Offices
- KC	473	471	478	477	476	476	477	477	478	478	478	479	478	480	480	480	- Branch Offices
- KCP	1.207	1.176	1.199	1.207	1.208	1.209	1.205	1.201	1.214	1.218	1.223	1.227	1.229	1.237	1.243	1.246	- Sub Branch Offices
- KK	189	178	198	201	202	201	202	203	202	200	197	197	198	197	196	196	- Cash Offices
- ATM	3.127	2.585	2.791	2.787	2.788	2.793	2.780	2.770	2.773	2.779	2.779	2.805	2.824	2.824	2.827	2.825	- ATMs/ADMs
- Jumlah Tenaga Kerja	51.110	51.068	49.516	49.522	49.410	49.482	49.388	49.289	48.000	49.743	49.873	50.000	52.654	49.864	49.654	49.723	- Number of Employees
Unit Usaha Syariah																	Sharia Business Unit
- Total Aset (dalam miliar Rupiah)	102.320	136.154	160.636	155.399	158.277	161.758	161.638	159.194	163.944	160.437	162.218	165.385	166.190	172.279	174.200	168.951	- Total Assets (in billion IDR)
- Jumlah Bank Umum Konvensional yang memiliki UUS	21	21	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	- Number of Conventional Banks that have Sharia Business Unit
- Jumlah Kantor UUS	332	344	354	359	360	364	368 ^{r)}	370	372	374	375	374	376	378	381	386	- Number of Offices
- KC	149	154	153	155	157	157	157	156	156	158	158	158	158	160	160	160	- Branch Offices
- KCP	135	139	146	149	148	152	154	157	157	157	157	156	157	157	159	164	- Sub Branch Offices
- KK	48	51	55	55	55	55	57	57	59	59	60	60	61	61	62	62	- Cash Offices
- ATM	132	143	171	171	171	171	172	172	172	166	166	166	167	168	176	176	- ATMs/ADMs
- Jumlah Tenaga Kerja	4.487	4.678	4.955	4.938	5.042	5.074	5.198	5.045	5.089	4.997	5.055	5.178	4.037	5.233	5.186	5.207	- Number of Employees
Total Aset BUS dan UUS (dalam miliar Rup)	356.504	424.181	477.327	466.800	473.025	479.815	476.240	472.404	486.892	481.174	483.099	490.415	499.981	507.761	524.564	515.324	Total Assets (in billion IDR)
Total Kantor BUS dan UUS	2.201	2.169	2.229	2.244	2.246	2.250	2.252 ^{r)}	2.251	2.266	2.270	2.273	2.277	2.281	2.292	2.300	2.308	Total Number of Offices
Total ATM BUS dan UUS	3.259	2.728	2.962	2.958	2.959	2.964	2.952	2.942	2.945	2.945	2.945	2.971	2.991	2.992	3.003	3.001	Total Number of ATMs/ADMs
Total Tenaga Kerja BUS dan UUS	55.597	55.746	54.471	54.460	54.452	54.556	54.586	54.334	53.089	54.740	54.928	55.178	56.691	55.097	54.840	54.930	Total Number of Employees
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah																	Sharia Rural Bank
- Jumlah Bank	166	167	167	165	165	165	164	164	164	165	165	165	164	164	164	164	- Number of Banks
- Jumlah Kantor	453	441	495	469	470	496	502	507	506	535	536	539	569	569	617	618	- Number of Offices
- Jumlah Tenaga Kerja	4.372	4.619	4.918	4.830	4.872	4.867	5.073	5.085	5.085	5.291	5.298	5.328	5.828	5.864	6.620	6.709	- Number of Employees
Ket: r) Angka-angka diperbaiki *) Angka-angka sementara																	Note: r) Revised figures *) Provisional Figures

Tabel 3. Jaringan Kantor Individual Perbankan Syariah - SPS Januari 2020 (Individual Sharia Banking Network - January 2020)				
Kelompok Bank	KPO/KC	KCP/UPS	KK	Group of Banks
	HOO/BO	SBO/SSU	CO	
Bank Umum Syariah	480	1.246	196	Sharia Commercial Bank
1 PT. Bank Aceh Syariah	26	89	27	1 PT. Bank Aceh Syariah
2 PT BPD Nusa Tenggara Barat Syariah	13	28	4	2 PT BPD Nusa Tenggara Barat Syariah
3 PT. Bank Muamalat Indonesia	82	152	57	3 PT. Bank Muamalat Indonesia
4 PT. Bank Victoria Syariah	9	4	-	4 PT. Bank Victoria Syariah
5 PT. Bank BRISyariah	53	218	12	5 PT. Bank BRISyariah
6 PT. Bank Jabar Banten Syariah	9	55	2	6 PT. Bank Jabar Banten Syariah
7 PT. Bank BNI Syariah	68	213	14	7 PT. Bank BNI Syariah
8 PT. Bank Syariah Mandiri	129	427	53	8 PT. Bank Syariah Mandiri
9 PT. Bank Mega Syariah	27	34	5	9 PT. Bank Mega Syariah
10 PT. Bank Panin Dubai Syariah	13	4	-	10 PT. Bank Panin Dubai Syariah
11 PT. Bank Syariah Bukopin	12	7	4	11 PT. Bank Syariah Bukopin
12 PT. BCA Syariah	14	13	18	12 PT. BCA Syariah
13 PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah	24	2	-	13 PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah
14 PT. Maybank Syariah Indonesia	1	-	-	14 PT. Maybank Syariah Indonesia
Unit Usaha Syariah	160	164	62	Sharia Business Unit
15 PT Bank Danamon Indonesia, Tbk	10	1	-	15 PT Bank Danamon Indonesia, Tbk
16 PT Bank Permata, Tbk	11	2	1	16 PT Bank Permata, Tbk
17 PT Bank Maybank Indonesia, Tbk	14	2	-	17 PT Bank Maybank Indonesia, Tbk
18 PT Bank CIMB Niaga, Tbk	15	1	3	18 PT Bank CIMB Niaga, Tbk
19 PT Bank OCBC NISP, Tbk	10	-	-	19 PT Bank OCBC NISP, Tbk
20 PT Bank Sinarmas	35	1	12	20 PT Bank Sinarmas
21 PT Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk.	24	55	7	21 PT Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk.
22 PT BPD DKI	2	13	5	22 PT BPD DKI
23 PT BPD Daerah Istimewa Yogyakarta	1	5	3	23 PT BPD Daerah Istimewa Yogyakarta
24 PT BPD Jawa Tengah	5	14	9	24 PT BPD Jawa Tengah
25 PT BPD Jawa Timur, Tbk	7	10	-	25 PT BPD Jawa Timur, Tbk
26 PT BPD Sumatera Utara	1	2	-	26 PT BPD Sumatera Utara
27 PT BPD Jambi	5	17	-	27 PT BPD Jambi
28 PT BPD Sumatera Barat	5	4	-	28 PT BPD Sumatera Barat
29 PT BPD Riau dan Kepulauan Riau	2	4	7	29 PT BPD Riau dan Kepulauan Riau
30 PT BPD Sumatera Selatan dan Bangka Belitung	3	2	4	30 PT BPD Sumatera Selatan dan Bangka Belitung
31 PT BPD Kalimantan Selatan	2	9	1	31 PT BPD Kalimantan Selatan
32 PT BPD Kalimantan Barat	2	3	6	32 PT BPD Kalimantan Barat
33 PD BPD Kalimantan Timur	2	19	3	33 PD BPD Kalimantan Timur
34 PT BPD Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat	4	-	1	34 PT BPD Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	168	-	286	Sharia Rural Bank
TOTAL	808	1.410	544	TOTAL
Keterangan:			Note:	
- KP = Kantor Pusat			- HO = Head Office	
- UUS = Unit Usaha Syariah			- IBU = Islamic Banking Unit	
- KPO = Kantor Pusat Operasional			- HOO = Head Operational Office	
- KC = Kantor Cabang			- BO = Branch Office	
- KCP/UPS = Kantor Cabang Pembantu/ Unit Pelayanan Syariah			- SBO/SSU = Sub Branch Office/Syari'a Services Unit	
- KK = Kantor Kas			- CO = Cash Office	
- Tidak termasuk Layanan Syariah			- Not Include Office Channeling	

Tabel 4. Sebaran Jaringan Kantor Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah - SPS Januari 2020
(Distribution of Sharia Commercial Bank and Sharia Business Unit Network by Region - January 2020)

Kelompok Bank	KPO/KC	KCP/UPS	KK	Group of Banks
	HOO/BO	SBO/SSU	CO	
Bank Umum Syariah	480	1.246	196	Sharia Commercial Bank
1 Jawa Barat	64	219	27	1 West Java
2 Banten	20	62	8	2 Banten
3 DKI Jakarta	69	151	34	3 DKI Jakarta
4 Yogyakarta	9	26	11	4 DI Yogyakarta
5 Jawa Tengah	37	90	17	5 Central Java
6 Jawa Timur	44	142	22	6 East Java
7 Bengkulu	5	12	1	7 Bengkulu
8 Jambi	6	19	1	8 Jambi
9 Nanggroe Aceh Darussalam	38	117	29	9 Nanggroe Aceh Darussalam
10 Sumatera Utara	25	51	4	10 North Sumatera
11 Sumatera Barat	10	28	4	11 West Sumatera
12 Riau	11	29	8	12 Riau
13 Sumatera Selatan	15	34	2	13 South Sumatera
14 Bangka Belitung	2	6	-	14 Bangka Belitung
15 Kepulauan Riau	6	16	2	15 Riau Islands
16 Lampung	10	31	2	16 Lampung
17 Kalimantan Selatan	8	18	5	17 South Kalimantan
18 Kalimantan Barat	9	13	1	18 West Kalimantan
19 Kalimantan Timur	14	33	2	19 East Kalimantan
20 Kalimantan Tengah	6	7	-	20 Central Kalimantan
21 Sulawesi Tengah	6	10	-	21 Central Sulawesi
22 Sulawesi Selatan	12	38	9	22 South Sulawesi
23 Sulawesi Utara	4	4	-	23 North Sulawesi
24 Gorontalo	2	3	1	24 Gorontalo
25 Sulawesi Barat	2	2	-	25 West Sulawesi
26 Sulawesi Tenggara	7	10	1	26 South East Sulawesi
27 Nusa Tenggara Barat	20	47	5	27 West Nusa Tenggara
28 Bali	6	12	-	28 Bali
29 Nusa Tenggara Timur	3	1	-	29 East Nusa Tenggara
30 Maluku	2	2	-	30 Maluku
31 Papua	2	5	-	31 Papua
32 Maluku Utara	3	6	-	32 North Maluku
33 Papua Barat	2	2	-	33 West Papua
34 Luar Indonesia	1	-	-	34 Outside Indonesia
Keterangan: - KP = Kantor Pusat - UUS = Unit Usaha Syariah - KPO = Kantor Pusat Operasional - KC = Kantor Cabang - KCP/UPS = Kantor Cabang Pembantu/ Unit Pelayanan Syariah - KK = Kantor Kas - Tidak termasuk Layanan Syariah				Note: - HO = Head Office - IBU = Sharia Banking Unit - HOO = Head Operational Office - BO = Branch Office - SBO/SSU = Sub Branch Office/Sharia Services Unit - CO = Cash Office - Not Include Office Channeling

Tabel 4. Sebaran Jaringan Kantor Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah - SPS Januari 2020 (Distribution of Sharia Commercial Bank and Sharia Business Unit Network by Region - January 2020)				
Kelompok Bank	KPO/KC	KCP/UPS	KK	Group of Banks
	HOO/BO	SBO/SSU	CO	
Unit Usaha Syariah	160	164	62	Sharia Business Unit
1 Jawa Barat	20	16	9	1 West Java
2 Banten	3	8	1	2 Banten
3 DKI Jakarta	8	16	6	3 DKI Jakarta
4 Yogyakarta	5	7	3	4 DI Yogyakarta
5 Jawa Tengah	20	22	11	5 Central Java
6 Jawa Timur	22	20	4	6 East Java
7 Bengkulu	1	-	-	7 Bengkulu
8 Jambi	2	2	-	8 Jambi
9 Nanggroe Aceh Darussalam	5	5	2	9 Nanggroe Aceh Darussalam
10 Sumatera Utara	12	18	-	10 North Sumatera
11 Sumatera Barat	7	5	-	11 West Sumatera
12 Riau	3	3	9	12 Riau
13 Sumatera Selatan	8	3	4	13 South Sumatera
14 Bangka Belitung	-	1	-	14 Bangka Belitung
15 Kepulauan Riau	4	4	-	15 Riau Islands
16 Lampung	1	-	-	16 Lampung
17 Kalimantan Selatan	8	10	1	17 South Kalimantan
18 Kalimantan Barat	5	3	6	18 West Kalimantan
19 Kalimantan Timur	7	19	5	19 East Kalimantan
20 Kalimantan Tengah	-	-	-	20 Central Kalimantan
21 Sulawesi Tengah	-	1	-	21 Central Sulawesi
22 Sulawesi Selatan	9	1	1	22 South Sulawesi
23 Sulawesi Utara	-	-	-	23 North Sulawesi
24 Gorontalo	-	-	-	24 Gorontalo
25 Sulawesi Barat	1	-	-	25 West Sulawesi
26 Sulawesi Tenggara	1	-	-	26 South East Sulawesi
27 Nusa Tenggara Barat	4	-	-	27 West Nusa Tenggara
28 Bali	4	-	-	28 Bali
29 Nusa Tenggara Timur	-	-	-	29 East Nusa Tenggara
30 Maluku	-	-	-	30 Maluku
31 Papua	-	-	-	31 Papua
32 Maluku Utara	-	-	-	32 North Maluku
33 Papua Barat	-	-	-	33 West Papua
34 Luar Indonesia	-	-	-	34 Outside Indonesia
Total BUS dan UUS	640	1.410	258	Total Distribution of Sharia Commercial Bank and Sharia Business Unit Network
Keterangan:			Note:	
- KP = Kantor Pusat			- HO = Head Office	
- UUS = Unit Usaha Syariah			- IBU = Sharia Banking Unit	
- KPO = Kantor Pusat Operasional			- HOO = Head Operational Office	
- KC = Kantor Cabang			- BO = Branch Office	
- KCP/UPS = Kantor Cabang Pembantu/ Unit Pelayanan Syariah			- SBO/SSU = Sub Branch Office/Sharia Services Unit	
- KK = Kantor Kas			- CO = Cash Office	
- Tidak termasuk Layanan Syariah			- Not Include Office Channeling	

Tabel 5. Jumlah Kantor Layanan Syariah dari Unit Usaha Syariah - SPS 2020
(Office Channeling)

Indikator	2016	2017	2018	2019												2020	Indicator
				Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	
1 PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk	473	398	401	402	402	402	402	401	401	401	406	403	434	434	434	434	1 PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk
2 PT. Bank Permata, Tbk	308	303	299	301	301	301	300	295	295	295	295	294	291	291	289	289	2 PT. Bank Permata, Tbk
3 PT Bank Maybank Indonesia, Tbk	391	379	372	372	371	370	369	369	369	369	368	364	362	362	359	358	3 PT Bank Maybank Indonesia, Tbk
4 PT. Bank CIMB Niaga, Tbk	111	96	119	120	119	119	122	121	121	120	120	120	120	121	122	122	4 PT. Bank CIMB Niaga, Tbk
5 PT. Bank OCBC NISP, Tbk	277	282	256	256	254	254	249	245	244	244	240	237	235	232	230	229	5 PT. Bank OCBC NISP, Tbk
6 PT Bank Sinarmas	39	39	39	39	39	39	57	57	57	153	153	152	153	153	153	153	6 PT Bank Sinarmas ²⁾
7 PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk	45	150	298	298	298	298	298	298	298	298	298	298	298	298	340	340	7 PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk
8 PT BPD DKI	182	214	242	241	241	241	240	240	240	244	244	246	242	242	243	243	8 PT BPD DKI
9 PT. BPD DIY	31	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	38	38	9 PT. BPD DIY
10 PT BPD Jateng	145	150	156	156	156	156	156	156	156	156	156	156	156	156	156	156	10 PT BPD Jateng
11 PT BPD Jatim, Tbk	191	191	191	191	191	191	191	191	191	191	191	191	191	191	191	191	11 PT BPD Jatim, Tbk
12 PT BPD Sumut	121	121	121	121	121	121	30	121	121	121	121	121	121	121	121	121	12 PT BPD Sumut
13 PT BPD Jambi	7	22	29	30	30	30	121	30	30	30	30	30	30	30	30	30	13 PT BPD Jambi
14 PT BPD Sumbar	34	33	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	14 PT BPD Sumbar
15 PT BPD Riau dan Kepri	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	15 PT BPD Riau dan Kepri
16 PT BPD Sumsel dan Babel	15	15	18	18	18	18	18	18	20	20	20	20	20	20	20	20	16 PT BPD Sumsel dan Babel
17 PT BPD Kalsel	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	49	49	49	49	17 PT BPD Kalsel
18 PT BPD Kalbar	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	18 PT BPD Kalbar
19 PD BPD Kaltim	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	19 PD BPD Kaltim
20 PT BPD Nusa Tenggara Barat	6	6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20 PT BPD Nusa Tenggara Barat
JUMLAH	2.567	2.624	2.797	2.801	2.797	2.796	2.809	2.798	2.799	2.898	2.898	2.888	2.910	2.908	2.949	2.947	TOTAL

¹⁾ "-" = data tidak tersedia karena UUS spin off menjadi BUS

r) Angka-angka diperbaiki

1. "Revisi data BUS-UUS mulai bulan Juni 2014 berdasarkan LSMK"

¹⁾ "-" = data not available since office channelling was spinoff become Sharia Banking

r) Revised figures

1. "Revision of data BUS-UUS began in June 2014 based on LSMK"

Tabel 26. Jumlah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Berdasarkan Lokasi (Number of Sharia Rural Bank based on Location)																	
Provinsi	2016	2017	2018	2019												2020	Province
				Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	
1 Jawa Barat	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	1 Jawa Barat
2 Banten	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	2 Banten
3 DKI Jakarta	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3 DKI Jakarta
4 D.I. Yogyakarta	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	4 D.I. Yogyakarta
5 Jawa Tengah	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	5 Jawa Tengah
6 Jawa Timur	29	29	28	27	27	27	27	27	27	28	28	28	28	28	28	28	6 Jawa Timur
7 Bengkulu	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	7 Bengkulu
8 Jambi	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8 Jambi
9 Nanggroe Aceh Darussalam	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	9	9	9	9	9 Nanggroe Aceh Darussalam
10 Sumatera Utara	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	10 Sumatera Utara
11 Sumatera Barat	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	11 Sumatera Barat
12 Riau	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	12 Riau
13 Sumatera Selatan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13 Sumatera Selatan
14 Kepulauan Bangka Belitung	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	14 Kepulauan Bangka Belitung
15 Kepulauan Riau	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	15 Kepulauan Riau
16 Lampung	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	16 Lampung
17 Kalimantan Selatan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17 Kalimantan Selatan
18 Kalimantan Barat	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18 Kalimantan Barat
19 Kalimantan Timur	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19 Kalimantan Timur
20 Kalimantan Tengah	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20 Kalimantan Tengah
21 Sulawesi Tengah	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	21 Sulawesi Tengah
22 Sulawesi Selatan	8	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	22 Sulawesi Selatan
23 Sulawesi Utara	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	23 Sulawesi Utara
24 Gorontalo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	24 Gorontalo
25 Sulawesi Barat	-	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	25 Sulawesi Barat
26 Sulawesi Tenggara	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	26 Sulawesi Tenggara
27 Nusa Tenggara Barat	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27 Nusa Tenggara Barat
28 Bali	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	28 Bali
29 Nusa Tenggara Timur	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	29 Nusa Tenggara Timur
30 Maluku	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30 Maluku
31 Papua	1	1	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	31 Papua
32 Irian Jaya Barat	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	32 Irian Jaya Barat
33 Maluku Utara	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33 Maluku Utara
Total	166	167	167	165	165	165	164	164	164	165	165	165	164	164	164	164	Total

