

# **PERAN MEDIA CETAK KORAN DALAM MEMASARKAN LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH (STUDI KASUS PT. WAHANA SEMESTA LINGGAU)**

**Ari Azhari**

Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAI Al-Azhaar  
Lubuklinggau

## **Abstrak**

Lembaga keuangan atau perbankan syariah dalam meningkatkan sebuah pendapatan menjadi salah satu tujuan dari perbankan atau lembaga keuangan itu sendiri. Tercapainya tujuan tersebut ditentukan oleh efisiensi kinerja operasional bank, Operasional bank syariah merupakan perpaduan antara aspek moral dan aspek bisnis yang bertujuan mendapatkan profit dari setiap usahanya serta menghindari bunga, maka sistem yang digunakan adalah bagi hasil yang saling menguntungkan untuk bank dan nasabah serta adanya rasa keadilan diantara keduanya ketika dalam bisnisnya mengalami kerugian. Media cetak merupakan salah satu media massa yang hingga saat ini masih terjaga eksistensinya dan dianggap masih memiliki masa depan cerah karena mampu membangun kedekatan dengan pembaca. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melakukan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian deskriptif kualitatif diuraikan dengan kata-kata menurut pendapat responden, apa adanya sesuai dengan kata-kata yang melatar belakangi responden. Setelah di adakan penelitian secara umum, pemasaran melalui media cetak yang di lakukan lembaga keuangan syariah cukup efektif untuk menarik minat nasabah menabung di lembaga keuangan syariah .

**Kata Kunci : Lembaga Keuangan Syariah,Media cetak.**

## **A. Pendahuluan**

lembaga keuangan syariah dalam kegiatan pemasaran membutuhkan media masa salah satunya, media cetak untuk mempromosikan produk atau jasa yang dihasilkannya. Salah satu cara yang digunakan perbankan syariah dalam mencari nasabah yaitu dengan menggunakan media cetak untuk tujuan

meningkatkan nasabah yang ingin menabung di lembaga keuangan syariah yaitu melalui promosi melalui media cetak.<sup>1</sup>

Keberhasilan promosi tentunya tidak lepas dari bagaimananya promosi dikelola secara strategis. Penentuan model dan media yang tepat dalam keputusan periklanan, penentuan bentuk komunikasi yang paling efektif dalam pemasaran produk dalam lembaga keuangan menjadi langkah awal bagi lembaga keuangan syariah mencari nasabah, dan dengan pihak mana saja lembaga keuangan syariah memasarkan produknya melalui media cetak koran dan mempertahankan hubungan sebagai fungsi dari publisitas, atau waktu kapan lembaga keuangan syariah perlu mengadakan promosi penjualan, merupakan beberapa contoh pertimbangan yang dimasukkan dalam pengolahan unsur-unsur *promotion mix*.

Nasabah yang sudah tahu kan memberikan informasi tentang lembaga keuangan syariah dan bukan hanya melalui media cetak maka dari itu pihak lembaga keuangan syariah sangat perlu menggunakan media cetak untuk mempromosikan apa itu lembaga keuangan syariah dan produk-produk yang ada di dalamnya supaya lembaga keuangan syariah tidak kalah saing dari lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan syariah lebih banyak peminat ketimbang lembaga keuangan konvensional yang menanamkan sistem riba atau bunga bank dan bukan system bagi hasil yang diterapkan lembaga keuangan syariah oleh karena itu lembaga keuangan syariah sangat perlu namanya media cetak supaya lembaga keuangan syariah eksis kembali di masyarakat luas.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka penulis perlu melakukan penelitian dengan tema **“Peran Media Cetak Koran Dalam Memasarkan Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus Pt. Wahana Semesta Linggau)”**

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana peran dari media cetak Koran dalam memasarkan lembaga keuangan syariah kepada masyarakat ?
2. Apa hambatan yang dihadapi media cetak koran dalam memasarkan lembaga keuangan syariah kepada masyarakat ?

---

<sup>1</sup>Gungum Gumilar dan Ipit Zulfan, *Penggunaan Media Massa Dan Internet Sebagai Sarana Penyampaian Informasi Dan Promosi Oleh Pengelola Industri Kecil Dan Menengah Di Bandung*,(Bandung:Universitas Padjadjaran Vol. 2 No. 1, 2014), hlm 14.

