

LAPORAN KERJA PRAKTIK

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SEULANGA iB
PADA PT. BANK ACEH SYARIAH CAPEM KOTA BAKTI**



Disusun Oleh:

**ULUL AZMI
NIM: 140601040**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III PERBANKAN SYARIAH
FALKUTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2017M / 1438H**



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**
Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Situs : www.uin-arraniry-web.id/fakultas-ekonomi-dan-bisnis

**LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN
LAPORAN KERJA PRAKTIK**

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Ulul Azmi
NIM : 140601040
Jurusan : Diploma III Perbankan Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan LKP ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.**
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.**
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.**
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.**
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.**

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 07 juni 2017
Yang Menyatakan



(Ulul Azmi)

LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR HASIL LKP

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi D-III Perbankan Syariah

Dengan Judul:

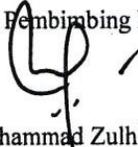
**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SEULANGA IB PADA
PT. BANK ACEH SYARIAH CAPEM KOTA BAKTI**

Disusun Oleh:

Ulul Azmi
NIM: 140601040

Disetujui untuk diseminarkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya
telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi pada
Program Studi Diploma III Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I



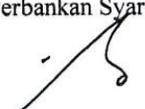
Dr. Muhammad Zulhilmi., MA
Nip: 197204282005011003

Pembimbing II



Muhammad Arifin. Ph. D
Nip: 197410152006041002

Mengetahui
Ketua Prodi D-III
Perbankan Syariah



Dr. Nilam Sari. M.Ag
Nip. 197103172008012007

LEMBAR PENGESAHAN HASIL SEMINAR

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Disusun Oleh

Ulul Azmi

NIM: 140601040

Dengan Judul:

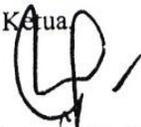
STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SEULANGA IB PADA PT. BANK ACEH SYARIAH CAPEM KOTA BAKTI

Telah Diseminarkan Oleh Program Studi D-III Perbankan Syariah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima
Sebagai Salah Satu Beban studi Program Studi Diploma III dalam Bidang
Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: Kamis/ 27 Juli 2017 M
3 Dzulqa'dah 1438 H

Di Darussalam, Banda Aceh
Tim Penilai Laporan Kerja Praktik

Ketua,



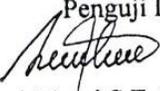
Dr. Muhammad Zulhilmi., MA
NIP: 197204282005011003

Sekretaris,



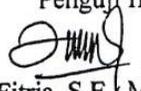
Muhammad Arifin. Ph. D
NIP: 197410152006041002

Penguji I,



Seri Murni S.E., M.Si., Ak.
NIP: 197210112014112001

Penguji II,



Ana Fitria, S.E., M.Sc

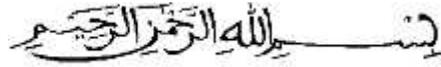
Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh



Prof. Dr. Nazaruddin A. Wahid, MA
NIP: 195612311987031031



KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr, Wb.

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dan juga telah memberikan petunjuk serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Laporan Kerja Praktik (LKP) yang sederhana ini. Tidak lupa pula penulis memanjatkan shalawat beserta salam kepada Rasulullah Muhammad SAW serta para sahabat dan keluarga beliau yang telah membawa umat manusia dari alam kebodohan kealam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti sekarang ini.

