

Persepsi masyarakat kotamadaya Banda Aceh terhadap pembukaan bank syariah BNI cabang Banda Aceh

Arison, Laudryans, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=90241&lokasi=lokal>

Abstrak

Krisis moneter yang melanda Indonesia sejak Juli 1997 telah dengan cepat mengakibatkan terpuruknya ekonomi dan kini bahkan telah menjadi krisis yang bersifat multidimensi karena merupakan kombinasi dari krisis ekonomi, finansial, politik, dan sosial sekaligus. Perkembangan lebih lanjut menunjukkan bahwa krisis tersebut berkembang menjadi lebih dalam akibat akumulasi rentetan misjudgment dan policy errors di bidang moneter dan keuangan. Di sinilah orang mulai sadar bahwa sistem perbankan yang ada selama ini (konvensional / umum) mempunyai kelemahan yang sangat rentan terhadap situasi krisis seperti saat ini. Sehingga dicari suatu alternatif dalam sistem perbankan untuk dapat menyelamatkan dana yang disimpannya dan ada satu sistem perbankan lain yang bebas dari negative spread yang menjadi penyebab utama kerugian yang dialami oleh perbankan konvensional pada umumnya dan sistem perbankan tersebut adalah sistem perbankan syariah.

Bank BNI. dalam rangka pencapaian sasaran dan tujuan pengembangan bisnis ritel, telah menetapkan Proyek Pengembangan dan Penyempurnaan Sistem Manajemen dan Bisnis Bank BNI dalam menghadapi "Beyond 2000 Programs", yaitu pengembangan Proyek Cabang Syariah. Sesuai dengan Business Plan Unit Usaha Syariah, bahwa pada tahun 2002 akan dibuka 5 (lima) Kantor Cabang Syariah baru, untuk menambah 10 (sepuluh) Kantor Cabang Syariah yang telah dibuka terlebih dahulu pada periode tahun 2000 dan 2001. Salah satu di antaranya adalah di Banda Aceh, ibukota Propinsi Nanggroe Aceh Darussalam.

Dari penelitian awal yang telah dilakukan oleh Kantor Wilayah 01 Medan, diperoleh informasi bahwa masyarakat Banda Aceh kurang antusias untuk beralih dari bank konvensional ke Bank Syariah, dan memanfaatkan produk-produk Bank Syariah. Sehingga berdasarkan persepsi masyarakat tersebut, diperlukan suatu strategi pemasaran yang tepat untuk merubah persepsi masyarakat Banda Aceh dalam memanfaatkan produk-produk Bank Syariah. Usaha menetapkan strategi pemasaran tersebut dilakukan dengan menganalisis lingkungan pemasaran Kotamadya Banda Aceh, mikro dan makro, dan didukung pula oleh strategi promosi untuk me-repos/s/benak masyarakat.