**Tabel 20a. Jumlah Rekening Pembiayaan dan Dana Pihak Ketiga Bank Umum Syariah
(Number of Account of Financing and Third Party Fund Sharia Commercial Bank)**

Tipe	2016	2017	2018	2019												2020	Type
				Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	
Dana Pihak Ketiga	18.543.305	21.337.918	24.067.983	24.313.460	24.530.119	24.730.868	25.030.817	24.845.907	25.287.577	25.615.145	25.906.278	26.200.227	26.300.539	26.481.233	26.553.798	26.795.190	Third Party Fund
1. Dana Simpanan Wadiah	10.583.944	12.393.912	14.233.316	14.394.539	14.548.960	14.673.036	14.864.549	14.673.036	15.060.932	15.260.522	15.450.809	15.623.193	15.663.952	15.755.678	15.830.705	16.013.725	1. Demand Deposits Wadia
a. Giro	219.538	176.470	200.646	202.026	204.016	205.968	208.127	211.148	211.777	214.691	218.130	221.356	224.079	227.332	228.789	230.704	a. Demand Deposits Wadia
b. Tabungan	10.364.406	12.218.082	14.032.670	14.193.270	14.345.736	14.467.871	14.656.422	14.781.519	14.849.155	15.045.831	15.232.679	15.401.837	15.439.873	15.528.346	15.602.937	15.783.021	b. iB Saving Deposits Wadia
2. Dana Investasi Non Profit Sharing	7.959.361	8.944.006	9.834.667	9.918.921	9.981.159	10.057.832	10.166.268	10.172.871	10.226.645	10.354.623	10.455.469	10.577.034	10.636.587	10.725.555	10.723.093	10.781.465	2. Non Profit Sharing Investment Fund
a. Giro	56.687	55.030	56.514	56.577	56.745	57.041	56.913	57.689	56.982	56.980	57.568	57.184	56.902	58.510	56.192	55.969	a. Demand Deposits
b. Tabungan	7.649.029	8.618.506	9.484.449	9.565.783	9.628.151	9.703.547	9.811.516	9.816.016	9.867.926	9.994.207	10.093.701	10.212.826	10.270.009	10.356.901	10.354.615	10.410.541	b. Saving Deposits
c. Deposito	253.645	270.697	293.704	296.755	296.457	297.432	297.839	299.166	301.737	303.436	304.200	307.024	309.676	310.144	312.445	314.955	c. Time Deposits
3. Dana Investasi Profit Sharing	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3. Profit Sharing Investment Fund
a. Giro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	a. Demand Deposits
b. Tabungan	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	b. Saving Deposits
c. Deposito	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	c. Time Deposits
Pembiayaan, Piutang dan Salam	4.037.949	4.382.584	4.160.742	4.206.276	4.255.863	4.263.804	4.337.978	4.263.804	4.443.684	4.504.519	4.579.686	4.581.938	4.679.609	4.674.696	4.721.074	4.738.633	Financing, Receivables/Acceptables, Ijarah and Salam
1. Pembiayaan Bagi Hasil	65.860	58.408	55.465	55.506	56.679	58.097	59.314	58.097	60.183	60.545	61.370	63.325	65.266	67.033	69.146	69.918	1. Profit Sharing Financing
a. Mudharabah	19.662	13.780	8.554	8.267	8.022	7.718	7.459	7.224	6.933	6.713	6.479	6.238	6.057	5.889	5.658	5.495	a. Mudharabah
b. Musyarakah	46.198	44.628	46.911	47.239	48.657	50.379	51.855	53.414	53.250	53.832	54.891	57.087	59.209	61.144	63.488	64.423	b. Musyarakah
c. Pembiayaan Bagi Hasil Lainnya	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	c. Others
2. Piutang	3.948.055	4.313.022	4.096.679	4.143.204	4.191.638	4.198.256	4.269.528	4.309.740	4.374.232	4.434.539	4.508.710	4.508.710	4.603.829	4.596.673	4.640.547	4.656.499	2. Receivables/Acceptables
a. Murabahah	3.772.278	4.125.965	3.895.349	3.940.804	3.984.544	3.989.872	4.056.205	4.102.765	4.168.485	4.228.099	4.301.161	4.301.161	4.392.035	4.383.687	4.426.662	4.439.961	a. Murabahah
b. Qardh	175.618	187.934	201.240	202.310	207.007	208.297	213.238	206.891	205.670	206.367	207.477	207.477	211.726	212.922	215.534	216.478	b. Qardh
c. Istishna'	159	135	90	90	87	87	85	84	77	73	72	72	68	64	63	60	c. Istishna'
3. Pembiayaan Sewa (Ijarah)	24.034	11.290	8.598	8.721	8.860	8.891	9.136	9.242	9.269	9.435	9.606	9.903	10.514	10.990	11.573	12.216	3. Ijarah including Leasing receivables
a. Pembiayaan Sindikasi	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	a. Syndication Financing
b. Pembiayaan secara Channeling	-	-	12	12	12	11	11	11	11	10	10	9	9	9	9	8	b. Financing through Channeling
c. Pembiayaan secara Executing	-	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	c. Financing through Executing
d. Pembiayaan Sewa Lainnya	24.034	11.288	8.584	8.707	8.846	8.878	9.123	9.229	9.254	9.423	9.594	9.892	10.503	10.979	11.562	12.206	d. Other Ijarah
4. Salam	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4. Salam

Ket: r) Angka-angka diperbaiki

Note: r) Revised figures

Tabel 20b. Jumlah Rekening Pembiayaan dan Dana Pihak Ketiga Unit Usaha Syariah
(Number of Account of Financing and Third Party Fund Sharia Business Unit)

Tipe	2016	2017	2018	2019												2020	Type
				Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	
Dana Pihak Ketiga	3.655.413	4.498.305	5.000.149	5.038.976	5.144.884	9.524.604	5.471.216	5.374.367	5.326.424	5.408.954	5.478.018	5.526.226	5.591.919	5.661.925	5.623.981	5.675.220	Third Party Fund
1. Dana Simpanan Wadiah	1.682.712	2.053.693	2.264.312	2.264.487	2.274.127	5.398.988	2.458.902	2.337.184	2.281.581	2.319.917	2.341.935	2.357.764	2.377.736	2.410.164	2.333.149	2.351.954	1. Demand Deposits Wadia
a. Giro	16.324	17.814	20.324	21.384	22.100	2.428.174	21.610	21.680	21.691	21.849	22.186	22.400	22.594	22.781	22.865	22.837	a. Demand Deposits Wadia
b. Tabungan	1.666.388	2.035.879	2.243.988	2.243.103	2.252.027	2.970.814	2.437.292	2.315.504	2.259.890	2.298.068	2.319.749	2.335.364	2.355.142	2.387.383	2.310.284	2.329.117	b. iB Saving Deposits Wadia
2. Dana Investasi Non Profit Sharing	1.972.701	2.444.612	2.735.836	2.774.488	2.870.757	4.125.616	3.012.314	3.037.183	3.044.843	3.089.037	3.136.083	3.168.462	3.214.183	3.251.761	3.290.832	3.323.264	2. Non Profit Sharing Investment Fund
a. Giro	8.089	9.331	10.858	10.958	11.011	2.877.385	11.229	11.376	11.433	11.577	11.756	11.952	12.204	12.403	12.559	12.657	a. Demand Deposits
b. Tabungan	1.906.882	2.367.841	2.644.703	2.682.987	2.779.223	82.491	2.917.905	2.940.254	2.947.165	2.990.026	3.036.506	3.068.264	3.111.006	3.146.897	3.183.456	3.213.201	b. Saving Deposits
c. Deposito	57.730	67.601	80.275	80.543	80.523	1.165.740	83.180	85.553	86.245	87.434	87.821	88.246	90.973	92.461	94.972	97.406	c. Time Deposits
3. Dana Investasi Profit Sharing	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3. Profit Sharing Investment Fund
a. Giro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	a. Demand Deposits
b. Tabungan	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	b. Saving Deposits
c. Deposito	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	c. Time Deposits
Pembiayaan, Piutang dan Salam	477.981	1.018.382	1.183.094	1.184.773	1.175.412	1.165.742	1.157.062	1.148.668	1.143.300	1.132.499	1.116.279	1.101.507	1.090.170	1.085.467	1.083.238	1.076.789	Financing, Receivables/Acceptables, Ijarah and Salam
1. Pembiayaan Bagi Hasil	31.439	37.517	46.161	46.540	47.335	48.228	49.029	50.105	50.782	51.917	53.167	54.263	55.316	57.610	58.404	58.921	1. Profit Sharing Financing
a. Mudharabah	16.286	14.391	11.084	10.955	10.845	10.707	10.522	10.236	10.002	9.936	9.842	9.643	9.457	9.331	9.145	8.946	a. Mudharabah
b. Musyarakah	15.153	23.126	35.077	35.585	36.490	37.521	38.507	39.869	40.780	41.981	43.325	44.620	45.859	48.279	49.258	49.974	b. Musyarakah
c. Pembiayaan Bagi Hasil Lainnya	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	c. Others
2. Piutang	434.810	970.805	1.101.596	1.089.341	1.078.500	1.068.403	1.059.471	1.050.896	1.045.630	1.035.017	1.018.699	1.004.480	994.473	990.691	992.536	990.226	2. Receivables/Acceptables
a. Murabahah	324.181	567.924	624.445	612.368	601.543	591.401	579.849	566.706	559.009	540.903	523.475	505.184	487.452	475.619	470.209	460.406	a. Murabahah
b. Qardh	106.635	397.951	471.024	470.797	470.705	470.638	473.218	477.677	480.027	487.417	488.417	492.317	499.937	507.852	514.946	522.413	b. Qardh
c. Istishna'	3.994	4.930	6.127	6.176	6.252	6.364	6.404	6.513	6.594	6.697	6.807	6.979	7.084	7.220	7.382	7.407	c. Istishna'
3. Pembiayaan Sewa (Ijarah)	11.732	10.070	35.337	48.892	49.577	49.111	48.562	47.667	46.888	45.565	44.413	42.764	40.381	37.166	32.298	27.642	3. Ijarah including Leasing receivables
a. Pembiayaan Sindikasi	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	a. Syndication Financing
b. Pembiayaan secara Channeling	208	14	25.212	38.828	39.523	39.115	38.600	37.683	36.921	35.556	34.328	32.674	30.297	27.136	22.298	17.714	b. Financing through Channeling
c. Pembiayaan secara Executing	-	1	1	1	1	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	c. Financing through Executing
d. Pembiayaan Sewa Lainnya	11.524	10.055	10.124	10.063	10.053	9.995	9.961	9.983	9.967	10.009	10.085	10.090	10.084	10.030	10.000	9.928	d. Other Ijarah
4. Salam	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4. Salam

Ket: r) Angka-angka diperbaiki

Note: r) Revised figures

Tabel 40. Jumlah Rekening Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
(Number of Account of Sharia Rural Bank)

Jenis	2016	2017	2018	2019												2020	Type
				Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	
Dana Pihak Ketiga	1.256.091	1.385.182	1.552.335	1.492.075	1.527.974	1.519.171	1.525.177	1.541.916	1.556.309	1.570.731	1.586.962	1.606.695	1.619.705	1.638.005	1.608.833	1.628.004	Depositor Funds
Giro iB	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Demand Deposits
Tabungan iB	1.210.460	1.335.086	1.497.618	1.437.212	1.472.745	1.463.598	1.470.424	1.488.183	1.502.088	1.515.558	1.530.969	1.549.576	1.561.732	1.579.585	1.550.374	1.568.507	Saving Deposits
Deposito iB	45.631	50.096	54.717	54.863	55.229	55.573	54.753	53.733	54.221	55.173	55.993	57.119	57.973	58.420	58.459	59.497	Time Deposits
Pembiayaan	250.425	293.482	327.606	326.946	332.941	339.698	344.323	345.713	350.386	353.702	357.812	353.051	356.367	357.247	357.960	365.955	Financing
Akad Mudharabah	1.042	1.432	2.750	2.835	2.890	2.903	2.940	2.991	2.995	3.043	3.149	3.285	3.390	3.467	2.854	3.418	Mudharaba
Akad Musyarakah	5.109	5.100	5.189	4.918	4.984	5.046	5.273	5.444	5.449	5.465	5.370	5.584	6.659	7.197	7.557	7.707	Musharaka
Akad Murabahah	197.605	231.745	258.617	256.922	260.667	265.197	268.928	273.324	274.681	277.030	281.313	277.633	281.264	280.954	281.369	287.074	Murabaha
Akad Salam	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Salam
Akad Istishna	302	183	160	157	153	153	153	158	164	184	185	191	201	220	234	234	Istishna
Akad Ijarah	23.354	28.521	32.086	33.375	35.048	36.918	37.576	34.227	37.397	38.022	37.294	35.256	33.568	34.274	35.026	37.327	Qardh
Akad Qardh	440	592	676	678	686	690	673	669	667	683	680	683	696	698	635	659	Ijara
Multijasa	22.569	25.909	28.128	28.061	28.513	28.791	28.780	28.900	29.033	29.275	29.821	30.419	30.589	30.437	30.285	29.536	Multi Purpose Financing
Total	1.506.516	1.678.664	1.879.941	1.819.021	1.860.915	1.858.869	1.869.500	1.887.629	1.906.695	1.924.433	1.944.774	1.959.746	1.976.072	1.995.252	1.966.793	1.993.959	Total
"-": Data tidak tersedia r) Angka-angka diperbaiki *) Angka-angka sementara																	
"-": Data not available r) Revised figures *) Provisional figures																	

Miliar Rupiah (in Billion IDR)

Tabel 8a. Laporan Laba Rugi Bank Umum Syariah - SPS 2020
(Sharia Commercial Bank Condensed Income Statement)
Miliar Rp (Billion IDR)

Indikator	2016	2017	2018	2019												2020	Indikator
				Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	
1 Pendapatan Operasional Bersumber dari Penyaluran Dana berupa:	31.326	35.697	36.648	3.178	6.261	9.412	12.627	15.919	19.017	22.366	25.771	29.249	32.619	37.535	39.625	3.365	1 Operating Income from:
a. Penempatan pada Bank Indonesia	852	1.046	905	107	194	302	395	494	589	710	807	898	998	1.092	1.204	94	a. Placement in Bank Indonesia
b. Penempatan pada Bank Syariah Lain	65	27	22	4	7	9	10	11	13	14	14	15	16	16	16	1	b. Placement in Other Banks
c. Surat Berharga	1.427	2.005	2.708	260	504	768	1.011	1.249	1.487	1.784	2.107	2.447	2.722	3.008	3.379	290	c. Investment in Securities
d. Pembiayaan yang Diberikan:	19.702	22.554	23.297	2.068	4.063	6.142	8.161	10.305	12.344	14.439	16.640	18.802	20.919	23.091	25.353	2.180	d. Financing:
i. Pendapatan Bagi Hasil	5.657	6.106	6.138	540	1.148	1.702	2.239	2.823	3.380	3.947	4.622	5.216	5.775	6.405	7.049	632	i. Profit Sharing
a. Mudharabah	1.008	893	717	54	106	152	205	253	304	348	397	444	492	539	589	52	a. Mudharabah
b. Musyarakah	4.649	5.213	5.421	486	1.041	1.550	2.034	2.570	3.076	3.599	4.225	4.772	5.283	5.866	6.460	580	b. Musyarakah
c. Pendapatan Bagi Hasil Lainnya	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	c. Other profit sharing
ii. Piutang	13.803	16.063	16.849	1.491	2.853	4.349	5.798	7.323	8.772	10.262	11.751	13.295	14.821	16.335	17.922	1.517	ii. Receivables/Acceptables
a. Murabahah	13.403	15.577	16.289	1.442	2.760	4.207	5.610	7.078	8.478	9.915	11.352	12.846	14.323	15.786	17.317	1.459	a. Murabahah
b. Ujrah	388	484	558	49	93	142	187	244	293	346	397	447	497	546	602	58	b. Qardh
c. Istishna'	12	3	2	0	0	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	0	c. Istishna'
d. Piutang Lainnya	-	-	-	-	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	d. Other Receivables/Acceptables
iii. Pendapatan Sewa (Ijarah)	242	385	310	36	62	91	124	159	192	229	268	291	323	351	383	31	iii. Leasing Receivables/Acceptables (Ijarah)
iv. Salam	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	iv. Salam
e. Lainnya	9.280	10.065	9.716	739	1.493	2.191	3.050	3.860	4.585	5.420	6.202	7.087	7.965	10.328	9.672	800	e. Others
2 Bagi Hasil Untuk Pemilik Dana Investasi Mudharabah berupa:	18.147	20.070	19.534	1.699	3.324	4.963	6.707	8.402	10.002	11.729	13.392	15.135	16.930	20.157	20.398	1.715	2 Revenue Sharing for Investment Fund Mudharabah Holders:
a. Dana Investasi Non Profit Sharing	18.147	20.070	19.534	1.699	3.324	4.963	6.707	8.402	10.002	11.729	13.392	15.135	16.930	20.157	20.398	1.715	a. Non Profit Sharing Investment
b. Dana Investasi Profit Sharing	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	b. Profit Sharing Investment Fund
3 Pendapatan Operasional Setelah Distribusi Bagi Hasil (1 - 2)	13.179	15.628	17.113	1.480	2.937	4.450	5.921	7.516	9.015	10.637	12.379	14.114	15.689	17.377	19.227	1.650	3 Operating Income After Revenue Sharing for Investment Fund Mudharabah Holders (1-2)
4 Pendapatan Operasional Lainnya	13.550	5.660	8.063	904	1.725	2.338	2.830	3.097	3.673	4.193	4.602	4.486	5.879	6.513	6.110	878	4 Other Operating Income
a. Pendapatan dari MTM dan Penjualan Surat Berharga	153	167	153	12	20	44	54	72	80	101	110	123	145	179	195	13	a. Income from Mark-to-Market and Sale of Securities
b. Pendapatan Bank selaku Mudharib dalam Mudharabah Al Muqayaddah	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	b. Income from Bank as Mudharib in Mudharabah Al Muqayaddah
c. Pendapatan dari Penyertaan, Fee/Komisi/Provisi	1.246	1.555	1.532	131	246	400	542	697	829	975	1.104	1.247	1.399	1.548	1.743	169	c. Income from Investment, Fees, Commission, Provision
d. Pendapatan Lainnya	12.151	3.938	6.377	762	1.459	1.893	2.233	2.327	2.763	3.116	3.387	3.114	4.334	4.785	4.170	697	d. Other Income
5 Total Pendapatan Operasional (3 + 4)	26.729	21.288	25.176	2.384	4.662	6.788	8.751	10.613	12.688	14.830	16.981	18.600	21.569	23.890	25.337	2.529	5 Total of Operating Income
6 Total Beban Operasional	25.391	19.697	21.393	1.977	3.958	5.628	7.138	8.541	10.110	11.789	13.506	14.645	17.163	18.947	19.738	1.971	6 Total of Operating Costs
a. Beban Imbalan kepada BI	1	-	5	3	5	5	5	6	7	7	7	7	7	8	11	4	a. Yield to BI
b. Bonus Titipan Wadiah	252	233	270	21	38	58	85	109	141	174	214	234	253	280	314	40	b. Wadiah Bonuses
c. Kerugian atas MTM dan Penjualan Surat Berharga	28	82	6	1	1	1	2	5	6	2	1	1	6	6	1	1	c. Loss from Mark-to-Market and Sale of Securities
d. Kerugian dari Penyertaan dan Beban Komisi/Provisi	31	43	64	13	12	17	23	29	36	43	50	58	64	71	77	5	d. Loss from Investment and Cost of Commission/Provision
e. Kerugian Penurunan Nilai Aset Keuangan dan Lainnya	14.681	8.060	8.912	951	1.853	2.513	2.920	3.170	3.708	4.199	4.748	4.690	6.078	6.801	6.106	861	e. Impairment
f. Penyusutan/Amortisasi dan Beban Pemeliharaan Aset Tetap/Inventaris	1.067	1.094	1.046	84	167	255	340	433	513	599	686	777	868	954	1.046	94	f. Depreciation/Amortization and Cost of Fixed Assets Maintenance
g. Beban Risiko Operasional	20	13	17	1	3	4	6	7	9	9	12	13	16	21	28	5	g. Cost of Operational Risk
h. Kerugian Restrukturisasi Pembiayaan	26	25	18	0	0	0	1	1	1	2	3	3	2	4	10	1	h. Loss from Financing Restructuring
i. Beban Tenaga Kerja	5.830	6.239	6.801	573	1.215	1.758	2.366	2.989	3.586	4.230	4.848	5.519	6.129	6.688	7.466	599	i. Cost of Human Resources
i. Biaya Tenaga Kerja	5.690	6.043	6.579	563	1.186	1.708	2.297	2.899	3.482	4.103	4.689	5.331	5.908	6.435	7.170	583	i. Labour Cost
ii. Biaya Pendidikan dan Pelatihan Tenaga Kerja	133	188	210	10	29	49	68	87	101	125	157	183	212	244	281	16	ii. Training Cost
iii. Penelitian dan Pengembangan	7	8	13	1	1	1	1	3	3	3	3	5	8	9	16	0	iii. Research and Development
j. Beban Operasional Lainnya	3.456	3.909	4.254	329	664	1.018	1.391	1.790	2.103	2.523	2.936	3.342	3.739	4.115	4.679	360	j. Other Operating Costs
i. Promosi	247	309	326	22	58	85	120	155	170	200	230	271	303	338	406	15	i. Promotion
ii. Biaya Lainnya	3.209	3.600	3.928	307	606	933	1.271	1.635	1.933	2.322	2.706	3.071	3.436	3.777	4.273	345	ii. Other Costs
7 Laba/Rugi Operasional (5 - 6)	1.338	1.591	3.783	407	704	1.160	1.613	2.072	2.578	3.041	3.476	3.955	4.406	4.943	5.599	558	7 Operating Profit/Loss (5 - 6)
8 Pendapatan Non Operasional	172	202	201	41	42	55	42	52	64	116	142	143	158	212	233	11	8 Non Operating Income
9 Beban Non Operasional	90	96	178	55	60	68	62	84	102	174	145	150	168	228	234	28	9 Non Operating Cost
10 Laba/Rugi Non Operasional (8 - 9)	82	106	23	(15)	(17)	(13)	(20)	(33)	(39)	(57)	(3)	(8)	(10)	(15)	(1)	(17)	10 Non Operating Profit/Loss (8 - 9)
11 Laba/Rugi Tahun Berjalan (7 + 10)	1.420	1.697	3.806	393	687	1.147	1.593	2.040	2.539	2.984	3.473	3.947	4.396	4.927	5.598	541	11 Year-to-date Profit/Loss (7 + 10)
12 Tranfer Laba/Rugi	2.620	3.672	4.485	12	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6097	0	12 Transfer of Profit/Loss
13 Pajak Penghasilan	(468)	(706)	(1.000)	(96)	(173)	(282)	(400)	(510)	(634)	(750)	(871)	(985)	(1.097)	(1.232)	(1.403)	(139)	13 Income Tax
14 Laba/Rugi Bersih	952	990	2.806	285	514	865	1.193	1.530	1.905	2.234	2.601	2.962	3.300	3.695	4.195	403	14 Net Profit/Loss