Laporan kerja praktik ini diselesaikan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Diploma III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul: **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SEULANGA iB PADA PT. BANK ACEH SYARIAH CAPEM KOTA BAKTI”**. Penulis menyadari bahwa penulisan Laporan Kerja Praktik (LKP) ini terdapat kekurangan-kekurangan, dan jauh dari kata kesempurnaan, hal ini disebabkan oleh keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki. Disamping itu, saya menyadari bahwa ini tidak mungkin terlaksana tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin

mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang sedalam-dalamnya terutama kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Syammaun, dan Ibunda Rosna Usman, saudara laki-laki khairul Ihksan, Ahlil firdaus, Kamal Fadhil, Kamil Fadhal, yang telah memberikan semangat, dorongan, pengorbanan, kasih sayang serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan jenjang pendidikan perguruan tinggi sampai saat ini dan dapat menyusun Laporan Kerja Praktik (LKP) ini.
2. Prof. Dr. Nazaruddin A, Wahid, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Dr. Muhammad Zuhilmi, MA Selaku dosen pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan nasehat-nasehat, pengarahan dan bimbingan dalam menyelesaikan Laporan Kerja Praktik (LKP) ini.
4. Muhammad Arifin. Ph. D Selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan nasehat-nasehat, pengarahan dan bimbingan dalam menyelesaikan Laporan Kerja Praktik (LKP) ini.
5. Dr. Nilam Sari, M.Ag selaku ketua jurusan serta para staff Diploma III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
6. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag sebagai sekretaris Diploma III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

7. Muhammad Arifin. Ph. D sebagai ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
8. Prof. Dr. Nazaruddin A, Wahid, MA selaku Penasehat Akademik (PA) selama penulis menempuh pendidikan di jurusan DIII Perbankan Syariah.
9. Husaini selaku Pimpinan PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti serta karyawan yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Laporan Kerja Praktik (LKP) ini.
10. Sahabat teristimewa Orizal, Rismauli Saragi, Suwaibatun Islami, Lady Misyhelle Hanindya, Dinda Mawarni, Marliza, dan Helvandra Busrian yang telah membantu memberikan semangat dan dukungan dalam segala hal sehingga dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik (LKP) ini.

Terimakasih yang tidak terhingga kepada nama-nama yang telah disebutkan diatas, semoga bantuan yang diberikan kepada penulis dibalaskan oleh Allah SWT. Penulis menyadari Laporan Kerja Praktik ini masih kurang sempurna. Penulis mengharapkan adanya saran dan kritikan yang membangun untuk penyempurnaan Laporan Kerja Praktik ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Banda Aceh, 07 Juni 2017

Penulis

Ulul Azmi

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| PERNYATAAN KEASLIAN | i |
| LEMBARAN PERSETUJUAN SEMINAR..... | ii |
| LEMBARAN PENGESAHAN HASIL SEMINAR..... | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| HALAMAN TRANSLITERASI | vii |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| RINGKASAN LAPORAN..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB SATU: PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Tujuan Laporan Kerja Praktik..... | 4 |
| 1.3 Kegunaan Laporan Kerja Praktik..... | 5 |
| 1.4 Sistematika Penulisan Pelaksanaan Kerja Praktik | 6 |
| BAB DUA: LOKASI KERJA PRAKTIK..... | 8 |
| 2.1 Sejarah Singkat Pt. Bank Brisyariah | 8 |
| 2.2 Struktur Organisasi PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti..... | 10 |
| 2.3 Kegiatan Usaha PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti..... | 11 |
| 2.4 Keadaan personalia PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti..... | 15 |
| BAB TIGA: HASIL KEGIATAN KERJA PRAKTIK..... | 17 |
| 3.1 Kegiatan Kerja Praktik | 17 |
| 3.1.1 Bagian Pembiayaan | 18 |
| 3.1.2 Bagian <i>Customer Service</i> | 18 |
| 3.1.3 Bagian <i>Teller</i> | 18 |
| 3.2 Bidang Kerja Praktik..... | 18 |
| 3.2.1 Mekanisme pembukaan Tabungan Seulanga iB pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti Teori Yang Berkaitan | 20 |
| 3.2.2 Srategi pemasaran tabungan seulanga iB | 26 |
| 3.3 Teori yang Berkaitan | 28 |
| 3.3.1 Pengertian Strategi..... | 28 |
| 3.3.2 Pengertian Pemasaran..... | 28 |
| 3.3.3 Tujuan Pemasaran..... | 30 |
| 3.3.4 Marketing <i>Mix</i> | 31 |