### C. Kerangka Teori

Dalam komunikasi, terutama komunikasi massa tidak pernah lepas dari peran media. Media massa menjadi penyalur pesan atau informasi yang ingin disampaikan komunikator kepada masyarakat luas. Oleh karena itu, media massa berkembang menjadi pusat penyedia dan penyampai berbagai informasi yang terjadi di tengah masyarakat. Media massa memiliki peran penting dalam mengekspresikan, mendukung, dan mengakui suatu budaya yang berlaku dalam masyarakat. Media cetak merupakan media yang ditampilkan dalam bentuk cetakan dalam kertas. Media ini pertama kali ditemukan pada tahun 1455 oleh Johannes Gutenberg. Pada awal kemunculannya, media yang digunakan masih berupa daun atau tanah liat. Hingga saat ini perkembangan media cetak semakin maju, baik dalam hal media, bentuk, serta teknis serta alat-alat percetakannya. Contoh media cetak antara lain surat kabar, majalah, tabloid, dan buletin.

Media cetak memiliki kelebihan dan kekurangan dibandingkan dengan media lainnya, yaitu media elektronik dan media online. Berikut ini beberapa kelebihan dan kekurangan dari media cetak: **Kelebihan media cetak:** Dapat dibaca berkali-kali, jika di simpan, Membuat seseorang berpikir secara lebih spesifik mengenai isi tulisan, Dapat dikoleksi, Harganya cukup terjangkau, Mampu menjelaskan hal yang bersifat kompleks dengan lebih baik **Kekurangan media cetak:** Lambat dalam memberikan informasi, sebab perlu menunggu proses cetak dan pendistribusian sebelum menyebarkan informasi tersebut: Tidak dapat menyebarkan informasi secara langsung, Hanya dapat menampilkan tulisan atau gambar, Efek visual hanya berupa gambar, Biaya produksi cukup mahal. Sebab perlu dicetak dan dikirim sebelum sampai kepada pembaca.<sup>2</sup>

### D. Metode Penelitian

#### 1. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini nantinya peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif yaitu suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data observasi, dokumentasi dan wawancara dalam mengumpulkan data untuk memberikan gambaran dalam bentuk penyajian laporan penelitian. Adapun data tersebut ada yang berasal dari pedoman

---

<sup>2</sup><https://musa666.wordpress.com/2012/08/12/kekuatan-dan-kelemahan-media-cetak/>

wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya.<sup>3</sup>

## **2. Teknik Pengumpulan Data**

Di dalam pengumpulan data peneliti mengumpulkan data yang relevan dengan problematikan pembahasan. Data yang diperoleh kemudian disusun dan dijelaskan secara sistematis. maka teknik pengumpulan data yang akan dilakukan meliputi: Wawancara (*Interview*), Pengamatan (*Observation*), Dokumentasi.

## **3. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data adalah proses penyederhaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Setelah data diperoleh, maka keseluruhan data tersebut dianalisis dengan menggunakan metode analisa kualitatif yang biasa juga disebut *content analysis* atau analisis isi. Yaitu teknik penyelidikan untuk mendapatkan deskriptif yang objektif, sistematis, dan kualitatif tentang isi aktual komunikasi.<sup>4</sup>

## **4. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data**

Editing, Organizing, Analizing.<sup>5</sup>

## **E. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **1. Hasil Penelitian**

#### **a. Peran media cetak koran dalam memasarkan lembaga keuangan syariah kepada masyarakat**

Tulisan-tulisan yang terdapat dalam sebuah koran dihasilkan para penulis berita disebut sebagai wartawan. Untuk itu peneliti menanyakan tentang sudahkah media cetak berperan dalam memperkenalkan lembaga keuangan syariah kepada masyarakat seperti yang di ungkapkan Ibu Eka selaku bagian periklanan :

“bahwa media cetak koran sudah berperan dalam pengenalan lembaga keuangan syariah kepada masyarakat dan kami membantu lembaga keuangan syariah melalui media iklan yang ada di dalam koran harian kami”<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup> Lexy J Moleong, *Metode Peneliian Kuantitatif*, (Bandung: Remaja Rosada Karya, 2017), h 20