Ket: r) Angka-angka diperbaiki

Note: r) Revised figures

Miliar Rupiah (in Billion IDR)

Tabel 8b. Laporan Laba Rugi Unit Usaha Syariah - SPS 2020
(Sharia Business Unit Condensed Income Statement)
Miliar Rp (Billion IDR)

Indikator	2016	2017	2018	2019												2020	Indikator
				Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	
1 Pendapatan Operasional Bersumber dari Penyaluran Dana berupa:	8.902	10.571	12.410	1.250	2.459	3.837	5.138	6.488	7.802	9.150	10.504	11.804	13.208	14.602	16.029	1.335	1 Operating Income from:
a. Penempatan pada Bank Indonesia	440	522	520	54	101	149	213	272	352	408	458	515	570	632	688	44	a. Placement in Bank Indonesia
b. Penempatan pada Bank Syariah Lain	171	150	107	13	20	28	35	42	49	57	64	70	74	79	84	6	b. Placement in Other Banks
c. Surat Berharga	287	361	511	54	100	164	217	275	336	396	464	537	612	690	777	92	c. Investment in Securities
d. Pembiayaan yang Diberikan:	6.745	8.164	9.908	911	1.802	2.835	3.781	4.769	5.703	6.675	7.654	8.616	9.611	10.614	11.682	976	d. Financing:
i. Pendapatan Bagi Hasil	2.362	3.743	5.071	494	967	1.537	2.050	2.590	3.104	3.618	4.148	4.665	5.215	5.752	6.323	555	i. Profit Sharing
a. Mudharabah	867	933	960	78	150	227	292	361	426	491	558	621	685	748	818	63	a. Mudharabah
b. Musyarakah	1.495	2.810	4.111	416	817	1.311	1.758	2.230	2.677	3.127	3.584	4.037	4.523	4.997	5.504	492	b. Musyarakah
c. Pendapatan Bagi Hasil Lainnya	-	0	-	-	-	-	-	-	-	-	6	6	6	6	6	0	c. Other profit sharing
ii. Piutang	3.392	3.680	4.084	346	691	1.079	1.445	1.820	2.174	2.546	2.923	3.295	3.676	4.070	4.486	348	ii. Receivables/Acceptables
a. Murabahah	3.276	3.539	3.874	326	653	1.019	1.365	1.719	2.053	2.404	2.761	3.112	3.471	3.843	4.233	327	a. Murabahah
b. Ujrah	23	25	58	5	10	15	21	27	31	36	41	45	49	54	60	5	b. Qardh
c. Istishna'	93	117	152	14	28	44	59	74	90	106	122	138	156	173	192	17	c. Istishna'
d. Piutang Lainnya	-	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	d. Other Receivables/Acceptables
iii. Pendapatan Sewa (Ijarah)	990	741	754	71	144	219	287	359	426	510	583	656	720	792	873	72	iii. Leasing Receivables/Acceptables (Ijarah)
iv. Salam	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	iv. Salam
e. Lainnya	1.260	1.373	1.364	218	435	662	892	1.129	1.362	1.614	1.863	2.066	2.340	2.587	2.798	218	e. Others
2 Bagi Hasil Untuk Pemilik Dana Investasi Mudharabah berupa:	4.362	5.155	6.086	702	1.385	2.135	2.859	3.605	4.318	5.054	5.780	6.468	7.232	8.013	8.758	727	2 Revenue Sharing for Investment Fund Mudharabah Holders:
a. Dana Investasi Non Profit Sharing	4.362	5.148	6.083	651	1.284	1.983	2.672	3.385	4.057	4.832	5.525	6.209	6.894	7.619	8.226	688	a. Non Profit Sharing Investment
b. Dana Investasi Profit Sharing	0	6	3	51	101	151	187	220	261	222	255	259	338	394	532	39	b. Profit Sharing Investment Fund
3 Pendapatan Operasional Setelah Distribusi Bagi Hasil (1 - 2)	4.540	5.416	6.324	548	1.074	1.702	2.279	2.883	3.484	4.097	4.724	5.335	5.976	6.588	7.271	609	3 Operating Income After Revenue Sharing for Investment Fund Mudharabah Holders (1-2)
4 Pendapatan Operasional Lainnya	845	1.493	1.674	290	273	505	603	756	886	994	1.113	1.221	1.377	1.848	2.189	271	4 Other Operating Income
a. Pendapatan dari MTM dan Penjualan Surat Berharga	1	1	2	0	0	1	2	2	2	3	4	5	5	6	7	0	a. Income from Mark-to-Market and Sale of Securities
b. Pendapatan Bank selaku Mudharib dalam Mudharabah Al Muqayaddah	1	2	29	5	8	22	24	30	36	39	45	51	61	67	79	5	b. Income from Bank as Mudharib in Mudharabah Al Muqayaddah
c. Pendapatan dari Penyerahan, Fee/Komisi/Provisi	319	460	584	62	103	154	210	295	357	424	484	549	616	680	752	61	c. Income from Investment, Fees, Commission, Provision
d. Pendapatan Lainnya	524	1.030	1.059	223	162	327	367	430	492	527	580	616	694	1.094	1.352	205	d. Other Income
5 Total Pendapatan Operasional (3 + 4)	5.385	6.909	7.998	837	1.347	2.207	2.882	3.639	4.371	5.090	5.836	6.556	7.353	8.436	9.460	880	5 Total of Operating Income
6 Total Beban Operasional	3.916	4.145	4.866	510	893	1.463	1.918	2.440	2.872	3.297	3.753	4.251	4.669	5.365	6.069	533	6 Total of Operating Costs
a. Beban Imbalan kepada BI	-	-	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-	a. Yield to BI
b. Bonus Titipan Wadiah	97	98	88	9	17	23	31	39	47	56	65	74	84	94	101	8	b. Wadiah Bonuses
c. Kerugian atas MTM dan Penjualan Surat Berharga	1	-	2	0	0	-	0	0	-	-	-	-	-	-	-	0	c. Loss from Mark-to-Market and Sale of Securities
d. Kerugian dari Penyerahan dan Beban Komisi/Provisi	4	175	318	24	51	84	116	164	200	235	275	314	357	399	443	42	d. Loss from Investment and Cost of Commission/Provision
e. Kerugian Penurunan Nilai Aset Keuangan dan Lainnya	1.792	1.586	1.819	227	333	603	746	923	1.068	1.190	1.322	1.507	1.610	2.000	2.350	239	e. Impairment
f. Penyusutan/Amortisasi dan Beban Pemeliharaan Aset Tetap/Inventaris	133	149	144	12	23	34	47	58	68	81	91	104	117	131	146	19	f. Depreciation/Amortization and Cost of Fixed Assets Maintenance
g. Beban Risiko Operasional	11	0	0	0	0	0	4	4	4	5	5	5	5	5	6	0	g. Cost of Operational Risk
h. Kerugian Restrukturisasi Pembiayaan	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	h. Loss from Financing Restructuring
i. Beban Tenaga Kerja	823	961	1.062	88	178	268	360	473	559	650	744	838	935	1.036	1.163	85	i. Cost of Human Resources
i. Biaya Tenaker	811	946	1.050	87	176	264	355	467	552	642	733	826	921	1.021	1.144	84	i. Labour Cost
ii. Biaya Pendidikan dan Pelatihan Tenaker	10	15	12	1	2	4	5	6	7	9	10	12	14	16	19	1	ii. Training Cost
iii. Penelitian dan Pengembangan	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	iii. Research and Development
j. Beban Operasional Lainnya	1.057	1.176	1.432	149	291	449	614	779	925	1.079	1.250	1.409	1.560	1.699	1.860	140	j. Other Operating Costs
i. Promosi	70	89	92	6	10	17	23	32	37	43	49	56	63	74	93	4	i. Promotion
ii. Biaya Lainnya	987	1.087	1.340	144	281	433	591	747	888	1.036	1.201	1.353	1.496	1.625	1.767	136	ii. Other Costs
7 Laba/Rugi Operasional (5 - 6)	1.469	2.764	3.132	327	455	744	963	1.199	1.499	1.793	2.083	2.305	2.685	3.071	3.391	346	7 Operating Profit/Loss (5 - 6)
8 Pendapatan Non Operasional	192	138	152	8	15	23	31	39	47	53	60	81	91	102	113	12	8 Non Operating Income
9 Beban Non Operasional	132	176	156	16	31	47	60	70	80	93	110	121	143	159	176	16	9 Non Operating Cost
10 Laba/Rugi Non Operasional (8 - 9)	60	(37)	(5)	(8)	(15)	(24)	(28)	(31)	(34)	(41)	(50)	(41)	(52)	(57)	(63)	(3)	10 Non Operating Profit/Loss (8 - 9)
11 Laba/Rugi Tahun Berjalan (7 + 10)	1.529	2.726	3.127	319	439	721	935	1.168	1.465	1.753	2.033	2.265	2.633	3.014	3.328	343	11 Year-to-date Profit/Loss (7 + 10)
12 Tranfer Laba/Rugi	363	574	753	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1202	0	12 Transfer of Profit/Loss
13 Pajak Penghasilan	(22)	(59)	(62)	(6)	(11)	(18)	(21)	(20)	(22)	(26)	(29)	(33)	(36)	(37)	(43)	(8)	13 Income Tax
14 Laba/Rugi Bersih	1.144	2.094	2.313	314	429	703	914	1.148	1.443	1.727	2.004	2.232	2.597	2.977	2.083	336	14 Net Profit/Loss

"-": Data Tidak Tersedia

"-": Data not available

*) Sumber: Laporan Stabilitas Moneter dan Sistem Keuangan Bulanan

*) Source: Laporan Stabilitas Moneter dan Sistem Keuangan Bulanan Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah

Juta Rupiah (in Million IDR)

**Tabel 28. Laporan Laba Rugi Gabungan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
(Sharia Rural Bank Condensed Income Statement)**

Indikator	2016	2017	2018	2019												2020	Indicator
				Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	
A. Pendapatan																	A. Revenue
1 Pendapatan Operasional	1.391.233	1.590.687	1.781.691	162.598	317.791	480.259	640.244	813.317	973.971	1.147.844	1.319.443	1.490.875	1.666.764	1.844.781	1.944.605	182.573	1 Operating Revenue
2 Pendapatan Operasional Lainnya	121.522	146.455	188.813	17.129	31.421	46.950	62.489	79.532	94.174	111.945	130.125	148.250	166.351	191.079	203.120	20.179	2 Other operating Revenue
3 Pendapatan non operasional	11.294	21.889	11.322	918	1.800	3.173	3.867	6.635	7.495	8.667	9.921	10.587	10.969	12.410	13.913	1.059	3 Non operating Revenue
4 Bagi hasil investasi tidak terikat -/-	547.598	622.946	678.852	61.163	120.551	181.725	241.040	300.992	364.005	427.745	492.351	557.025	622.203	688.775	714.944	68.901	4 Profit Sharing for Unrestricted Investment -/-
Total Pendapatan	976.450	1.136.085	1.302.975	119.481	230.461	348.657	465.560	598.492	711.636	840.711	967.138	1.092.687	1.221.881	1.359.495	1.446.694	134.909	Total Revenue
B. Beban																	B. Expenses
1 Beban operasional	713.858	799.359	960.895	80.221	183.067	260.742	339.212	437.256	514.376	602.030	698.994	789.154	877.550	965.684	1.001.739	91.237	1 Operating Expenses
2 Beban operasional lainnya	56.337	60.220	87.695	5.567	10.742	16.271	22.376	30.859	38.067	47.248	54.804	61.910	67.043	77.386	90.091	8.595	2 Other Operating Expenses
3 Beban non operasional	7.824	10.499	14.189	1.367	2.842	3.983	4.698	6.205	7.384	8.760	10.400	11.792	13.329	14.280	15.839	1.344	3 Non Operating Expenses
Total Beban	778.018	870.078	1.062.779	87.156	196.652	280.996	366.287	474.319	559.827	658.038	764.198	862.857	957.922	1.057.350	1.107.668	101.176	Total Expenses
C. Laba tahun berjalan	198.432	266.007	240.196	32.325	33.809	67.661	99.274	124.172	151.809	182.673	202.940	229.831	263.960	302.145	339.025	33.733	C. Income
D. Penambahan/pengurangan Laba tahun berjalan	3.383	4.116	5.067	491	980	1.477	2.012	2.636	3.268	3.844	4.353	4.875	5.395	5.802	6.272	608	D. Additional/ Reduction
E. Laba tahun berjalan sebelum pajak	195.049	261.890	235.129	31.834	32.829	66.184	97.261	121.536	148.541	178.829	198.587	224.955	258.564	296.343	332.753	33.126	E. Net Income before Tax
F. Taksiran pajak penghasilan -/-	36.046	48.712	61.458	4.577	9.130	14.407	19.529	25.171	30.939	36.896	42.982	49.378	55.976	62.888	69.861	5.684	F. Tax Expense -/-
G. Laba setelah taksiran pajak penghasilan	159.003	213.179	173.671	27.257	23.699	51.777	77.732	96.366	117.602	141.932	155.605	175.577	202.588	233.455	262.108	27.442	G. Net Income
r) Angka-angka diperbaiki																	r) Revised Figures
*) Angka-angka sementara																	*) Provisional Figures

Juta Rupiah (in Million IDR)

Tabel 29. Biaya Promosi, Pendidikan dan Pelatihan - Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Cost of Promotion, Education and Training - Sharia Rural Bank)																	
Indikator	2016	2017	2018	2019												2020	Indicator
				Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	
1 Biaya promosi	16.816	18.277	19.212	1.301	2.344	3.560	5.038	8.346	9.568	11.101	12.742	14.515	16.085	17.960	16.884	1.405	1 Cost of promotion
2 Biaya pendidikan dan pelatihan	17.763	23.536	27.073	2.142	4.529	6.241	8.787	10.800	12.575	15.326	18.013	20.678	24.187	27.546	56.370	4.854	2 Cost of education and training
Total	34.579	41.813	46.285	3.443	6.873	9.801	13.825	19.145	22.143	26.427	30.755	35.193	40.272	45.507	73.254	6.259	Total

Daftar channel Perbankan Syariah di Indonesia

2. Bank NTB Syariah :

<https://www.youtube.com/channel/UC1EW3V78pYMDZSdqvZt1ZNg/videos?view=0&sort=p&flow=grid> 7 November 2020

The screenshot shows the YouTube channel page for Bank NTB Syariah. The channel has 787 subscribers. The banner features the Bank NTB Syariah logo and contact information. Below the banner, there are tabs for BERANDA, VIDEO, PLAYLIST, CHANNEL, DISKUSI, and TENTANG. The video grid displays several uploads, including 'Kitasatu2020™ | Bank NTB Syariah', 'Peduli Sesama 2020™ | Bank NTB Syariah', 'Bank NTB Syariah - Bakti kami untuk Negeri "Berbagi...", 'Bhakti Sosial, Aksi Berbagi dan Silaturahmi Day's Bank...', and 'Literasi Keuangan Syariah PT Bank NTB Syariah'. The left sidebar shows the YouTube navigation menu and a list of subscriptions including KOMPASTV, Maybank, Bank Mega Syariah, and Mantap Punya.

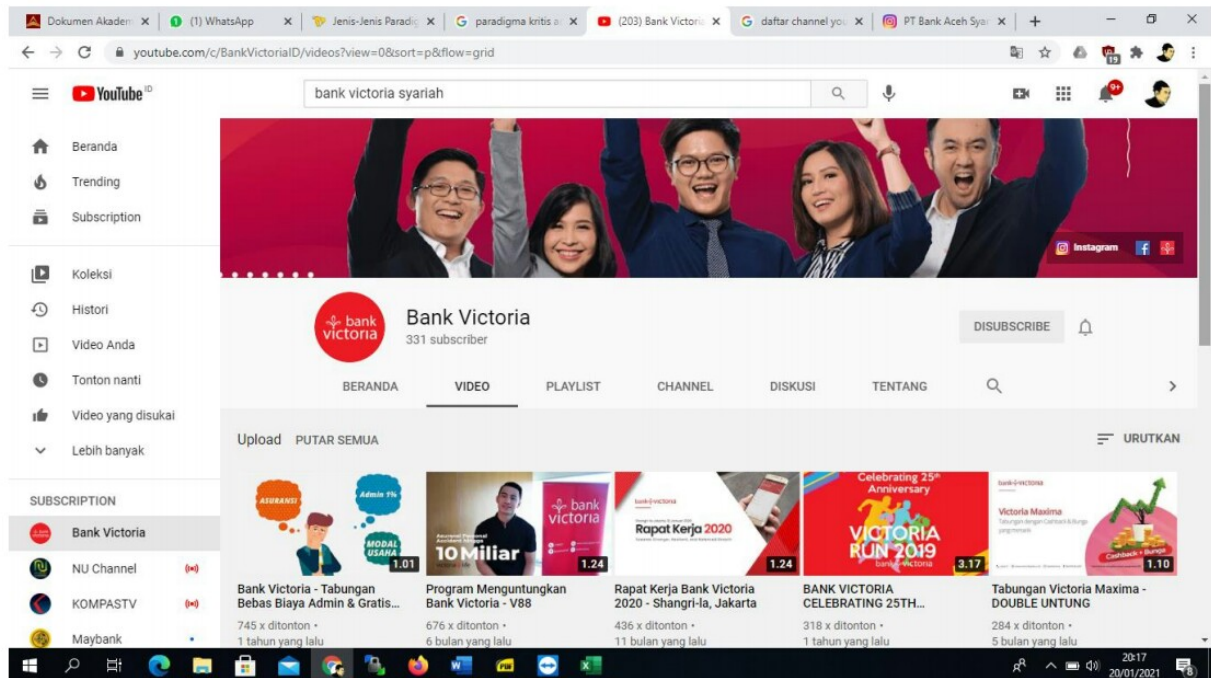
3. Bank Muamalat :

https://www.youtube.com/channel/UCtqkVI3ce3k2PoIITVQJ8_g/videos?view=0&sort=p&flow=grid 26 Februari 2016

The screenshot shows the YouTube channel page for Bank Muamalat. The channel has 3,58 subscribers. The banner features the Bank Muamalat logo and the text 'Transaksi Mudah, Cukup dari Rumah'. Below the banner, there are tabs for BERANDA, VIDEO, PLAYLIST, KOMUNITAS, CHANNEL, and TENTANG. The video grid displays several uploads, including 'Tentang Bank Muamalat, Bank Syariah Pertama di...', 'Jingle Bank Muamalat Indonesia', 'Naik Haji itu Mudah', 'Belajar Syariah bersama Muamalat: Apa itu Riba?', and 'Apa itu Bank Syariah?'. The left sidebar shows the YouTube navigation menu and a list of subscriptions including KOMPASTV, Mantap Punya, Deddy Corbuzier, and DENNY CAKNAN.

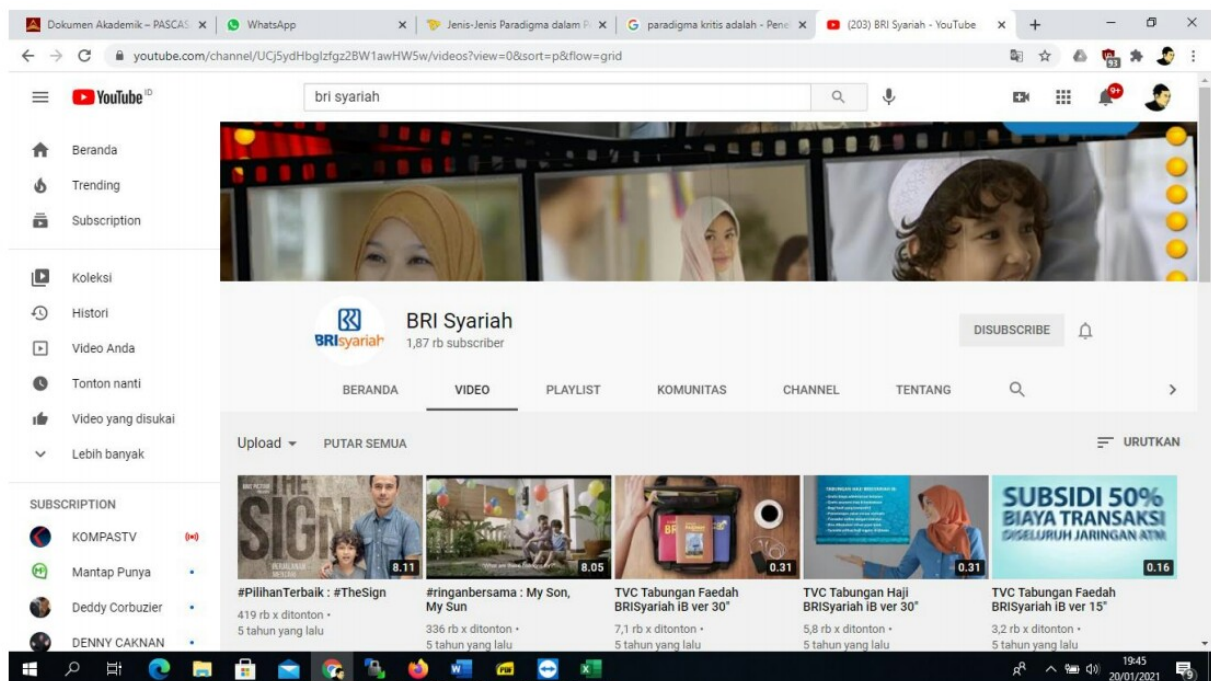
4. Bank Victoria Syariah :

<https://www.youtube.com/c/BankVictoriaID/videos?view=0&sort=p&flow=grid> 1 Februari 2019
masih nginduk



The screenshot shows the YouTube channel page for Bank Victoria. The channel has 331 subscribers. The video grid displays several promotional videos, including 'Bank Victoria - Tabungan Bebas Biaya Admin & Gratis...', 'Program Menguntungkan Bank Victoria - V88', 'Rapat Kerja Bank Victoria 2020 - Shangri-la, Jakarta', 'BANK VICTORIA CELEBRATING 25TH...', and 'Tabungan Victoria Maxima - DOUBLE UNTUNG'. The left sidebar shows the channel's navigation menu with options like Beranda, Trending, Subscription, Koleksi, Histori, Video Anda, Tonton nanti, Video yang disukai, and Lebih banyak. The bottom of the page shows the Windows taskbar with various application icons.

5. BRI Syariah : <https://www.youtube.com/channel/UCj5ydHbgIzfgz2BW1awHW5w> 5 Maret 2013



The screenshot shows the YouTube channel page for BRI Syariah. The channel has 1,87 thousand subscribers. The video grid displays several promotional videos, including '#PilihanTerbaik : #TheSign', '#ringanbersama : My Son, My Sun', 'TVC Tabungan Faedah BRISyariah iB ver 30"', 'TVC Tabungan Haji BRISyariah iB ver 30"', and 'TVC Tabungan Faedah BRISyariah iB ver 15"'. The left sidebar shows the channel's navigation menu with options like Beranda, Trending, Subscription, Koleksi, Histori, Video Anda, Tonton nanti, Video yang disukai, and Lebih banyak. The bottom of the page shows the Windows taskbar with various application icons.

6. BJB Syariah : <https://www.youtube.com/channel/UCv-KoOQqe1VsU2nBZXhW27g/videos?view=0&sort=p&flow=grid> 12 Juli 2018

The screenshot shows the YouTube channel page for 'bank bjb syariah official'. The channel has 3,611 subscribers. The banner features the text 'bank bjb syariah Youtube Channel' and 'Mitra Amanah Usaha Masalah'. Below the banner, there are navigation tabs for 'BERANDA', 'VIDEO', 'PLAYLIST', 'KOMUNITAS', 'CHANNEL', and 'TENTANG'. The 'VIDEO' tab is selected, displaying a grid of five video thumbnails. Each thumbnail includes a title, a duration, and a view count. The videos are part of a web series and include information about the number of views and the time since they were uploaded.

7. BNI Syariah : <https://www.youtube.com/user/CorcomBNISyariah/videos?view=0&sort=p&flow=grid> 1 Mei 2013

The screenshot shows the YouTube channel page for 'BNI Syariah'. The channel has 23,100 subscribers. The banner features a group of people and the text 'Web Series Hasanah Cinta'. Below the banner, there are navigation tabs for 'BERANDA', 'VIDEO', 'PLAYLIST', 'KOMUNITAS', 'CHANNEL', and 'TENTANG'. The 'VIDEO' tab is selected, displaying a grid of five video thumbnails. Each thumbnail includes a title, a duration, and a view count. The videos are part of a web series and include information about the number of views and the time since they were uploaded.

8. Bank Syariah Mandiri:

https://www.youtube.com/channel/UCDCCaZKA85NUb_y49MiUIQ/videos?view=0&sort=p&flow=grid 22 Juni 2015

The screenshot shows the YouTube channel page for Bank Syariah Mandiri. The channel has 11.9 million subscribers. The banner features a large number '21' with the text 'optimis peduli terus berkarya'. Below the banner, there are navigation tabs for BERANDA, VIDEO, PLAYLIST, KOMUNITAS, CHANNEL, and TENTANG. The video grid displays several videos, including 'Berkah Hari Kemenangan #Jadiberkah', 'Mandiri Syariah Mobile - Buka Rekening Online | Lebi...', 'Perencanaan Finansial Terwujud Bersama Mandiri...', 'Top Up OVO dan Go-pay Lebih Mudah #LebihBerkah...', and 'Perencanaan Finansial Terwujud Bersama Mandiri...'. The left sidebar shows the YouTube interface with various navigation options and a list of subscriptions including KOMPASTV, Mantap Punya, Deddy Corbuzier, and DENNY CAKNAN.

9. Bank Mega Syariah :

<https://www.youtube.com/c/BankMegaSyariahID/videos?view=0&sort=p&flow=grid> 19 Oktober 2016

The screenshot shows the YouTube channel page for Bank Mega Syariah. The channel has 728 subscribers. The banner features the text 'Assalamualaikum Selamat Datang di Bank Mega Syariah Youtube Channel' and 'PT Bank Mega Syariah Terdaftar dan Diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK)'. Below the banner, there are navigation tabs for BERANDA, VIDEO, PLAYLIST, CHANNEL, and TENTANG. The video grid displays several videos, including 'Mega Syariah Mobile, untuk kemudahan bertransaksi...', 'Tausiyah Online BMS bersama KH. Rafudin...', 'CMS (Cash Management System) Bank Mega Syariah', 'Penuh Berkah Bersama Bank Mega Syariah', and 'Tausiyah Online bersama Ustadz Arifin Nugroho'. The left sidebar shows the YouTube interface with various navigation options and a list of subscriptions including Bank Mega Syariah, KOMPASTV, Mantap Punya, and Deddy Corbuzier.

10. Bank Panin Dubai Syariah :

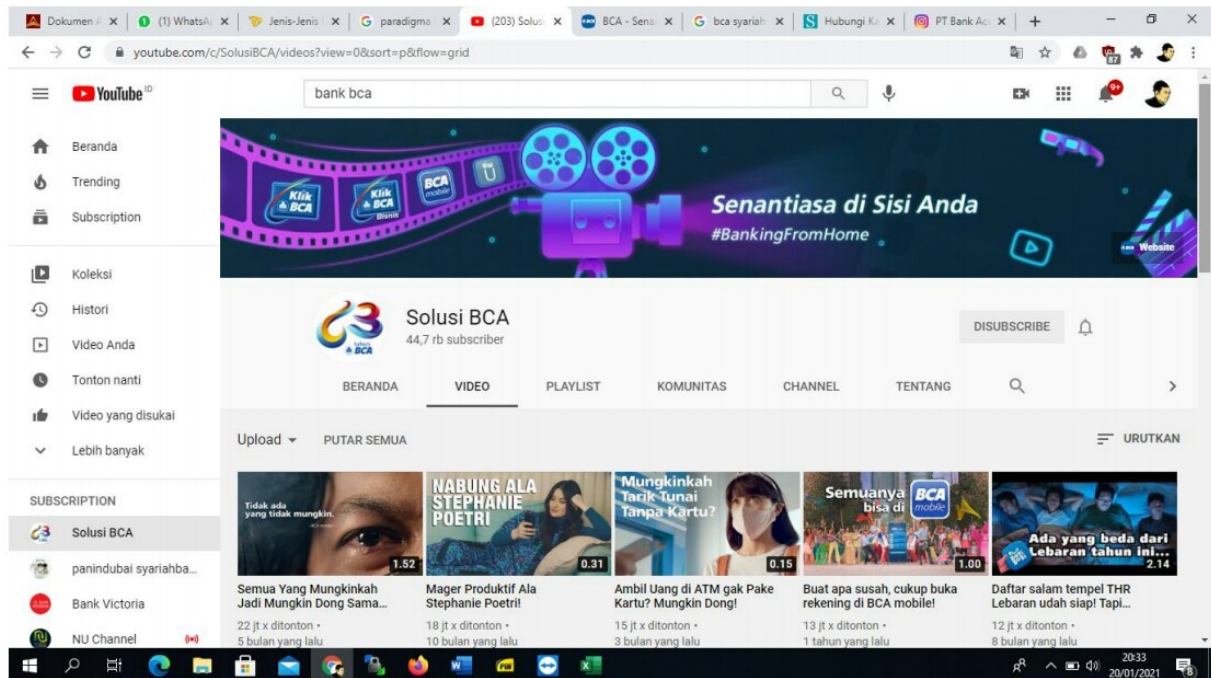
<https://www.youtube.com/channel/UCkgzWJJC6xAtUMxMYn6zOzA/videos?view=0&sort=p&flow=grid> 21 Januari 2018

The screenshot shows the YouTube channel page for 'panindubai syariahbanks', which has 78 subscribers. The channel is categorized under 'BERANDA', 'VIDEO', 'PLAYLIST', 'CHANNEL', 'DISKUSI', and 'TENTANG'. The video grid displays several uploads, including 'Panin Dubai Syariah Bank Company Profile' (673 views), 'SimPel Vlog Competition 2019-Yuk Menabung...' (668 views), 'KARTU ATM GPN PANIN DUBAI SYARIAH BANK' (71 views), 'KODE TRANSFER PANIN DUBAI SYARIAH BANK' (60 views), and 'iB Vaganza Solo 2019' (49 views). The channel also features a 'SUBSCRIPTION' section with links to 'Bank Victoria', 'NU Channel', and 'KOMPASTV'.

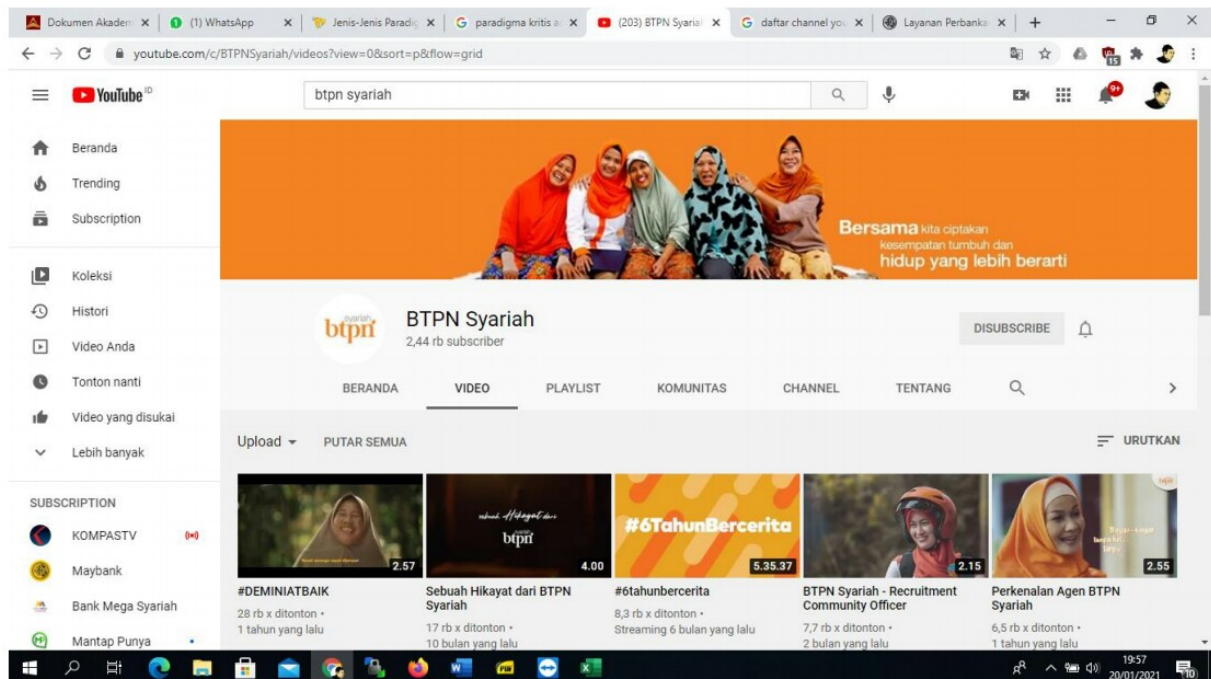
11. Bank Syariah Bukopin : <https://www.youtube.com/channel/UCV4ggJq-NSHEqf2RfVExw/videos?view=0&sort=p&flow=grid> 27 Desember 2015

The screenshot shows the YouTube channel page for 'Bank Syariah Bukopin', which has 282 subscribers. The channel is categorized under 'BERANDA', 'VIDEO', 'PLAYLIST', 'CHANNEL', and 'TENTANG'. The video grid displays several uploads, including 'TVC BSB - Video Profile Bank Syariah Bukopin 2016' (2,713 views), 'Tabungan Berhadiah Langsung - Bank Syariah...' (582 views), 'Pelaksanaan dan Dukungan PT Bank Syariah Bukopin...' (318 views), 'TVC BSB - Berkah iB SiAga Berhadiah 2016' (237 views), and 'Tabungan Berhadiah Langsung - Pilih Sendiri Jen...' (197 views). The channel also features a 'SUBSCRIPTION' section with links to 'KOMPASTV', 'Maybank', 'Bank Mega Syariah', and 'Mantap Punya'.

12. BCA Syariah : <https://www.youtube.com/c/SolusiBCA/videos?view=0&sort=p&flow=grid> 25 Mei 2012 masih nginduk



13. BTPN Syariah : <https://www.youtube.com/c/BTPNSyariah/videos?view=0&sort=p&flow=grid> 26 September 2018



14. Mybank Syariah :

<https://www.youtube.com/user/MaybankVideos/videos?view=0&sort=p&flow=grid> 30 Juli 2011
masih nginduk

The screenshot shows a web browser window with multiple tabs open, including 'Dokumen Akademi', 'WhatsApp', 'Jenis-Jenis Paradi...', 'paradigma kritis...', '(203) Maybank - V...', 'daftar channel bar...', and 'Layanan Perbank...'. The active tab is the YouTube channel page for 'Maybank Videos'. The URL bar shows 'youtube.com/user/MaybankVideos/videos?view=0&sort=p&flow=grid'. The YouTube interface includes a search bar with 'maybank syariah' entered, a left sidebar with navigation options like 'Beranda', 'Trending', 'Subscription', 'Koleksi', 'Histori', 'Video Anda', 'Tonton nanti', 'Video yang disukai', and 'Lebih banyak', and a 'SUBSCRIPTION' list with 'Maybank', 'Bank Mega Syariah', 'KOMPASTV', and 'Mantap Punya...'. The main content area features a banner with 'Our innovation' and 'Your convenience' alongside a Maybank logo. Below the banner, the channel name 'Maybank' is displayed with '64 rb subscriber' and a 'DISUBSCRIBE' button. Navigation tabs for 'BERANDA', 'VIDEO', 'PLAYLIST', 'KOMUNITAS', 'CHANNEL', and 'TENTANG' are visible. The video grid shows five uploads: '8 Wonders of the World with Maybank Mastercard®' (0.30), 'Get it sorted with the all-new app, MAE by Maybank2u' (1.08), 'Raya Paling Gempak' (4.34), 'Customers give Maybank best birthday gift ever!' (3.36), and 'Explore Tokyo with Maybank Visa' (0.30). Each video thumbnail includes a view count and upload time. The Windows taskbar at the bottom shows the date as 20/01/2012 and the time as 19:53.