<sup>4</sup> Aritkunto, *Prosedur Penelitian ..... h 56*

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D ..... h. 67.*

<sup>6</sup> Wawancara dengan Ibu Eka, peran media cetak dalam memasarkan lembaga keuangan syariah, 29 Agustus 2019

Selanjutnya penulis melakukan wawancara dengan Anton Kurniadi selaku bagian periklanan wahana semesta linggau tentang peran media cetak dalam memasarkan lembaga keuangan syariah mengatakan bahwa :

“kami selaku media cetak sudah berperan dalam memperkenalkan lembaga keuangan syariah kepada masyarakat, dan dengan adanya kami masyarakat dapat dengan mudah mengetahui apa keunggulan lembaga keuangan syariah”

Dalam perkembangannya media cetak koran sangat berperan dalam proses pemasaran lembaga keuangan syariah seperti yang di katakan oleh Ibu Eka selaku karyawan di bagian periklanan yang ada di linggau pos yang mengatakan :

“media cetak koran sudah berperan dalam pengenalan lembaga keuangan syariah kepada masyarakat , dan tak banyak emang lembaga keuangan syariah yang meminta dari kami pihak koran untuk di buat iklan tentang produk yang ada di lembaga keuangan syariah, Cuma ada satu atau dua lembaga keuangan syariah yang datang dan meminta di buat iklan yang berisi produk sebagai contohnya, bank sumsel babel yang meminta di buat iklan yang berisi tentang tabungan dana pihak ketiga ”<sup>7</sup>

Menurut hasil observasi peneliti bahwa memang media cetak sudah berperan dalam pengenalan lembaga keuangan syariah kepada masyarakat dan memang sudah ada lembaga keuangan syariah yang datang ke linggau pos untuk membuat iklan yang berisi tentang produk yang ada di lembaga keuangan syariah tersebut.

Dengan membuat iklan tentang lembaga keuangan syariah media cetak ikut serta dalam pengenalan lembaga keuangan syariah kepada masyarakat, seperti yang dikatakan general manager linggau pos pak Budi Santoso :

“kami, selaku media cetak sangat mendukung lembaga keuangan syariah yang ingin memperkenalkan apa apa saja produknya dan dengan kami membantu membuat iklan tentang produk yang ada di lembaga keuangan syariah semoga bisa membantu lembaga keuangan syariah di kenal di masyarakat”

Dan dengan di buatnya iklan tentang lembaga keuangan syariah bisa membuat lembaga keuangan syariah di kenal di masyarakat, dan menurut Bapak Solihin mengatakan :

“bisa, akan tetapi lembaga keuangan syariah sepatutnya bisa menunjukkan kepada masyarakat tentang kelebihanya dibandingkan lembaga keuangan

---

<sup>7</sup>Wawancara dengan Ibu Dian, peran media cetak dalam memasarkan lembaga keuangan syariah, 29 Agustus 2019

konvensional. Sehingga masyarakat pun bisa tertarik menggunakan produk lembaga keuangan syariah”<sup>8</sup>

Dari hasil observasi peneliti bahwa memang media cetak koran memasarkan lembaga keuang melalui media periklanan dan memang benar media iklan yang ada di koran merupakan sarana mempromosikan suatu produk dalam perbankan yang terbaik selain melalui media internet dan media media lainnya .

Kemudian saya selaku peneliti menanyakan ke salah satu karyawan linggau pos yaitu kak Anton Kurniadi selaku bagian periklanan di linggau pos tentang bagaimana cara media cetak memperkenalkan lembaga keuangan syariah kepada masyarakat agar dapat di kenal di masyarakat lalu kak anton mengatakan :

“cara media cetak memperkenalkan lembaga keuangan syariah agar dapat di kenal di masyarakat ya itu dengan cara mempromosikan produk unggulan yang ada di lembaga keuangan syariah melalui iklan yang ada di media cetak supaya dapat di kenal di masyarakat”<sup>9</sup>

Dari hasil observasi peneliti di lapangan bahwa media cetak memperkenalkan lembaga keuangan syariah dengan cara mempromosikan produk yang menjadi unggulan yang ada dalam lembaga keuangan syariah tersebut melalui media iklan karna dengan produk unggulan tersebut akan terjadi kemungkinan masyarakat percaya bila lembaga keuangan syariah itu sangat baik dari pada lembaga keuangan konvensional.

Lalu saya menanyakan lagi kepada karyawan linggau pos bagian periklanan yaitu Ibu dian dan Ibu eka tentang sudahkah media cetak menerbitkan iklan tentang lembaga keuangan syariah agar dapat di lihat oleh masyarakat supaya masyarakat tau tentang lembaga keuangan syariah dan Ibu Dian dan Ibu Eka menyatakan :

“jawab Ibu Eka dan Ibu Dian , menyatakan sudah tapi kami jarang menerbitkan iklan tentang lembaga keuangan syariah karena pihak lembaga keuangan syariah seperti bank sumsel babel syariah, bank bni syariah, bank

---

<sup>8</sup> Wawancara dengan Bapak Solihin selaku direktur utama, peran media cetak dalam memasarkan lembaga keuangan syariah, 29 Agustus 2019

<sup>9</sup> Wawancara dengan Anton Kurniadi, peran media cetak dalam memasarkan lembaga keuangan syariah, 29 Agustus 2019

mandiri syariah, hanya menerbitkan iklan hanya pada setiap akhir bulan penerbitan saja”<sup>10</sup>

Saya menanyakan lagi kepada Bapak Endang selaku orang yang sangat penting dalam terbitnya atau tidaknya berita dan iklan yang ada di koran adakah hubungan korelasi antara media cetak dengan lembaga keuangan syariah :

“jawab beliau ,sudah ada hubungan korelasi antar media cetak dan lembaga keuangan syariah gak mungkin lah kami pihak media cetak menerbitkan iklan lembaga keuangan syariah kalo belum ada hubungan korelasi antara lembaga keuangan syariah dan media cetak ujar pak endang”<sup>11</sup>

Dari hasil observasi di atas memang sudah ada hubungan korelasi antara lembaga keuangan syariah dan media cetak selaku media yang memperkenalkan lembaga keuangan kepada masyarakat melalui media iklan karna hubungan korelasi itulah membuat lembaga keuangan syariah dapat di kenal oleh masyarakat dengan cepat.

Pendapat Kak Yezi, mengatkan tentang peranan media cetak dalam memasarkan lembaga keuangan syariah adalah:

“peran kami sebagai media cetak adalah membuat iklan dan memasarkan, di dalam koran yang kami buat terdapat informasi yang menjelaskan tentang produk yang ada dalam lembaga keuangan syariah , seperti contoh setiap satu bulan sekali bank sumsel babel memasang iklan tentang produk yang ada di dalam bank sumsel babel terhadap masyarakat”

Lalu saya menanyakan kepada siswa yang sedang magang di wahana semesta linggau, tentang adakah peran media cetak dalam memasarkan lembaga keuangan syariah sudah tepat sasaran atau belum:<sup>12</sup>

“kata Achmad Zaini mengatakan menurut saya media cetak sudah tepat sasaran dengan membantu memasarkan lembaga keuangan syariah kepada masyarakat melalui periklanan”

Kemudian menurut responden Bapak Budi Santoso mengatakan<sup>13</sup>:

“strategi lembaga keuangan syariah dengan membuat iklan itu sangat bagus dan peran kami dengan membuat iklan tentang lembaga keuangan syariah

---

<sup>10</sup> Wawancara dengan Ibu Eka dan Ibu Dian, peran media cetak dalam memasarkan lembaga keuangan syariah, 29 Agustus 2019

<sup>11</sup> Wawancara dengan Ibu Eka, peran media cetak dalam memasarkan lembaga keuangan syariah, 29 Agustus 2019

<sup>12</sup> Wawancara dengan Achmad Zaini, peran media cetak dalam memasarkan lembaga keuangan syariah, 29 Agustus 2019

<sup>13</sup> Wawancara dengan Bapak Budi Santoso, peran media cetak dalam memasarkan lembaga keuangan syariah, 29 Agustus 2019

mungkin juga sudah tepat karna apa media cetak adalah lembaga yang menyediakan informasi tentang ,kriminal ,ekonomi dan social maka dari media cetak bisa juga mendapat informasi tentang lembaga keuangan.