1. Bagaimana penerapan promosi digital yang dilakukan dengan media Youtube oleh Perbankan Syariah di Indonesia periode 2016-2019?
 - a. Youtube adalah
 - b. Daftar channel youtube dari setiap bank
 - c. Jumlah subscriber
 - d. Jumlah viewer terbanyak
 - e. Video promosi produk pada setiap channel
 - f. Video lainnya yang mengundang viewer
 - g.

2. Bagaimana efektifitas promosi digital terhadap perkembangan perbankan syariah di Indonesia periode 2016-2019?
 - a. Dari channel didapatkan data jumlah subscriber dan viewer terbanyak dihubungkan dengan besaran biaya promosi pada OJK
 - b. Jumlah nasabah
 - c. Jumlah keuntungan bersih

1. PT Bank Danamon Indonesia, Tbk,

<https://www.youtube.com/c/BankDanamonId/videos?view=0&sort=p&flow=grid>

02/06/2016

2. PT Bank Permata, Tbk

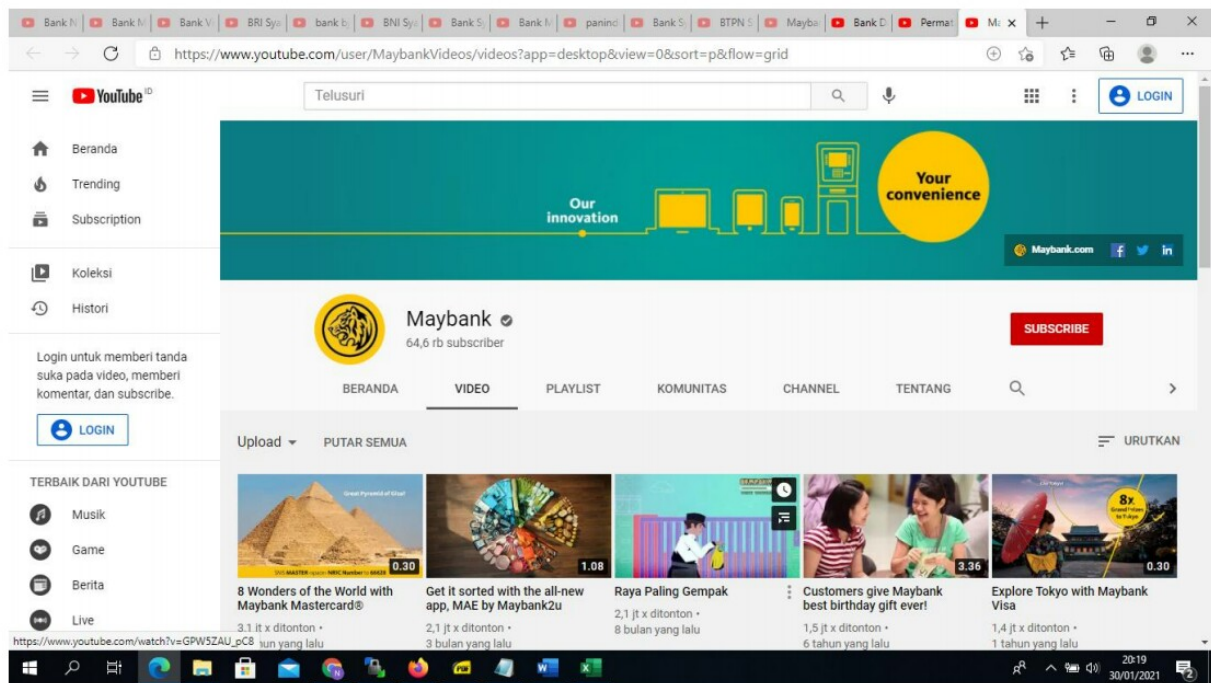
<https://www.youtube.com/c/PermataBankID/videos?view=0&sort=p&flow=grid>

24/10/2014

3. PT Bank Maybank Indonesia, Tbk

<https://www.youtube.com/user/MaybankVideos/videos?view=0&sort=p&flow=grid>

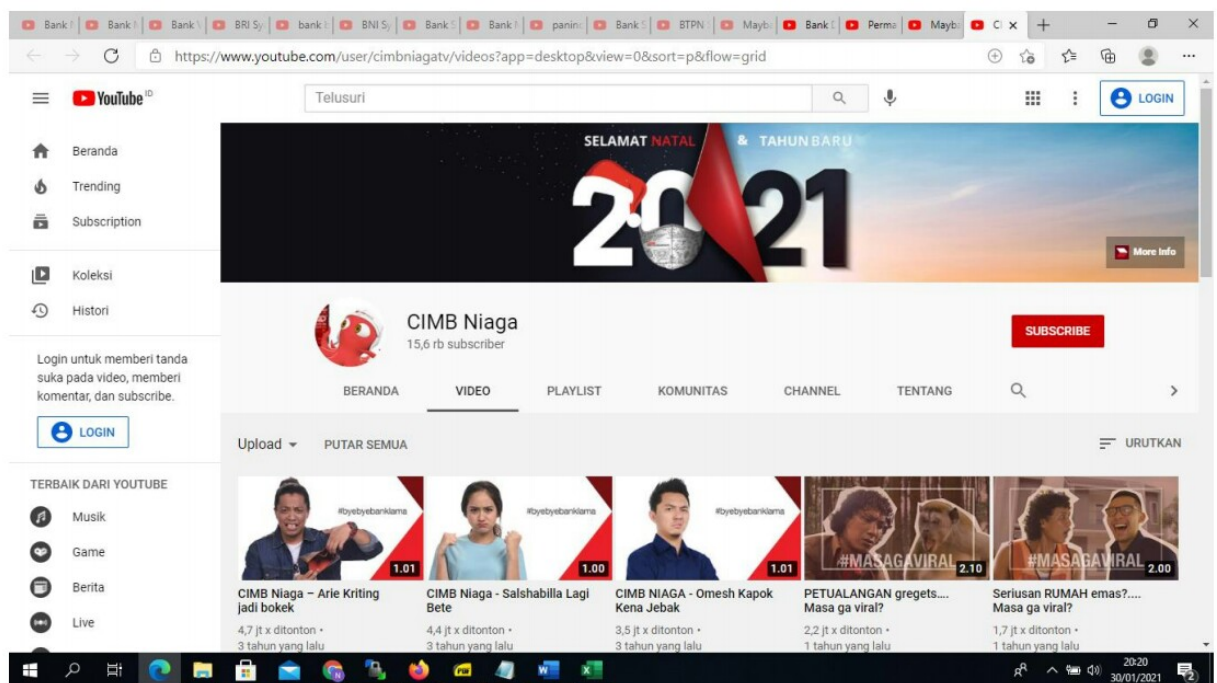
30/07/2011



4. PT Bank CIMB Niaga, Tbk

<https://www.youtube.com/user/cimbniagatv/videos?view=0&sort=p&flow=grid>

02/04/2011



5. PT Bank OCBC NISP, Tbk

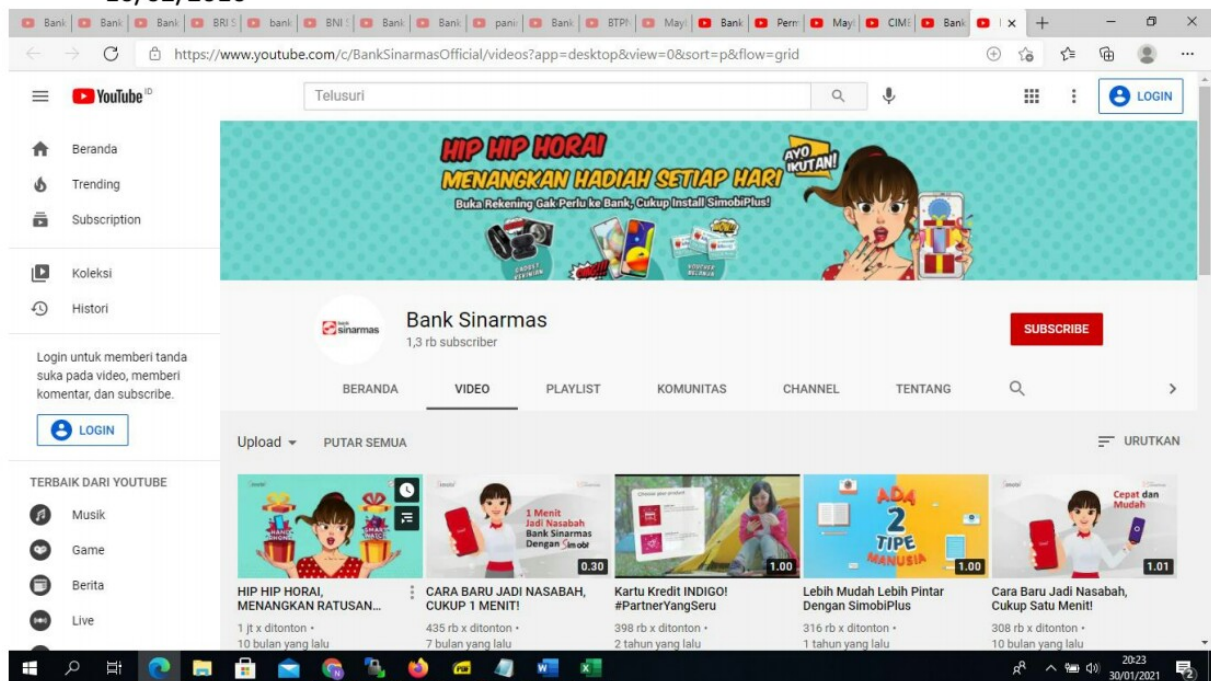
<https://www.youtube.com/user/BankOCBCNISP/videos?view=0&sort=p&flow=grid>

09/01/2011



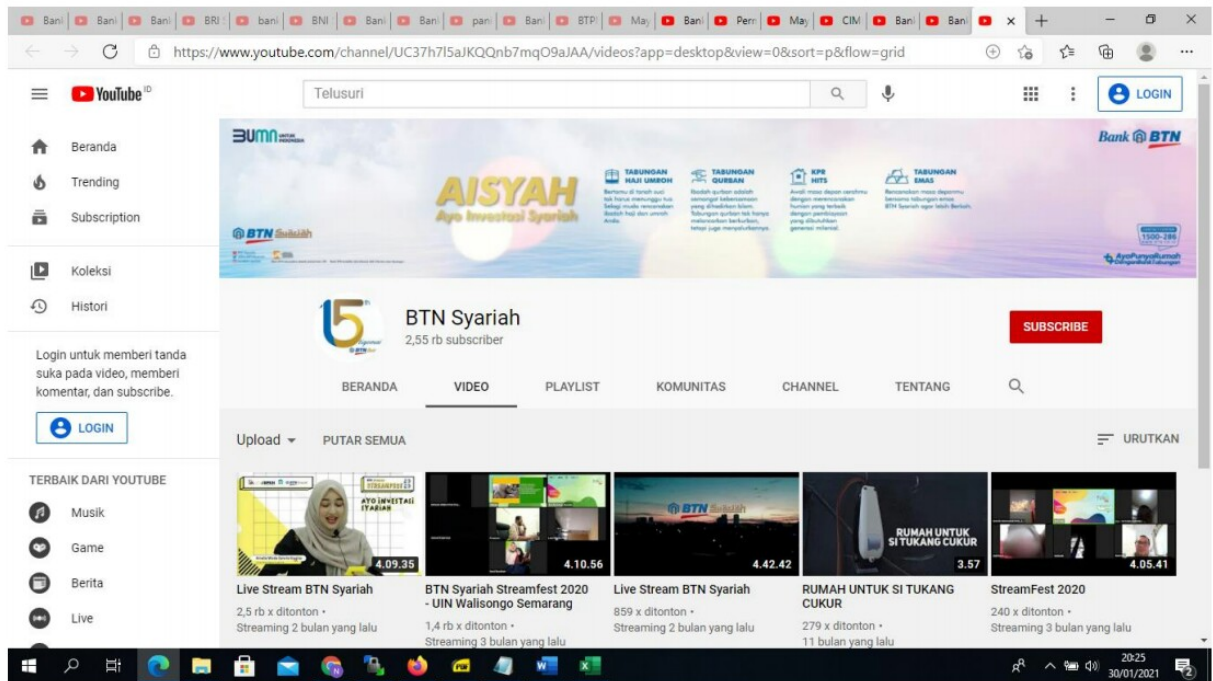
6. PT Bank Sinarmas

<https://www.youtube.com/c/BankSinarmasOfficial/videos?view=0&sort=p&flow=grid>
10/02/2016



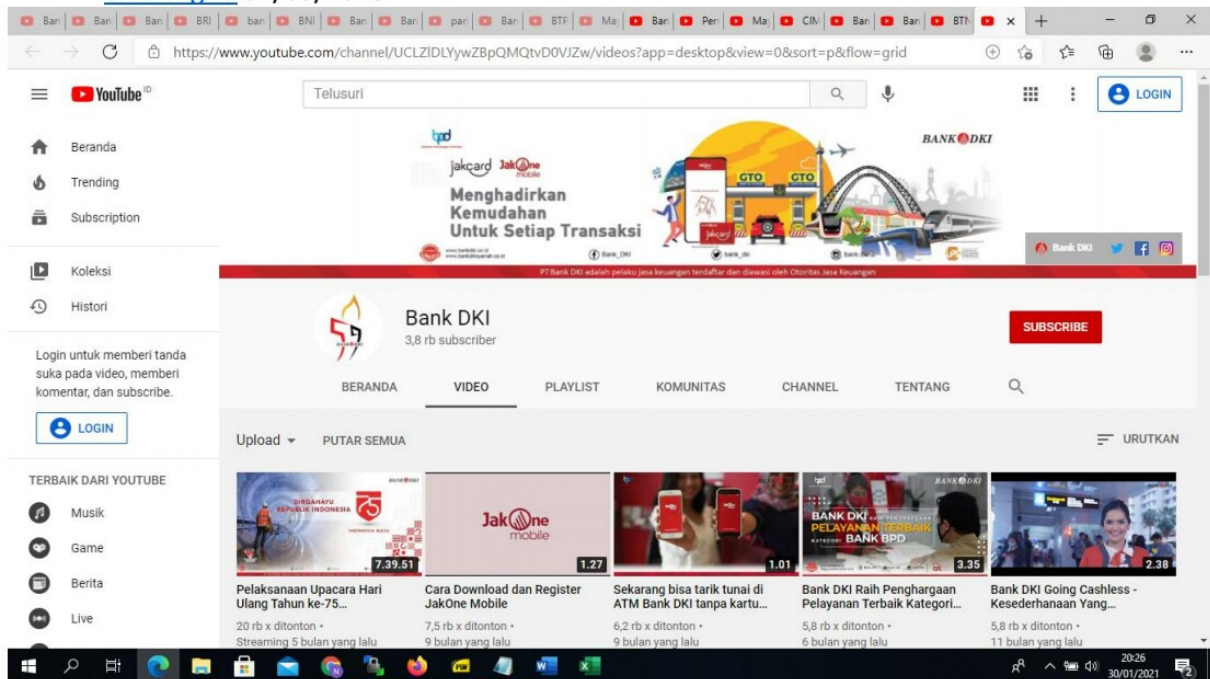
7. PT Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk.

<https://www.youtube.com/channel/UC37h7I5aJKQqnb7mqO9aJAA/videos?view=0&sort=p&flow=grid>
07/04/2016

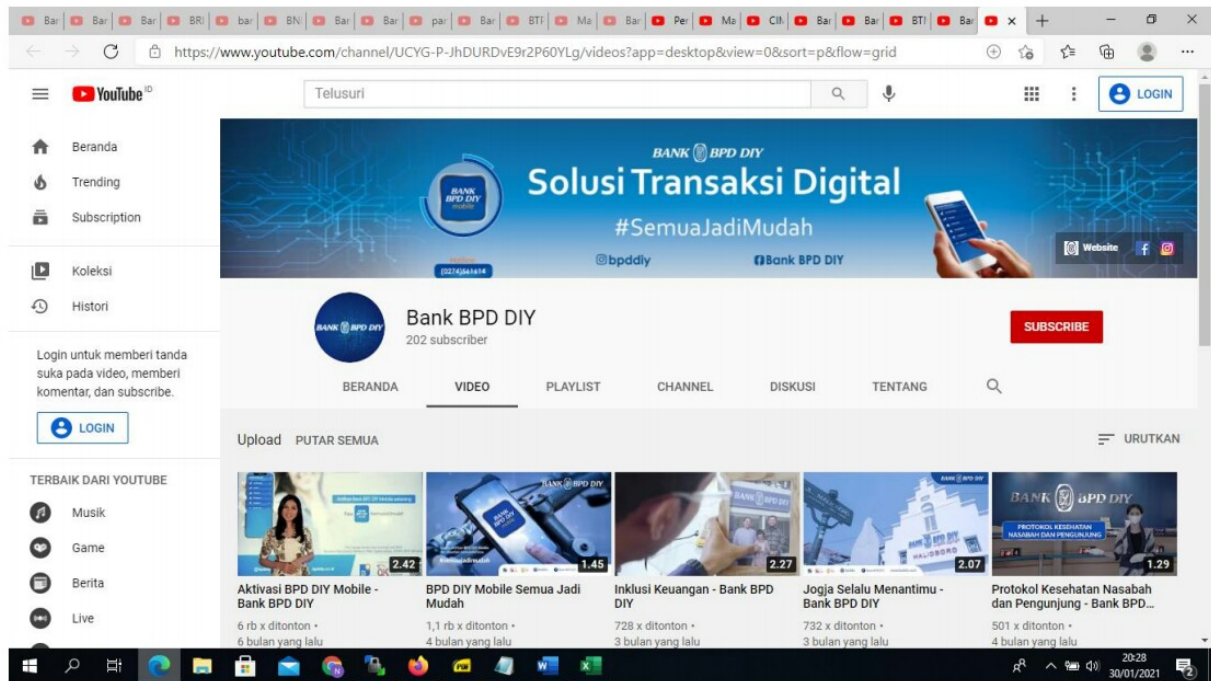


8. PT BPD DKI

<https://www.youtube.com/channel/UCLZIDLyYwZBpQMQtvD0VJZw/videos?view=0&sort=p&flow=grid> 02/05/2018

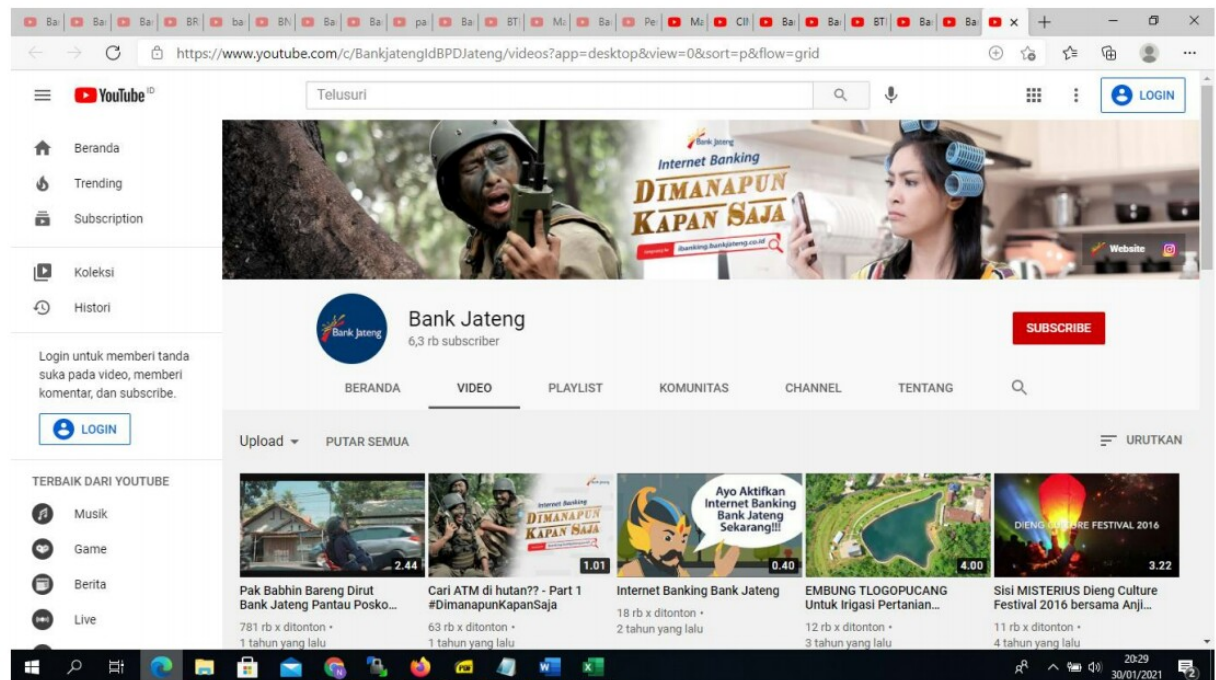


9. PT BPD Daerah Istimewa Yogyakarta <https://www.youtube.com/channel/UCYG-P-JhDURDvE9r2P60YLg/videos?view=0&sort=p&flow=grid> 21/07/2020



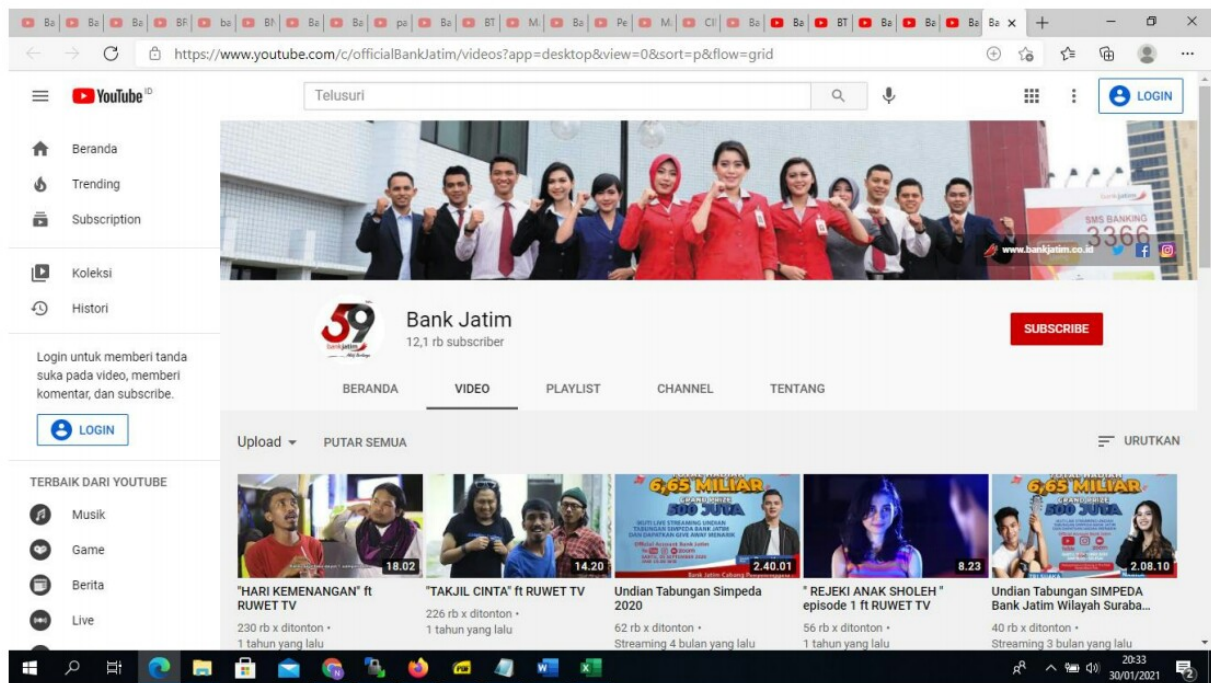
10. PT BPD Jawa Tengah

<https://www.youtube.com/c/BankjatengIdBPDJateng/videos?view=0&sort=p&flow=grid>
28/07/2015

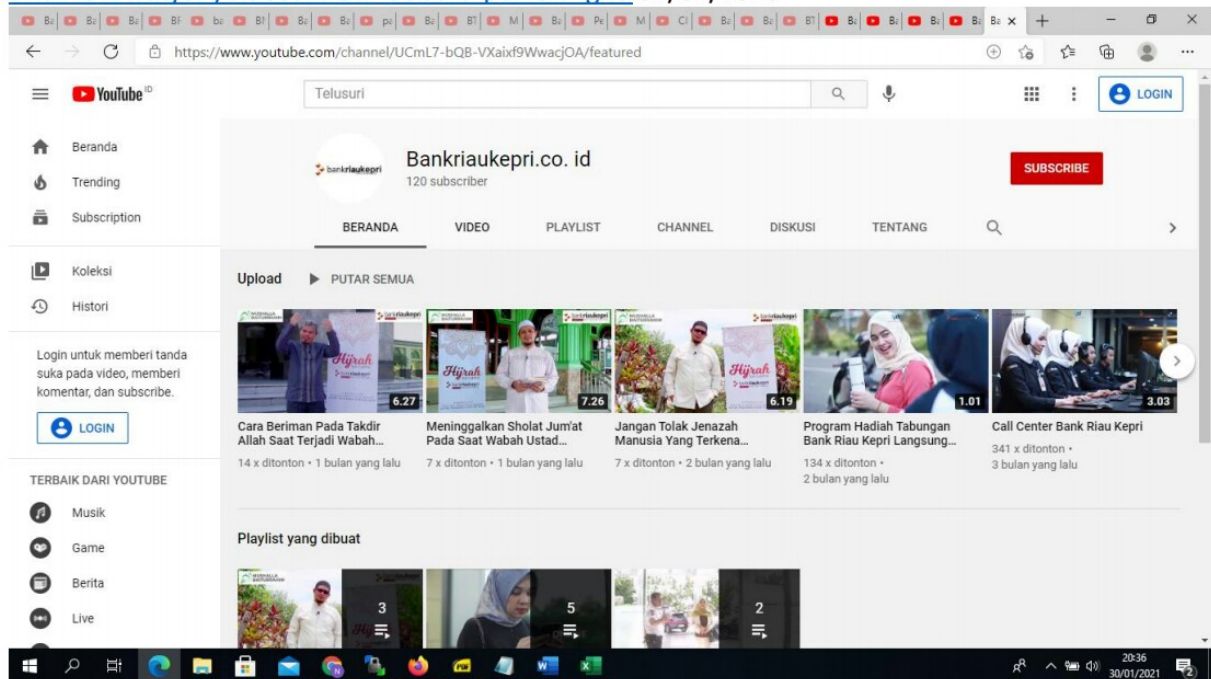


11. PT BPD Jawa Timur, Tbk

<https://www.youtube.com/c/officialBankJatim/videos?view=0&sort=p&flow=grid>
15/04/2014



15. PT BPD Riau dan Kepulauan Riau <https://www.youtube.com/channel/UCmL7-bQB-VXaif9WwacjOA/videos?view=0&sort=p&flow=grid> 31/01/2020



19. PD BPD Kalimantan Timur <https://www.youtube.com/c/Bankaltimara/videos?view=0&sort=p&flow=grid> 13/03/2015

PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH KALIMANTAN TIMUR DAN KALIMANTAN UTARA

Bankaltimtara
5,01 rb subscriber

BERANDA VIDEO PLAYLIST KOMUNITAS CHANNEL TENTANG

Upload PUTAR SEMUA

TERBAIK DARI YOUTUBE

- Musik
- Game
- Berita
- Live

1. **LUAR BASA** 2.06
Pemenang Kompetisi Yel Yel Bankaltimtara
815 rb x ditonton • 1 tahun yang lalu

2. **Stand Up Comedy Raim dan Yewen Bankaltimtara** 24.45
119 rb x ditonton • 2 tahun yang lalu

3. **Undian Simpeda BALKALTIMTARA**
13 rb x ditonton • Streaming 3 bulan yang lalu

4. **Bankaltimtara Langkah Bersama Merangkai Harmoni** 55.44
20 rb x ditonton • 2 tahun yang lalu

5. **KALTIM Bershalawat VIII** 4.22.49
11 rb x ditonton • Streaming 1 bulan yang lalu

DAFTAR CHANNEL YOUTUBE BPRS DI INDONESIA

1. PT BPRS Amanah Rabbaniah: <https://www.youtube.com/channel/UCfWFM7-p1nlsx4K0dkDnqcg/videos?view=0&sort=p&flow=grid> 23/05/2016

The screenshot shows the YouTube channel page for PT BPRS Amanah Rabbaniah. The channel name is "BPRS Amanah Rabbaniah" with 23 subscribers. The banner features the logo of BPR Syariah Amanah Rabbaniah. The video grid includes:

- "Bincang Ekonomi Syariah (PayTren TV - BPRS Amanah...)" with 231 views and 2 uploads.
- "Bincang Ekonomi Syariah (PayTren TV - BPRS Amanah...)" with 231 views and 2 uploads.
- "BPRS Amanah Rabbaniah" with 123 views and 1 upload.
- "Video Pendek BPRS Amanah Rabbaniah" with 93 views and 1 upload.

2. PT BPRS Amanah Ummah: <https://www.youtube.com/channel/UCOW0XrAEHYaJBjBR84NbuJw/videos?view=0&sort=p&flow=grid> 27/06/2012

The screenshot shows the YouTube channel page for PT BPRS Amanah Ummah. The channel name is "Bank Syariah Amanah Ummah" with 50 subscribers. The video grid includes:

- "PT. BPRS Amanah Ummah Leuwiliang Live Stream" with 72 views and 1 upload.
- "PT. BPRS Amanah Ummah Leuwiliang Live Stream" with 59 views and 1 upload.
- "Kajian Jumat pagi" with 52 views and 1 upload.
- "Pengajian Jum'at" with 41 views and 1 upload.
- "PT. BPRS Amanah Ummah Leuwiliang Live Stream" with 36 views and 1 upload.
- "PT. BPRS Amanah Ummah Leuwiliang Live Stream" with 51 views and 1 upload.
- "PT. BPRS Amanah Ummah Leuwiliang Live Stream" with 28 views and 1 upload.
- "BPRS SYARIAH" with 37 views and 1 upload.
- "PT. BPRS Amanah Ummah Leuwiliang Live Stream" with 42 views and 1 upload.
- "Klasikal Rabu Pagi" with 118 views and 1 upload.

10. PT. HARTA INSAN KARIMAH : <https://www.youtube.com/channel/UCn1pT-uOkWsnKZQTNK8n0Sg/videos?view=0&sort=p&flow=grid> 04/04/2018

Bank Syariah Amanah Ummah - x Bank Syariah Amanah Ummah - x BPRS Harta Insan Karimah - You BPRS Harta Insan Karimah - You +

https://www.youtube.com/channel/UCn1pT-uOkWsnKZQTNK8n0Sg/videos?app=desktop&view=0&sort=p&flow=grid

YouTube

Telusuri

LOGIN

Beranda

Trending

Subscription

Koleksi

Histori

Login untuk memberi tanda suka pada video, memberi komentar, dan subscribe.

LOGIN

TERBAIK DARI YOUTUBE

Musik

Game

Berita

Live

Menabung di Bank Syariah Harta Insan Karimah Insya Allah Lebih Berkah
miliki Tabungan HIK nikmati kenyamanannya
info lebih lanjut : www.bprshik.co.id

BPRS Harta Insan Karimah
81 subscriber

SUBSCRIBE

BERANDA VIDEO PLAYLIST CHANNEL DISKUSI TENTANG

Upload PUTAR SEMUA URUTKAN

Employee Gathering BPRS Harta Insan Karimah - ...
559 x ditonton • 2 tahun yang lalu

Company Profile BPRS Harta Insan Karimah Oleh Bapak...
470 x ditonton • 2 tahun yang lalu

GRAND LAUNCHING MENARA HIK - BPRS HART...
285 x ditonton • Streaming 10 bulan yang lalu

Company Profile BPRS Harta Insan Karimah
200 x ditonton • 2 tahun yang lalu

SPIRIT Corporate Value BPRS Harta Insan Karimah
161 x ditonton • 2 tahun yang lalu

13. PT BPRS Harta Insan Karimah Bekasi: <https://www.youtube.com/channel/UCn1pT-uOkWsnKZQTNK8n0Sg/videos?view=0&sort=p&flow=grid> 04/04/2018

Bank Syariah Amanah Ummah - x Bank Syariah Amanah Ummah - x BPRS Harta Insan Karimah - You BPRS Harta Insan Karimah - You +

https://www.youtube.com/channel/UCn1pT-uOkWsnKZQTNK8n0Sg/videos?app=desktop&view=0&sort=p&flow=grid

YouTube

Telusuri

LOGIN

Beranda

Trending

Subscription

Koleksi

Histori

Login untuk memberi tanda suka pada video, memberi komentar, dan subscribe.

LOGIN

TERBAIK DARI YOUTUBE

Musik

Game

Berita

Live

Menabung di Bank Syariah Harta Insan Karimah Insya Allah Lebih Berkah
miliki Tabungan HIK nikmati kenyamanannya
info lebih lanjut : www.bprshik.co.id

BPRS Harta Insan Karimah
81 subscriber

SUBSCRIBE

BERANDA VIDEO PLAYLIST CHANNEL DISKUSI TENTANG

Upload PUTAR SEMUA URUTKAN

Employee Gathering BPRS Harta Insan Karimah - ...
559 x ditonton • 2 tahun yang lalu

Company Profile BPRS Harta Insan Karimah Oleh Bapak...
470 x ditonton • 2 tahun yang lalu

GRAND LAUNCHING MENARA HIK - BPRS HART...
285 x ditonton • Streaming 10 bulan yang lalu

Company Profile BPRS Harta Insan Karimah
200 x ditonton • 2 tahun yang lalu

SPIRIT Corporate Value BPRS Harta Insan Karimah
161 x ditonton • 2 tahun yang lalu

15. PT BPRS Bangun Drajat Warga:

https://www.youtube.com/channel/UCr_zqNGZO4XtXCx5uoxxFPQ/videos?view=0&sort=p&flow=grid
28/12/2011

The screenshot shows the YouTube channel page for "BPRS Bangun Drajat Warga". The channel has 3 subscribers. The main video displayed is "COMPANY PROFILE PT BPRS BANGUN DRAJAT WARGA" with a duration of 6:00. The video has 414 views and was uploaded 2 years ago. The channel's banner features a building. The left sidebar shows the YouTube navigation menu and a list of subscriptions including NU Channel, KOMPASTV, and BPRS Al Salaam. The top of the browser window shows multiple tabs for BPRS channels.

16. PT BPRS Harta Insan Karimah Cibitung:

<https://www.youtube.com/channel/UCwMrmGJdyriCfOITkKtLloQ/videos?view=0&sort=p&flow=grid>
08/05/2008

The screenshot shows the YouTube channel page for "BPRS HIK CIBITUNG Media". The channel has 244 subscribers. The banner image shows a group of people in front of a sign that says "Gardens by the Bay". Below the banner, there are five video thumbnails with their titles and durations: "BPRS HIK CIBITUNG OUTBOUND & GATHERING..." (10:54), "VIDEO PROFILE - BPR SYARIAH HIK CIBITUNG" (3:34), "Family Gathering 2019 Go To Bandung - BPR SYARIAH HI..." (11:06), "MILAD KE 26 - BPR SYARIAH HIK CIBITUNG 2019" (5:33), and "YUK KENALI PERBEDAAN BANK SYARIAH DAN..." (20:02). The left sidebar shows the YouTube navigation menu and a "LOGIN" button. The top of the browser window shows multiple tabs for BPRS channels.

22. PT BPRS AlMasoem:

<https://www.youtube.com/channel/UCTTUknyGDafvDyeqABMZg/featured> 04/07/2014

The screenshot shows the YouTube channel page for PT BPRS AlMasoem. The channel name is 'BPRS AL MASOEM' with 7 subscribers. The main video is titled 'BPR SYARIAH AL MASOEM' with a duration of 0:54. The video description mentions 'BPRS AL MASOEM | Merasah Sukses Bersama Kemaslahatan Ummat Kantor Pusat Operasional (KPO) Gedung Bank Syariah Al Ma'soem Lt. II & III Jl. Raya Rancaek No. 1 Bandung Telp. (022) 7796130...'. The channel has a 'SUBSCRIBE' button and a search bar. The left sidebar shows the channel's navigation menu with options like Beranda, Trending, Subscription, Koleksi, Histori, Video Anda, Tonton nanti, Video yang disukai, and Lebih banyak. The bottom of the page shows the Windows taskbar with various application icons and the system clock indicating 15:30 on 26/01/2021.

29. PT BPRS Daarut Tauhiid:

<https://www.youtube.com/channel/UC3wycmXmI5vqPXA9QACANQ/videos?view=0&sort=p&flow=grid> 22/08/2016

The screenshot shows the YouTube channel page for PT BPRS Daarut Tauhiid. The channel name is 'BPRS DT' with 10 subscribers. The main video is titled 'BPRS DAARUT TAUHIID (mengenal lebih dekat)' with a duration of 12:12. The video description mentions 'BPRS DAARUT TAUHIID (mengenal lebih dekat)'. The channel has a 'SUBSCRIBE' button and a search bar. The left sidebar shows the channel's navigation menu with options like Beranda, Trending, Subscription, Koleksi, Histori, Video Anda, Tonton nanti, Video yang disukai, and Lebih banyak. The bottom of the page shows the Windows taskbar with various application icons and the system clock indicating 16:44 on 26/01/2021.

80. PT BPRS Khasanah Ummat:

<https://www.youtube.com/channel/UCrah0Oac6wxPO8ZG3mAoyVQ/videos?view=0&sort=p&flow=grid> 06/09/2013

The screenshot shows the YouTube channel page for 'khasanah ummat'. The channel has 3 subscribers. The video player displays a video titled 'Company Profile BPRS Khasanah Ummat' with a duration of 10:25. The video has been watched 159 times and uploaded 2 years ago. The left sidebar shows the channel's subscription list, including 'KOMPASTV', 'khasanah ummat', 'BPRS HIK CIBITUNG ...', and 'BPRS Al Salaam'. The top navigation bar includes links to 'Beranda', 'Trending', and 'Subscription'.

83. PT BPRS Lantabur Tebuireng:

<https://www.youtube.com/channel/UCVMoCyaS5r469L8cwZISDHg/videos?view=0&sort=p&flow=grid> 29/06/2020

The screenshot shows the YouTube channel page for 'bprslantabur'. The channel has 65 subscribers. The video player displays a video titled 'Bank BPR Syariah Lantabur Tebuireng Literasi - LTB...' with a duration of 2:09. The video has been watched 47 times and uploaded 6 months ago. The left sidebar shows the channel's subscription list, including 'KOMPASTV', 'khasanah ummat', 'BPRS HIK CIBITUNG ...', and 'BPRS Al Salaam'. The top navigation bar includes links to 'Beranda', 'Trending', and 'Subscription'.

84. PT BPRS Haji Miskin:

https://www.youtube.com/channel/UCWZymWv5BUSoKX_Nyl74iYA/videos?view=0&sort=p&flow=grid 14/05/2020

The screenshot shows the YouTube channel page for PT BPRS Haji Miskin. The channel has 1 subscriber. The main video is titled "Bakti Sosial BPR Syariah Haji Miskin kepada masyarakat terhadap dampak COVID-19" with 13 views and 8 likes. The channel banner features a green logo and the text "bprs hajimiskin". The left sidebar shows the YouTube navigation menu with options like Beranda, Trending, Subscription, Koleksi, Histori, Video Anda, Tonton nanti, Video yang disukai, and Lebih banyak. The bottom of the page shows the Windows taskbar with various application icons.