peran media massa cetak (koran) dalam memasarkan lembaga keuangan syariah dengan memberikan informasi-informasi kepada masyarakat tentang produk produk yang ada di lembaga keuangan syariah dan memberitahukan produk-produk apa saja yang unggul supaya membuat lembaga keuangan syariah semakin di kenal oleh masyarakat luas. Media Cetak sudah berperan dalam pengenalan lembaga keuangan syariah kepada masyarakat seperti kata pak solihin akan tetapi lembaga keuangan syariah sepatutnya bisa menunjukkan kepada masyarakat tentang kelebihanannya dibandingkan lembaga keuangan konvensional. supaya masyarakat bisa lebih percaya bahwa lembaga keuangan syariah itu lebih baik dari pada lembaga keuangan konvensional dan cara atau metode yang di gunakan media cetak dalam memasarkan lembaga keuangan syariah adalah dengan cara berikut: Menerbitkan iklan tentang lembaga keuangan syariah, Memberikan iklan yang menumbuhkan rasa percaya masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah.

#### **b. Hambatan yang di hadapi media cetak koran dalam memasarkan lembaga keuangan syariah kepada masyarakat**

Dari hasil observasi peneliti dilapangan dan sudah jelas adanya dan memang benar hambatan utama yang di hadapi media cetak dalam memasarkan lembaga keuangan syariah yaitu kurangnya minat masyarkat untuk membaca koran dan minat menabung masyarakat di lembaga keuangan syariah sangat sedikit itu menjadi hambatan yang diterima media cetak dalam memasarkan lembaga keuangan syariah.

Selain itu responden kak Anton Kurniadi mengatakan :<sup>14</sup>

“bukan Cuma kurangnya minat membaca masyarakat tapi ada juga masyarakat belum begitu tertarik dengan lembaga keuangan syariah dan malah masyarakat lebih memilih lembaga keuangan konvensional ketimbang lembaga

---

<sup>14</sup> Wawancara dengan Kak Yezi, peran media cetak dalam memasarkan lembaga keuangan syariah, 29 Agustus 2019

keuangan syariah itu juga menjadi hambatan bagi kami selaku media cetak dalam memasarkan lembaga keuangan syariah”<sup>15</sup>

Lalu responden bapak Solihin mengatakan:<sup>16</sup>“secara umum hambatan kami pihak media cetak memasarkan lembaga keuangan syariah yaitu masih kurangnya minat masyarakat itu sendiri untuk membaca koran dan rasa ingin tahu masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah itupun menjadi hambatan kami pihak media cetak dalam memasarkan lembaga keuangan syariah.” menurut reponden Ibu Dian mengatakan: “kami pihak media cetak sudah mempunyai cara agar lembaga keuangan syariah dapat di kenal di masyarakat, salah satu caranya adalah dengan membuat iklan yang membuat minat membaca masyarkat menjadi timbul lagi adalah dengan memperindah halaman iklan yang ada lembaga keuangan syariahnya supaya masyarakat membaca dan mengetahui apa itu lembaga keuangan syariah, apa saja produknya, dan lebih enak menabung di lembaga keuangan syariah atau konvensional disitu kami buat dengan seindah mungkin dan semenarik mungkin”.

Dari hasil observasi peneliti dilapangan memang media cetak sudah mempunyai cara yang ampuh untuk meminimalisir hambatan dengan membuat iklan yang menarik minat untuk masyarakat menabung dan kenal dengan lembaga keuangan syariah dengan cara mempercantik halaman koran yang berisi iklan tentang lembaga keuangan syariah.

Dari hasil observasi peneliti di lapangan memang benar karna kurangnya minat membaca masyarakat menjadi hambatan dalam media cetak memasarkan lembaga keuangan syariah bukan Cuma minat membaca yang kurang namun rasa kepercayaan masyarakat dengan lembaga keuangan syariah itu kurang itupun menjadi hambatan lembaga keuangan syariah untuk lebih terkenal di masyarakat. Yezi mengatakan <sup>17</sup> “bukan hanya minat membaca masyarakat yang menjadi media cetak koran dan ada juga kurangnya minat menabung masyarakat menjadi

---

<sup>15</sup> Wawancara dengan Anton Kurniadi, peran media cetak dalam memasarkan lembaga keuangan syariah, 29 Agustus 2019

<sup>16</sup> Wawancara dengan pak Solihin, peran media cetak dalam memasarkan lembaga keuangan syariah ,29 Agustus 2019

<sup>17</sup> Wawancara Dengan Kak Yezi Selaku Bidang Pemasran Wahana Semesta Linggau 29 Agustus 2019

hambatan kami selaku pihak media cetak dalam memasarkan lembaga keuangan syariah” Bapak Budi juga selaku general manager mengatakan : “hambatan kami selaku media cetak dalam memasarkan lembaga keuangan syariah yaitu , karna kurangnya minat membaca dan menabung serta masyarakat yang masih berpegang teguh dengan lembaga keuangan konvensional menjadi hambatan kami juga untuk mengenalkan lembaga keuangan syariah”<sup>18</sup>

Dari hasil observasi di lapangan memang benar karna kurangnya minat membaca dan menabung masyarakat itu menjadi hambatan media cetak dalam memasarkan lembaga keuangan syariah kepada masyarakat bukan Cuma itu rasa kepercayaan masyarakat dengan lembaga keuangan syariah belum muncul sehingga masyarakat belum bisa memilih lembaga keuangan syariah tetapi masyarakat tetap lebih memilih lembaga keuangan konvensional.

Hambatan yang dihadapi PT. wahana semesta linggau dalam memasarkan lembaga keuangan syariah melalui media cetak koran adalah kurangnya minat membaca masyarakat dan kurang tahunya masyarakat yang belum tahu apa itu lembaga keuangan syariah dan apa keuntungan menabung pada lembaga keuangan syariah menjadi hambatan yang sangat sering terjadi saat memasarkan lembaga keuangan syariah melalui media cetak hambatan umumnya terjadi , karena :

1. kurangnya minat membaca koran untuk masyarakat itu menjadi salah satu hambatan media cetak dalam memasarkan lembaga keuangan syariah, bagaimana media cetak membuat masyarakat untuk bisa menabung ke lembaga keuangan syariah sedangkan minat masyarakat untuk membaca itu kurang.
2. rasa ingin tahu masyarakat untuk lembaga keuangan syariah itu minim itupun menjadi hambatan dalam memasarkan lembaga keuangan syariah kepada masyarakat.

Media cetak sudah mempunyai cara agar lembaga keuangan syariah dapat di kenal di masyarakat, salah satu caranya adalah dengan membuat iklan yang membuat minat membaca masyarakat menjadi timbul lagi dan dengan

---

<sup>18</sup> Wawancara dengan Bapak Budi, peran media cetak dalam memasarkan lembaga keuangan syariah ,29 Agustus 2019

memperindah halaman iklan yang ada lembaga keuangan syariahnya supaya masyarakat membaca dan mengetahui apa itu lembaga keuangan syariah, apa saja sih produknya, dan lebih enak menabung di lembaga keuangan syariah atau konvensional sih dan disitu kami memberikan penjelasan tentang keunggulan menabung di lembaga keuangan syariah dan kami menjelaskan juga bahwa lembaga keuangan syariah tidak ada akad yang menggunakan bunga bank dan lembaga keuangan syariah hanya menggunakan akad bagi hasil dengan kami menjelaskan lembaga keuangan syariah tidak menggunakan akad bunga atau riba tetapi lebih mengutamakan akad bagi hasil mungkin dapat menarik minat nasabah untuk menabung dan bukan Cuma kurangnya minat membaca masyarakat tapi ada juga masyarakat belum begitu tertarik dengan lembaga keuangan syariah dan malah masyarakat lebih memilih lembaga keuangan konvensional ketimbang lembaga keuangan syariah itu juga menjadi hambatan bagi kami selaku media cetak dalam memasarkan lembaga keuangan syariah di dalam koran.

## **2. Analisis**

### **a. Peran media cetak koran dalam memasarkan lembaga keuangan syariah kepada masyarakat**

Melihat bentuk-bentuk informasi di media massa cetak (koran) di atas tentang peran media cetak dalam memasarkan lembaga keuangan syariah maka media sudah berperan sebagai media informasi seperti yang dikatakan bapak solihin mendefinisikan media massa sebagai media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula. Jadi peran media massa cetak (koran) dalam memasarkan lembaga keuangan syariah dengan memberikan informasi-informasi kepada masyarakat tentang produk produk yang ada di lembaga keuangan syariah dan memberitahukan produk-produk apa saja yang unggul supaya membuat lembaga keuangan syariah semakin di kenal oleh masyarakat luas.