86. PT BPRS Al Salaam Amal Salman:

<https://www.youtube.com/channel/UCuYYOYd9sQunMqGb4iZkiew/videos?view=0&sort=p&flow=grid> 11/12/2017

The screenshot shows the YouTube channel page for PT BPRS Al Salaam. The channel has 161 subscribers. The banner features the text "#YUKMOVEONKE SYARIAH" and "Hijrah - Syariah - Berkah - Istiqomah". The main video is titled "Sekilas Produk Pembiayaan Syariah - BPRS Al Salaam" with 5,210 views and 2 likes. The channel banner also includes contact information and social media links. The left sidebar shows the YouTube navigation menu with options like Beranda, Trending, Subscription, Koleksi, Histori, Video Anda, Tonton nanti, Video yang disukai, and Lebih banyak. The bottom of the page shows the Windows taskbar with various application icons.

94. PT BPRS Bumi Artha Sampang: <https://www.youtube.com/channel/UCYPjIAbINTIsGCI-h5wX5Gg/videos?view=0&sort=p&flow=grid> 22/10/2020

The screenshot shows the YouTube channel page for PT. BPRS BAS. The channel has 9 subscribers. The video grid displays two videos:

- Bulan Inklusi Keuangan Ne Inyong! BPRS BAS**: 31 x ditonton • 2 bulan yang lalu
- Ayo Menabung**: 20 x ditonton • 1 bulan yang lalu

The left sidebar shows the YouTube navigation menu and a subscription list including KOMPASTV, bprs hajimiskin, khasanah ummat, and BPRS HIK CIBITUNG.

99. PT BPRS Mitra Amal Mulia: https://www.youtube.com/channel/UCjK5dveDHYbPIYwhrz1D_wQ/videos?view=0&sort=p&flow=grid 15/11/2019

The screenshot shows the YouTube channel page for BPRS MAM. The channel has 131 subscribers. The video grid displays five videos:

- Adzan Merdu BPRSMAM**: 168 x ditonton • 1 tahun yang lalu
- Live Stream PT. BPRS MITRA AMAL MULIA**: 131 x ditonton • Streaming 4 bulan yang lalu
- Live Stream PT. BPRS MITRA AMAL MULIA**: 103 x ditonton • Streaming 4 bulan yang lalu
- Milad 13 Bprsmam**: 77 x ditonton • 2 bulan yang lalu
- Informasi EQ Rate BPRS Mitra Amal Mulia**: 25 x ditonton • 10 bulan yang lalu

The left sidebar shows the YouTube navigation menu and a subscription list including BPRS MAM, KOMPASTV, bprs hajimiskin, and khasanah ummat.

106. PT BPRS Dana Amanah Surakarta:

<https://www.youtube.com/channel/UCZ9G3FBS9iLBjNHQyp0noQA/videos?view=0&sort=p&flow=grid> 03/08/2020

The screenshot shows the YouTube channel page for PT BPRS Dana Amanah Surakarta. The channel name is "Dana Amanah" with 71 subscribers. The page is in the "VIDEO" tab. Two videos are visible: "Milad ke 9 Dana Amanah dan Pengundian Hadiah" (1,3 rb x ditonton • Streaming 4 bulan yang lalu) and "squad Dana Amanah SEMANGAT" (270 x ditonton • 5 bulan yang lalu). The left sidebar shows a list of subscriptions including BPRS MAM, KOMPASTV, bprs hajimiskin, khasanah ummat, BPRS HIK CIBITUNG, BPRS Al Salaam, and BPRS Harta Insan Ka... The top of the browser shows multiple tabs for BPRS channels and a search bar.

116. PT BPRS Annisa Mukti:

https://www.youtube.com/channel/UCB_fQIRbmOWfjmqpAfOJ5tA/videos?view=0&sort=p&flow=grid 22/10/2020

The screenshot shows the YouTube channel page for PT BPRS Annisa Mukti. The channel name is "Bprs Annisa Mukti official" with 7 subscribers. The page is in the "VIDEO" tab. One video is visible: "Bulan Inklusi Keuangan 2020 BPRS ANNISA MUKTI" (35 x ditonton • 3 bulan yang lalu). The left sidebar shows a list of subscriptions including BPRS MAM, KOMPASTV, bprs hajimiskin, khasanah ummat, BPRS HIK CIBITUNG, BPRS Al Salaam, BPRS Harta Insan Ka..., BPRS ASAD ALIF, and a link to "Tampilkan 164 lagi". The top of the browser shows multiple tabs for BPRS channels and a search bar.

117. PT BPRS FORMES: <https://www.youtube.com/channel/UCufBlueQCItk3fAXzQ-ASnQ/videos?view=0&sort=p&flow=grid> 22/03/2020

The screenshot displays the YouTube channel page for PT BPRS FORMES. The channel's name is prominently displayed at the top, along with a 'SUBSCRIBE' button. Below the channel name, there are tabs for 'BERANDA', 'VIDEO', 'PLAYLIST', 'CHANNEL', 'DISKUSI', and 'TENTANG'. The 'VIDEO' tab is selected, showing a grid of two video thumbnails. The first video is titled 'Formes Sosial Club - Part 1' and the second is 'PT BPRS FORMES - RUPS 2019'. On the left side, there is a sidebar with a list of related channels and a 'Tampilkan 164 lagi' button. The bottom of the image shows the Windows 10 taskbar with the system clock indicating 19:15 on 26/01/2021.

128. PT BPRS Artha Pamenang: <https://www.youtube.com/channel/UCZsT0kE9yrZ8fRRB843GH2w/videos?view=0&sort=p&flow=grid> 19/10/2018

The screenshot shows the YouTube channel page for PT. BPR ARTHA PAMENANG KC Gurah. The channel name and 'SUBSCRIBE' button are at the top. Below, there are tabs for 'BERANDA', 'VIDEO', 'PLAYLIST', 'CHANNEL', 'DISKUSI', and 'TENTANG'. The 'VIDEO' tab is active, displaying a grid of five video thumbnails. The videos are: 'Kompilasi Singkatan Istilah Dunia Perbankan', 'Zumba with Ap Gurah', 'ENTAH APA YANG MERASUKIMU (PACARKU)???', '13 April 2019', and 'Cara latihan sebelum berlomba (latihan sebelum...)'. The left sidebar includes a 'LOGIN' button and a list of related channels. The bottom of the image shows the Windows 10 taskbar with the system clock indicating 20:53 on 26/01/2021.

132. PT BPRS Mitra Harmoni Kota Semarang:

https://www.youtube.com/channel/UCpSaMODh8I46LFwOI_FvNog/videos?view=0&sort=p&flow=grid 09/09/2017

The screenshot shows the YouTube channel page for Bank Syariah Mitra Harmoni Semarang. The channel has 5 subscribers. The video grid displays five videos:

- Profile company - bank syariah mitra harmoni... (74 x ditonton • 10 bulan yang lalu)
- BPRS MHS - Promosi Rutin Bulanan (23 x ditonton • 1 tahun yang lalu)
- BPRS MHS - PROMOSI MALAM (14 x ditonton • 1 tahun yang lalu)
- Bagi Hasil Tabungan & Deposito (Counter Rate) Ba... (14 x ditonton • 9 bulan yang lalu)
- BPRS MHS - Promosi Malam Part 2 (13 x ditonton • 1 tahun yang lalu)

137. PT BPRS Al-Madinah Tasikmalaya: https://www.youtube.com/channel/UC-In6KskGdtUEKZQRs_Yaew/videos?view=0&sort=p&flow=grid 30/09/2020

The screenshot shows the YouTube channel page for Bank Syariah Al-Madinah Tasikmalaya. The channel has 8 subscribers. The video grid displays five videos:

- TABUNGAN SIMADU (Simpanan Masa Depan... (35 x ditonton • 3 bulan yang lalu)
- Pembayaran angsuran via alfamart - BPRS Al-Madinah... (17 x ditonton • 3 bulan yang lalu)
- TABUNGAN HARI RAYA (THR) | BPRS Al-Madinah... (13 x ditonton • 3 bulan yang lalu)
- Hari Kesehatan Nasional - Bank Syariah Al-Madinah... (9 x ditonton • 2 bulan yang lalu)
- TABUNGAN AHSANUAMALA HAJI & UMROH | BPRS Al-... (5 x ditonton • 3 bulan yang lalu)

138. PT BPRS Way Kanan:

<https://www.youtube.com/channel/UCW9G2LjqzVUa8PRSiOZ6JEw/videos?view=0&sort=p&flow=grid> 05/02/2016

The screenshot shows the YouTube channel page for PT BPRS Way Kanan. The channel name is 'bprs waykanan' with a logo featuring a green and yellow geometric design. The page shows a grid of video thumbnails, including 'Hari BPR / BPRS Nasional 2020 Oleh Bank Syariah Wa...' and 'Konsep Logo Bank Syariah Way Kanan'. The left sidebar lists various BPRS channels. The top navigation bar includes 'BERANDA', 'VIDEO', 'PLAYLIST', 'CHANNEL', 'DISKUSI', and 'TENTANG'.

142. PT BPRS Mitra Harmoni Kota Bandung:

https://www.youtube.com/channel/UCiJG8n8d10S7_romn6o-Owg/videos?view=0&sort=p&flow=grid 28/06/2016

The screenshot shows the YouTube channel page for PT BPRS Mitra Harmoni Kota Bandung. The channel name is 'Mitra Harmoni Bandung Official' with a logo featuring a green and yellow geometric design. The page shows a grid of video thumbnails, including 'Gerakan Pakai Masker', 'Milad BPRS Mitra Harmoni Kota Bandung Ke-7', 'Produk Pembiayaan BPRS Mitra Harmoni Kota Bandung', 'Promosi 26 08 2018', and 'Pengelolaan Uang dimasa Pandemi'. The left sidebar lists various BPRS channels. The top navigation bar includes 'BERANDA', 'VIDEO', 'PLAYLIST', 'CHANNEL', 'DISKUSI', and 'TENTANG'.

148. PT BPRS Saka Dana Mulia: https://www.youtube.com/channel/UCQ9Flz6VauDgou-f_RuWJdw/videos?view=0&sort=p&flow=grid 19/08/2020

The screenshot shows the YouTube channel page for PT BPRS Saka Dana Mulia. The channel name is 'Bprs Saka Dana Mulia' with 27 subscribers. The banner image displays a green star logo and the text 'Saka Dana Mulia Bank Pembiayaan Rakyat Syariah'. The video list includes two videos: 'Pemberian apresiasi kepada Nasabah Tabungan Tahapa...' (150 x ditonton • 5 bulan yang lalu) and 'Mojosemi forest park | Kita kompak yakin bisa' (64 x ditonton • 5 bulan yang lalu). The interface includes a sidebar with a list of channels and a top navigation bar with tabs for BERANDA, VIDEO, PLAYLIST, CHANNEL, DISKUSI, and TENTANG.

149. PT BPRS Harta Insan Karimah Makassar
<https://www.youtube.com/channel/UC3ya7v3ist9cati8TpUxZw/videos?view=0&sort=p&flow=grid>
06/11/2016

The screenshot shows the YouTube channel page for PT BPRS Harta Insan Karimah Makassar. The channel name is 'bprs hik' with 5 subscribers. The banner image displays a logo with the letter 'b' and the text 'bprs hik'. The video list includes one video: 'Company Profile BPRS Harta Insan Karimah' (1,2 rb x ditonton • 4 tahun yang lalu). The interface includes a sidebar with a list of channels and a top navigation bar with tabs for BERANDA, VIDEO, PLAYLIST, CHANNEL, DISKUSI, and TENTANG.

PT BPRS Harta Insan Karimah Surakarta

Menabung di Bank Syariah Harta Insan Karimah
Insya Allah Lebih Berkah
miliki TABUNGAN HIK nikmati kemungkinannya

info lebih lanjut : www.bprshik.co.id

BPRS Harta Insan Karimah
81 subscriber

BERANDA VIDEO PLAYLIST CHANNEL DISKUSI TENTANG

Upload PUTAR SEMUA

URUTKAN

Thumbnail	Video Title	Duration
	Employee Gathering BPRS Harta Insan Karimah ...	7.41
	Company Profile BPRS Harta Insan Karimah Oleh Bapak...	6.27
	GRAND LAUNCHING MENARA HIK - BPRS HART...	42.40
	Company Profile BPRS Harta Insan Karimah	5.18
	SPIRIT Corporate Value BPRS Harta Insan Karimah	3.11

translate inggris x Asosiasi Penyeleng x Server Tidak Di x translate inggris x (235) BOBATO L x gambar siang u x Mewarnai Gam x WhatsApp x

← → ↺ 🏠 <https://www.youtube.com/channel/UC5BoN87wA2apOnUodYllkw/videos> ⋮ 🔒 ⭐ ⬇️ 📖 📺 🧑🏻 ⚙️

☰ **YouTube**^{ID}

▼ Tampilkan 168 lagi

LAINNYA DARI YOUTUBE

▶ YouTube Premium

💖 Game

(🔊) Live

⚙️ Setelan

🚩 Histori laporan

❓ Bantuan

💬 Kirim masukan

Tentang Pers Hak cipta
Hubungi kami Kreator
Berikan Developer

Persyaratan Privasi
Kebijakan & Keamanan
Cara kerja YouTube
Uji fitur baru

© 2021 Google LLC

PT BPRS Bobato Lestari

 **BOBATO LESTARI**
9 subscriber **SUBSCRIBE**

BERANDA **VIDEO** PLAYLIST CHANNEL DISKUSI TENTANG 🔍 ➔

Upload PUTAR SEMUA ≡ URUTKAN

 **PT. BPR BOBATO LESTARI**
403 x ditonton •
3 tahun yang lalu

163. PT BPRS Saruma Sejahtera <https://www.youtube.com/channel/UC5FcbM-OIPcLjS1vPj017sQ/videos?view=0&sort=p&flow=grid> 05/02/2019

The screenshot shows a web browser window displaying the YouTube channel page for "BPRS Saruma Sejahtera". The browser's address bar shows the URL: <https://www.youtube.com/channel/UC5FcbM-OIPcLjS1vPj017sQ/videos>. The YouTube interface includes a left sidebar with navigation options like "Tampilkan 168 lagi", "LAINNYA DARI YOUTUBE", "YouTube Premium", "Game", "Live", "Setelan", "Histori laporan", "Bantuan", and "Kirim masukan". The main content area features a banner image of a building with the "BANK SYARIAH PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah SARUMA SEJAHTERA" logo. Below the banner is the channel name "Saruma Sejahtera Official" with "9 subscriber" and a red "SUBSCRIBE" button. Navigation tabs for "BERANDA", "VIDEO", "PLAYLIST", "CHANNEL", "DISKUSI", and "TENTANG" are visible. The "VIDEO" tab is selected, showing a grid of video thumbnails. Two video thumbnails are visible: "Ayo Pembiayaan Di Bank Saruma Sejahtera" (47 x ditonton) and "AYO KE BANK SARUMA 'BANKNYA HALMAHERA..." (91 x ditonton). The Windows taskbar at the bottom shows the date and time as 22:25 on 30/01/2021.

Jumlah Rekening Nasabah BUS

No	Indikator	2016	2017	2018	2019
1	Dana Pihak Ketiga	18.543.305	21.337.918	24.067.983	26.553.798
2	Pembiayaan, Piutang dan Salam	4.037.949	4.382.584	4.160.742	4.721.074
3	Jumlah Rekening	22.581.254	25.720.502	28.228.725	31.274.872
4	Kenaikan Jumlah Rekening per Tahun	-	3.139.248	2.730.065	2.485.815
5	Prosentase Kenaikan Jumlah Rekening dari Tahun Sebelumnya	-	13,90%	10,61%	8,81%

Jumlah Rekening Nasabah UUS

No	Indikator	2016	2017	2018	2019
1	Dana Pihak Ketiga	3.655.413	4.498.305	5.000.149	5.623.981
2	Pembiayaan, Piutang dan Salam	477.981	1.018.382	1.183.094	1.083.238
3	Jumlah Rekening	4.133.394	5.516.687	6.183.243	6.707.219
4	Kenaikan Jumlah Rekening per Tahun	-	1.383.293	501.844	623.832
5	Prosentase Kenaikan Jumlah Rekening dari Tahun Sebelumnya	-	33,47%	9,10%	10,09%

Jumlah Rekening Nasabah BPRS

No	Indikator	2016	2017	2018	2019
1	Dana Pihak Ketiga	1.256.091	1.385.182	1.552.335	1.608.833
2	Pembiayaan	250.425	293.482	327.606	357.960
3	Jumlah Rekening	1.506.516	1.678.664	1.879.941	1.966.793
4	Kenaikan Jumlah Rekening per Tahun	-	172.148	167.153	56.498
5	Prosentase Kenaikan Jumlah Rekening dari Tahun Sebelumnya	-	11,43%	9,96%	3,01%

Jumlah TOTAL Rekening Nasabah
Rata-rata Rekening

28.221.164 32.915.853 36.291.909 39.948.884
34.344.453

laporan laba rugi BUS

No	Indikator	2016	2017	2018	2019
1	Pendapatan Operasional Bersumber dari Penyaluran Dana	31.326	35.697	36.648	39.625
2	Bagi Hasil untuk Pemilik Dana Investasi	18.147	20.070	19.534	20.398
3	Pendapatan Operasional Setelah Distribusi Basil (1-2)	13.179	15.627	17.114	19.227
4	Pendapatan Operasional Lainnya	13.550	5.660	8.063	6.110
5	Total Pendapatan Operasional (3+4)	26.729	21.287	25.177	25.337
6	Total Beban Operasional	25.391	19.697	21.393	19.738
7	Laba Rugi Operasional (5-6)	1.338	1.590	3.784	5.599
8	Pendapatan Non Operasional	172	202	201	233
9	Beban Non Operasional	90	96	178	234
10	Laba Rugi Non Operasional (8-9)	82	106	23	(1)
11	Laba Rugi Tahun berjalan (7+10)	1.420	1.696	3.807	5.598
12	Transfer Laba Rugi	2.620	3.672	4.485	6.097
13	Pajak Penghasilan	(468)	(706)	(1.000)	(1.403)
14	Laba Rugi Bersih (11+13)	952	990	2.807	4.195

(Milliar Rupiah)

laporan laba rugi UUS

No	Indikator	2016	2017	2018	2019
1	Pendapatan Operasional Bersumber dari Penyaluran Dana	8.902	10.571	12.410	16.029
2	Bagi Hasil untuk Pemilik Dana Investasi	4.362	5.155	6.086	8.758
3	Pendapatan Operasional Setelah Distribusi Basil (1-2)	4.540	5.416	6.324	7.271
4	Pendapatan Operasional Lainnya	845	1.493	1.674	2.189
5	Total Pendapatan Operasional (3+4)	5.385	6.909	7.998	9.460
6	Total Beban Operasional	3.916	4.145	4.866	6.069
7	Laba Rugi Operasional (5-6)	1.469	2.764	3.132	3.391
8	Pendapatan Non Operasional	192	138	152	113
9	Beban Non Operasional	132	176	156	176
10	Laba Rugi Non Operasional (8-9)	60	(38)	(4)	(63)
11	Laba Rugi Tahun berjalan (7+10)	1.529	2.726	3.128	3.328
12	Transfer Laba Rugi	363	574	753	1.202
13	Pajak Penghasilan	(22)	(59)	(62)	(43)
14	Laba Rugi Bersih (11-12+13)	1.144	2.093	2.313	2.083