Media cetak koran juga sudah berperan dalam pengenalan lembaga keuangan syariah kepada masyarakat, dan tak banyak emang lembaga keuangan syariah yang meminta dari kami pihak koran untuk di buat iklan tentang produk yang

ada di lembaga keuangan syariah, Cuma ada satu atau dua lembaga keuangan syariah yang datang dan meminta di buat iklan yang berisi produk sebagai contohnya, bank sumsel babel yang meminta dibuatkan iklan yang berisi tentang tabungan dana pihak ketiga Maka Media Cetak sudah berperan dalam pengenalan lembaga keuangan syariah kepada masyarakat seperti kata pak solihin akan tetapi lembaga keuangan syariah sepatutnya bisa menunjukkan kepada masyarakat tentang kelebihan dibandingkan lembaga keuangan konvensional. Sehingga masyarakat pun bisa tertarik menggunakan produk lembaga keuangan syariah dan menjelaskan apa kelebihan dan apa kekurangan dari lembaga keuangan syariah, supaya masyarakat bisa lebih percaya bahwa lembaga keuangan syariah itu lebih baik dari pada lembaga keuangan konvensional dan cara atau metode yang di gunakan media cetak dalam memasarkan lembaga keuangan syariah adalah dengan cara berikut: a. Menerbitkan iklan tentang lembaga keuangan syariah, b. Memberikan iklan yang menumbuhkan rasa percaya masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah.

**a. Apa hambatan yang di hadapi media cetak koran dalam memasarkan lembaga keuangan syariah**

Hambatan yang dihadapi PT. wahana semesta linggau dalam memasarkan lembaga keuangan syariah melalui media cetak koran adalah kurangnya minat membaca masyarakat dan kurang tahunya masyarakat yang belum tahu apa itu lembaga keuangan syariah dan apa keuntungan menabung pada lembaga keuangan syariah menjadi hambatan yang sangat sering terjadi saat memasarkan lembaga keuangan syariah melalui media cetak hambatan umumnya terjadi , karena : 1. kurangnya minat membaca koran untuk masyarakat itu menjadi salah satu hambatan media cetak dalam memasarkan lembaga keuangan syariah, bagaimana media cetak membuat masyarakat untuk bisa menabung ke lembaga keuangan syariah sedangkan minat masyarakat untuk membaca itu kurang. 2. rasa ingin tahu masyarakat untuk lembaga keuangan syariah itu minim itupun menjadi hambatan dalam memasarkan lembaga keuangan syariah kepada masyarakat.

Media cetak sudah mempunyai cara agar lembaga keuangan syariah dapat di kenal di masyarakat, salah satu caranya adalah dengan membuat iklan yang

membuat minat membaca masyarakat menjadi timbul lagi dan dengan memperindah halaman iklan yang ada lembaga keuangan syariahnya supaya masyarakat membaca dan mengetahui apa itu lembaga keuangan syariah, apa saja produknya, dan lebih enak menabung di lembaga keuangan syariah atau konvensional dan disitu kami memberikan penjelasan tentang keunggulan menabung di lembaga keuangan syariah dan kami menjelaskan juga bahwa lembaga keuangan syariah tidak ada akad yang menggunakan bunga bank dan lembaga keuangan syariah hanya menggunakan akad bagi hasil dengan kami menjelaskan lembaga keuangan syariah tidak menggunakan akad bungan atau riba tetapi lebih mengutamakan akad bagi hasil mungkin dapat menarik minat nasabah untuk menabung dan bukan Cuma kurangnya minat membaca masyarakat tapi ada juga masyarakat belum begitu tertarik dengan lembaga keuangan syariah dan malah masyarakat lebih memilih lembaga keuangan konvensional ketimbang lembaga keuangan syariah itu juga menjadi hambatan bagi kami selaku media cetak dalam memasarkan lembaga keuangan syariah di dalam koran.

#### **F. Kesimpulan**

Setelah melakukan pembahasan terhadap data yang di peroleh dalam penelitian dan analisis yang dilakukan maka penulis dapat menarik kesimpulan. PT. Wahana Semesta Linggau mempunyai peranan penting dalam memperkenalkan lembaga keuangan syariah kepada masyarakat dan PT. Wahana Semesta Linggau juga membantu lembaga keuangan syariah dalam menarik minat nasabah untuk menabung di lembaga keuangan syariah jadi dengan adanya media cetak lembaga keuangan syariah bisa menarik nasabah dengan cara memasarkan produknya melalui iklan melalui media cetak. Dan media cetak berperan dalam proses pengenalan lembaga keuangan syariah kepada masyarakat dan dari media cetaklah masyarakat tahu keunggulan apa saja yang ada di dalam lembaga keuangan syariah dan masyarakat bisa mengenal apa saja produk yang ada di dalam lembaga keuangan syariah akan tetapi masih ada.

hambatan yang di terima media cetak dalam proses pengenalan lembaga keuangan syariah kepada masyarakat walaupun media cetak sudah mengenalkan lembaga keuangan syariah secara keseluruhan tapi masih ada saja masyarakat

yang masih belum ingin menabung atau tertarik di lembaga keuangan syariah karena masyarakat masih berpegang teguh kepada lembaga keuangan konvensional sehingga media cetak masih sulit untuk membantu lembaga keuangan syariah terkenal di kalangan masyarakat oleh karna itu media cetak sudah mempunyai cara yang pas untuk membuat lembaga keuangan syariah terkenal di masyarakat dan membuat koran banyak di baca oleh masyarakat maka media cetak membuat iklan dan isi dalam koran yang menarik minat membaca masyarakat itu kembali dan dari minat membaca itulah media cetak juga bisa membantu lembaga keuangan terkenal di masyarakat dan cara itulah media cetak meminimalisir hambatan yang terjadi saat memperkenalkan lembaga keuangan syariah kepada masyarakat supaya lembaga keuangan syariah kembali tenar di masyarakat dan menjadi lembaga keuangan yang di pilih masyarakat paling banyak setelah lembaga keuangan konvensional dan bukan menjadi saingan buat lembaga keuangan konvensional.

#### **Daftar Pustaka**

- Abdul Karim Muhammad, *Kamus Bank Syariah* Asnaliter: Yogyakarta.
- Andri Soemitra. “*Bank dan Lembaga Keuangan Syari’ah*”. Jakarta: Kencana, 2010.
- Gumilar Gungum dan ifit Zulfan, *Penggunaan Media Massa Dan Internet Sebagai Sarana Penyampaian Informasi Dan Promosi Oleh Pengelola Industri Kecil Dan Menengah Di Bandung*, Bandung:Universitas Padjadjaran Vol. 2 No. 1, 2014.
- Hadi Sutrisno, *Metodelogi Research*, Yogyakarta: Yayasan Penerbit FB UGM, 2014.
- Canggara Hafied, 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung : Raja Grafindo Persada.
- Hajar Ibnu, *Dasar-Dasar Peneitian Dalam Pendidikan*, Jakarta: PT . Raja Grafindo Persada,1996.
- Sudarsono Heri, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, Ekonisia:Yogyakarta, 2003.
- Moelong, J. Lexy, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya: Bandung, 1998.

- Yusuf Muhammad. “*Manajemen Keuangan Syariah*”. Mataram: Penerbit Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Mataram, 2015.
- Nurul Huda dan Mohamad Heykal. “*Lembaga Keuangan Islam, Tinjauan Teoretis dan Praktis*”. Jakarta: Kencana, 2010.
- Nurul Huda, Achmad Aliyadin, dkk. “*Keuangan Publik Islam Pendekatan Teoritis dan Sejarah*”. Jakarta: Penerbit Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Perwataatmaja, Karnaen. A, Tanjung Hendri, *Bank Syariah Teori, Praktek dan Peranannya*, Jakarta: Senayan Abadi, 2007.
- Republik Indonesia, Undang Undang No 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas undang Undang No 7 Tahun 1992 Tentang perbankan
- Sandy, Febryan Dkk. *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*, Malang: Universitas Brawijaya. Vol. 9 no. 2, 2014.
- Lubis K. Suhrawardi, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika Cet. III, 2004.
- Sukmadinata, Syodih, Nana, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010
- Tedjasutisna Ating. *Etika Komunikasi*. Bandung: Armico.
- William At.alR. Rivers, *Media Massa dan Masyarakat Modern: Edisi Kedua*, Prenada Media: Jakarta.