(Milliar Rupiah)

laporan laba rugi BPRS

No	Indikator	2016	2017	2018	2019
1	Pendapatan	976.450	1.136.085	1.302.975	1.446.694
2	Beban	778.018	870.078	1.062.779	1.107.668
3	Laba Tahun Berjalan	198.432	266.007	240.196	339.025
4	Penambahan/ Pengurangan Laba Tahun Berjalan	3.383	4.116	5.067	6.272
5	Laba Tahun berjalan Sebelum Pajak	195.049	261.890	235.129	332.753
6	Taksiran Pajak Penghasilan	36.046	48.712	61.458	69.861
7	Laba Setelah Taksiran Pajak Penghasilan	159.003	213.179	173.671	262.108

(Juta Rupiah)

2. DATA SOSIAL MEDIA

NO	NAMA BANK SYARIAH	JUMLAH SUBSCRIBER	VIEWER TERBANYAK	JUMLAH VIDEO			JUMLAH VIDEO		KETERANGAN	s	vt	vt produk	vt non produk
				PRODUK	VIEWER MAX	TOTAL	LAINNYA	VIEWER MAX					
1	PT. BPD Nusa Tenggara Barat Syar	787	2,9 ribu	1	383	14	13	2,9 ribu	tidak termasuk dalam p	787	2.900		2900
2	PT. Bank Muamalat Indonesia	3,59 ribu	28 ribu	22	21 ribu	71	49	28 ribu		3.590	28.000		28000
3	PT. Bank Victoria Syariah	332	749	3	749	17	14	442	channel baru di 2019	332	749		442
4	PT. Bank BRISyariah	1,89 ribu	419 ribu	11	7,1 ribu	16	5	419 ribu		1.890	419.000		419000
5	PT. Bank Jabar Banten Syariah	3,61 ribu	75 ribu	17	28 ribu	65	48	75 ribu	channel baru di 2018	3.610	75.000		75000
6	PT. Bank BNI Syariah	23,4 ribu	3,6 juta	13	3,6 juta	199	186	124 ribu		23.400	3.600.000		124000
7	PT. Bank Syariah Mandiri	12 ribu	2,2 juta	40	834 ribu	199	159	2,2 juta		12.000	2.200.000		2200000
8	PT. Bank Mega Syariah	729	1,7 ribu	12	1,7 ribu	32	20	1,4 ribu		729	1.700		1400
9	PT. Bank Panin Dubai Syariah	78	685	22	668	44	22	685	channel baru di 2018	78	685		685
10	PT. Bank Syariah Bukopin	281	2,7 ribu	7	2,7 ribu	14	7	318		281	2.700		318
11	PT. Bank Tabungan Pensiunan Nas	2,45 ribu	28 ribu	15	8,1 ribu	23	8	28 ribu	channel baru di 2018	2.450	28.000		28000
12	PT. Maybank Syariah Indonesia	64,4 ribu	3,1 juta	2	79 ribu	200	198	3,1 juta	jadi satu dengan chann	64.400	3.100.000		3100000
				165		894	729			113.547	9.458.734	-	5.979.745
NO	NAMA BANK SYARIAH	JUMLAH SUBSCRIBER	VIEWER TERBANYAK	JUMLAH VIDEO			JUMLAH VIDEO		KETERANGAN				
				PRODUK	VIEWER MAX	TOTAL	LAINNYA	VIEWER MAX					
1	PT Bank Danamon Indonesia, Tbk	9,9 ribu	6,2 jt	44	503 ribu	200	156	6,2jt		9.900	6.200.000	503.000	6.200.000
2	PT Bank Permata, Tbk	48,7 ribu	7,3 jt	22	4,6 jt	156	134	7,3		48.700	7.300.000	4.600.000	7.300.000
3	PT Bank Maybank Indonesia, Tbk	64,6 ribu	3,1 jt	21	812	210	189	3,1 jt		64.600	3.100.000	812	3.100.000
4	PT Bank CIMB Niaga, Tbk	15,6 ribu	4,7 jt	10	1 jt	369	359	4,7jt		15.600	4.700.000	1.000.000	4.700.000
5	PT Bank OCBC NISP, Tbk	172 ribu	12 jt	27	12 jt	210	183	12 jt		172.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000
6	PT Bank Sinarmas	1,3 rb	1 jt	1	77	224	223	1jt		1.300	1.000.000	77	1.000.000
7	PT Bank Tabungan Negara (Persero	2,55 ribu	2,5 ribu	8	2,5 ribu	8	0	2,5 ribu		2.550	2.500	2.500	2.500
8	PT BPD DKI	3,8 ribu	20 ribu	0	0	45	45	20 ribu		3.800	20.000	-	20.000
9	PT BPD Daerah Istimewa Yogyakarta	202	6 ribu	0	0	18	18	6 ribu		202	6.000	-	6.000
10	PT BPD Jawa Tengah	6,3 ribu	781	1	530	196	195	781		6.300	781	530	781
11	PT BPD Jawa Timur, Tbk	12,1 ribu	230 ribu	5	835	148	143	230 ribu		12.100	230.000	835	230.000
12	PT BPD Riau dan Kepulauan Riau	120	633	3	19	24	21	633		120	633	19	633
13	PD BPD Kalimantan Timur	5 ribu	815 ribu	3	11 ribu	124	121	815 ribu		5.000	815.000	11.000	815.000
				145		1.932	1.787		-	342.172	35.374.914	18.118.773	35.374.914
NO	NAMA BANK SYARIAH	JUMLAH SUBSCRIBER	VIEWER TERBANYAK	JUMLAH VIDEO			JUMLAH VIDEO		KETERANGAN				
				PRODUK	VIEWER MAX	TOTAL	LAINNYA	VIEWER MAX					
1	PT BPRS Amanah Rabbaniah	23	231	1	231	4	3	231		23	231		231
2	PT BPRS Amanah Ummah	50	72	1	30	25	24	72		50	72		72
3	PT BPRS Harta Insan Karimah	81	558	1	71	18	17	558		81	558		558
4	PT BPRS Harta Insan Karimah Bek	81	558	1	71	18	17	558		81	558		558
5	PT BPRS Bangun Drajat Warga	3	413	0	413	1	1	413		3	413		413

6	PT BPRS Harta Insan Karimah Cib	244	714	3	81	42	39	714		244	714		714
7	PT BPRS AlMasoem	7	1.100	0	1.100	1	1	1.100		7	1.100		1.100
8	PT BPRS Muamalah Cilegon	17	98				0			17	98		
9	PT BPRS Daarut Tauhiid	10	233	0	233	4	4	233		10	233		233
10	PT BPRS Asad Alif	1	8	2	8	4	2	8		1	8		8
11	PT BPRS Artha Surya Barokah	308	1,4 ribu	7	1,4 ribu	8	1	927		308	1.400		927
12	PT BPRS Khasanah Ummat	3	159	0	0	1	1	159		3	159		159
13	PT BPRS Lantabur Tebuireng	65	178	2	173	2	0	178		65	178		178
14	PT BPRS Haji Miskin	1	13	0	0	1	1	13		1	13		13
15	PT BPRS Al Salaam Amal Salman	161	5,2 ribu	5	5,2 ribu	9	4	1,5 ribu		161	52.000		1500
16	PT BPRS Bumi Artha Sampang	9	31	1	20	2	1	31		9	31		31
17	PT BPRS Mitra Amal Mulia	1	168	1	25	5	4	168		1	168		168
18	PT BPRS Dana Amanah Surakarta	71	1300	0	0	2	2	1300		71	1.300		1300
19	PT BPRS Annisa Mukti	7	35	0	0	1	1	35		7	35		35
20	PT BPRS FORMES	12	45	0	0	2	2	45		12	45		45
21	PT BPRS Artha Pamenang	3	656	0	0	5	5	656		3	656		656
22	PT BPRS Mitra Harmoni Kota Sem	5	74	4	23	6	2	74		5	74		74
23	PT BPRS Al-Madinah Tasikmalaya	8	35	8	35	9	1	35		8	35		35
24	PT BPRS Way Kanan	1	107	0	0	2	2	107		1	107		107
25	PT BPRS Mitra Harmoni Kota Band	17	82	3	58	5	2			17	82		
26	PT BPRS Saka Dana Mulia	27	120	0	0	2	2	120		27	120		120
27	PT BPRS Harta Insan Karimah Mak	5	1200	0	0	1	1	1200		5	1.200		1200
28	PT BPRS Harta Insan Karimah Surab	81	559	0	0	18	18	559		81	559		559
29	PT BPRS Harta Insan Karimah Teg	81	559	0	0	18	18	559		81	559		559
30	PT BPRS Bobato Lestari	9	403	0	0	1	1	403		9	403		403
31	PT BPRS Saruma Sejahtera	9	91	0	0	2	2	91		9	91		91
		1401		40		219	179			1.401	63.200	-	12.047

TOTAL		-	350	-	3.045	2.695	-	-	457.120	44.896.848	18.118.773	41.366.706
--------------	--	---	-----	---	-------	-------	---	---	---------	------------	------------	------------

laporan laba rugi BUS dan UUS

No	Indikator	2016	2017	2018	2019
1	Pendapatan Operasional Bersumber dari Penyalur	40.228	46.268	49.058	55.655
2	Bagi Hasil untuk Pemilik Dana Investasi	22.509	25.224	25.620	29.156
3	Pendapatan Operasional Setelah Distribusi Basil	17.719	21.044	23.437	26.499
4	Pendapatan Operasional Lainnya	14.395	7.153	9.737	8.299
5	Total Pendapatan Operasional (3+4)	32.114	28.197	33.175	34.797
6	Total Beban Operasional	29.308	23.842	26.259	25.807
7	Laba Rugi Operasional (5-6)	2.807	4.355	6.915	8.990
8	Pendapatan Non Operasional	364	340	353	346
9	Beban Non Operasional	222	272	335	411
10	Laba Rugi Non Operasional (8-9)	142	68	18	(64)
11	Laba Rugi Tahun berjalan (7+10)	2.949	4.423	6.934	8.926
12	Transfer Laba Rugi	2.984	4.246	5.238	7.298
13	Pajak Penghasilan	(490)	(765)	(1.062)	(1.446)
14	Laba Rugi Bersih (11+13)	2.096	3.084	5.119	6.278

(Milliar Rupiah)

Kenaikan Laba	-	988	2.035	1.159
Prosentase Kenaikan Laba dari Tahun Sebelumnya	-	47%	66%	23%
Rata-rata Laba per-Tahun	4.144			
Rata-rata Kenaikan Laba per-Tahun	1.394			

laporan laba rugi BPRS

No	Indikator	2016	2017	2018	2019
1	Pendapatan	976.450	1.136.085	1.302.975	1.446.694
2	Beban	778.018	870.078	1.062.779	1.107.668
3	Laba Tahun Berjalan	198.432	266.007	240.196	339.025
4	Penambahan/ Pengurangan Laba Tahun Berjalan	3.383	4.116	5.067	6.272
5	Laba Tahun berjalan Sebelum Pajak	195.049	261.890	235.129	332.753
6	Taksiran Pajak Penghasilan	36.046	48.712	61.458	69.861
7	Laba Setelah Taksiran Pajak Penghasilan	159.003	213.179	173.671	262.108

(Juta Rupiah)

Kenaikan Laba	-	54.176	(39.508)	88.437
Prosentase Kenaikan Laba dari Tahun Sebelumnya	-	34%	-19%	51%
Rata-rata Laba per-Tahun	201.990			
Rata-rata Kenaikan Laba per-Tahun	34.368			

Perkembangan Total Asset dan Jaringan Kantor

No	Indikator	2016	2017	2018	2019
1	Bank Umum Syariah				
	Total Asset (Milliar Rupiah)	254.184	288.027	316.691	350.364
	Jumlah Bank	13	13	14	14
	Jumlah Kantor	1.869	1.825	1.875	1.919
	(Kantor Cabang)	473	471	478	480
	(Kantor Cabang Pembantu)	1.207	1.176	1.199	1.243
	(Kantor Kas)	189	178	198	196
	ATM	3.127	2.585	2.791	2.827
	Jumlah Tenaga Kerja	51.110	51.068	49.516	49.654
2	Unit Usaha Syariah				
	Total Asset (Milliar Rupiah)	102.320	136.154	160.636	174.200
	Jumlah Bank Konvensional yang memiliki UUS	21	21	20	20
	Jumlah Kantor	332	344	354	381
	(Kantor Cabang)	149	154	153	160
	(Kantor Cabang Pembantu)	135	139	146	159
	(Kantor Kas)	48	51	55	62
	ATM	132	143	171	176
	Jumlah Tenaga Kerja	4.487	4.678	4.955	5.186
3	Bank Pembiayaan Rakyat Syariah				
	Jumlah Bank	166	167	167	164
	Jumlah Kantor	453	441	495	617
	Jumlah Tenaga Kerja	4.372	4.619	4.918	6.620

Total KPO	200	201	201	198
Total KC	1.075	1.066	1.126	1.257
Total KCP	1.342	1.315	1.345	1.402
Total KK	237	229	253	258

Prosentase Biaya Promosi BUS

No	Indikator	2016	2017	2018	2019
1	Pendapatan Operasional Bersumber dari Penyaluran Dana	31.326	35.697	36.648	39.625
2	Pendapatan Operasional Lainnya	13.550	5.660	8.063	6.110
3	Pendapatan Non Operasional	172	202	201	233
4	Total Pendapatan	45.048	41.559	44.912	45.968
5	Total Beban Operasional	25.391	19.697	21.393	19.738
6	Laba Bersih	952	990	2.806	4.195
7	Biaya Promosi	247	309	326	406
8	Biaya Promosi terhadap Total Pendapatan (7/4)x100%	0,55%	0,74%	0,73%	0,88%
9	Biaya Promosi terhadap Total Beban Operasional (7/5)x100%	0,97%	1,57%	1,52%	2,06%
10	Biaya Promosi terhadap Laba Bersih (7/6)x100%	25,95%	31,21%	11,62%	9,68%

(Milliar Rupiah)

Prosentase Biaya Promosi UUS

No	Indikator	2016	2017	2018	2019
1	Pendapatan Operasional Bersumber dari Penyaluran Dana	8.902	10.571	12.410	16.029
2	Pendapatan Operasional Lainnya	845	1.493	1.674	2.189
3	Pendapatan Non Operasional	192	138	152	113
4	Total Pendapatan	9.939	12.202	14.236	18.331
5	Total Beban Operasional	3.916	4.145	4.866	6.069
6	Laba Bersih	1.144	2.093	2.313	2.083
7	Biaya Promosi	70	89	92	93
8	Biaya Promosi terhadap Total Pendapatan (7/4)x100%	0,70%	0,73%	0,65%	0,51%
9	Biaya Promosi terhadap Total Beban Operasional (7/5)x100%	1,79%	2,15%	1,89%	1,53%
10	Biaya Promosi terhadap Laba Bersih (7/6)x100%	6,12%	4,25%	3,98%	4,46%

(Milliar Rupiah)

Prosentase Biaya Promosi BPRS

No	Indikator	2016	2017	2018	2019
1	Pendapatan	976.450	1.136.085	1.302.975	1.446.694
2	Beban	778.018	870.078	1.062.779	1.107.668
3	Laba Setelah Taksiran Pajak Penghasilan	159.003	213.179	173.671	262.108
4	Biaya Promosi	16.816	18.277	19.212	16.884
5	Biaya Promosi terhadap Pendapatan (4/1)x100%	1,72%	1,61%	1,47%	1,17%
6	Biaya Promosi terhadap Beban (4/2)x100%	2,16%	2,10%	1,81%	1,52%
7	Biaya Promosi terhadap Laba Bersih (4/3)x100%	10,58%	8,57%	11,06%	6,44%

(Juta Rupiah)

TOTAL Biaya Promosi BUS dan UUS (miliar)	317	398	418	499
TOTAL Biaya Promosi BPRS (juta)	16.816	18.277	19.212	16.884
Rata-rata Biaya Promosi BUS dan UUS (2016-2019) miliar	408			
Rata-rata Biaya Promosi BPRS (2016-2019) juta	17.797			



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
PASCASARJANA

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126 Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553
Website : www.pps.iaipurwokerto.ac.id Email : pps@iaipurwokerto.ac.id

SURAT KEPUTUSAN DIREKTUR PASCASARJANA
NOMOR 015 TAHUN 2021
Tentang
PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING TESIS

DIREKTUR PASCASARJANA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO

- Menimbang : a. Bahwa dalam rangka pelaksanaan penelitian dan penulisan tesis, perlu ditetapkan dosen pembimbing.
b. Bahwa untuk penetapan dosen pembimbing tesis tersebut perlu diterbitkan surat keputusan.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.
2. Undang-Undang Nomor 12 tahun 2012 tentang Perguruan Tinggi.
3. Peraturan Pemerintah Nomor 19 tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan.
4. Permenristekdikti Nomor 44 tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi.
5. Peraturan Presiden RI Nomor 139 tahun 2014 tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Purwokerto menjadi Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

MEMUTUSKAN:

- Menetapkan :
Pertama : Menunjuk dan mengangkat Saudara **Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.** sebagai Pembimbing Tesis untuk mahasiswa **Mukhamad Aqil Muzakki NIM 1617611006** Program Studi **Ekonomi Syariah**.
- Kedua : Kepada mereka agar bekerja dengan penuh tanggungjawab sesuai bidang tugasnya masing-masing dan melaporkan hasil tertulis kepada pimpinan.
- Ketiga : Proses Pelaksanaan Bimbingan dilaksanakan paling lama 2 (dua) semester.
- Keempat : Semua biaya yang timbul sebagai akibat keputusan ini, dibebankan pada dana anggaran yang berlaku.
- Kelima : Keputusan ini akan ditinjau kembali apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapannya, dan berlaku sejak tanggal ditetapkan.



TEMBUSAN:

1. Wakil Rektor I
2. Kabiro AUAK



Ditetapkan di : Purwokerto
Pada tanggal : 3 Februari 2021

Direktur,

[Signature]
Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag.
NIP. 19681008 199403 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
PASCASARJANA**

Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto, 53126 Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553
Website: pps.iainpurwokerto.ac.id Email: pps@iainpurwokerto.ac.id

**BLANKO PENGAJUAN UJIAN TESIS
PASCASARJANA IAIN PURWOKERTO**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya mahasiswa Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Purwokerto:

Nama : Mukhammad Aqil Muzakki
NIM : 1617611006
Semester/ Prodi : 8/ ES
Pembimbing : Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.
Tahun Akademik : 2020/2021
No. HP : 085 227 659 689

Dengan ini mengajukan Ujian Tesis kepada Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Purwokerto dengan judul:

**ANALISIS EFEKTIVITAS PROMOSI DIGITAL
TERHADAP PERKEMBANGAN PERBANKAN SYARIAH
DI INDONESIA PERIODE 2016-2019**

Mengetahui,
Dosen Pembimbing

Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.
NIP. 19741217 200312 1 006

Purwokerto, 11 Januari 2021

Yang mengajukan

Mukhammad Aqil Muzakki.
NIM. 1617611006

RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

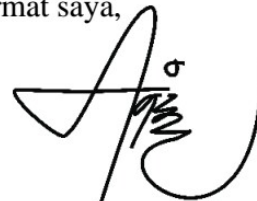
1. Nama : Mukhammad Aqil Muzakki
2. Tempat/ Tgl. Lahir : Banyumas/ 17 Februari 1989
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Laki-laki
5. Warga Negara : Indonesia
6. Pekerjaan : Swasta
7. Alamat : Pengadegan RT 13 RW 6, Kec. Pengadegan,
Kab. Purbalingga, Prov. Jawa Tengah
8. Email : ahisahisa69@gmail.com
9. No. HP : 085 227 659 689

B. PENDIDIKAN FORMAL

1. SDN 2 Kedungbanteng
2. SMPN 1 Jatilawang
3. SMK Wiworotomo Purwokerto
4. S.1 STAIN Purwokerto

Demikian biodata penulis semoga dapat menjadi perhatian dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Hormat saya,



Mukhammad Aqil Muzakki