| | | | |
|-------------------|-------|--|-----------|
| | 3.3.5 | Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Islam | 32 |
| | 3.4 | Evaluasi Kerja Praktik | 35 |
| BAB EMPAT: | | PENUTUP | 37 |
| | 4.1 | Kesimpulan | 37 |
| | 4.2 | Saran | 37 |
| | | DAFTAR PUSTAKA | 39 |
| | | SK BIMBINGAN | 40 |
| | | LEMBAR KONTROL BIMBINGAN | 41 |
| | | LEMBAR NILAI KERJA PRAKTEK | 43 |
| | | SURAT PERNYATAAN | 49 |
| | | DAFTAR RIWAYAT HIDUP | 50 |

DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, M. Nur Rianto. 2010. *“Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah”*. Bandung: Alfabeta.
- Brosur PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti. *Produk tabungan Seulanga IB*, Sigli 26 Maret 2016.
- Kasmir. 2006. *“Manajemen Perbankan”*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2011. *“Manajemen Perbankan”*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2005. *“Pemasaran Bank”*. Jakarta: Kencana.
- Umam, Khaerul. 2013. *“Manajemen Perbankan Syariah”*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Shihab, M. Quraish. 2006. *“Tafsir Al-Mishbah”*. Jakarta: Lentera Hati.
- Wawancara dengan *Husaini* (kepala capem) PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti, pada tanggal 2 Maret 2017.
- Wawancara dengan *Perdana Errianda (CS)* PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti, pada tanggal 2 Maret 2017.
- <http://kbbi.web.id/strategi>, diakses pada tanggal 5 Mei 2017.
- www.bankaceh.co.id, *produk tabungan seulanga*, diakses pada tanggal 5 Mei 2017.

RINGKASAN LAPORAN

Nama : Ulul Azmi
NIM : 140601040
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam
DIII- Perbankan Syariah
Judul : Strategi Pemasaran Produk Tabungan Seulanga
iB Pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota
Bakti
Tanggal Sidang : 27 Juli 2017
Tebal LKP : 50 Halaman
Pembimbing I : Dr. Muhammad Zuhilmi, MA
Pembimbing II : Muhammad Ariffin. Ph. D

PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti beralamat di Jl. Tangse Keumala, Kota Bakti, Sigli yang berfungsi sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali ke masyarakat, dengan cara memberikan pembiayaan dan jasa-jasa bank lainnya. Salah satu kegiatan Bank Aceh Syariah adalah memasarkan produknya ke masyarakat dalam bentuk pembiayaan maupun lainnya. Dalam melakukan kerja praktik, penulis lebih banyak ditempatkan pada bagian *customer service*. Adapun tujuan penulisan LKP ini adalah untuk mengetahui mekanisme pembukaan tabungan iB dan untuk mengetahui strategi pemasaran pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bankti. Selama melakukan kerja praktik, penulis menemukan sejumlah kendala dalam pemasaran produk tabungan Seulanga seperti kurangnya tanggapan masyarakat tentang produk tabungan Seulanga dan keadaan ekonomi masyarakat yang berubah-ubah sehingga mempengaruhi pemasaran produk Seulanga. Strategi pemasaran produk tabungan Seulanga iB yang digunakan oleh PT. Bank Aceh Syariah sudah baik dan sesuai dengan teori, strategi pemasaran yang dilakukan diantaranya: *Direct selling, Cross selling, Personal selling, Open table, Advertising, dan Sales promotion*. Untuk meningkatkan progresivitas produk tabungan Seulanga penulis menyarankan agar melakukan sosialisasi terhadap produk tabungan Seulanga ke daerah-daerah, seperti: Mila, Keumala, Titeu, dan Kota Bakti.

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1: SK Bimbingan..... | 40 |
| Lampiran 2: Lembar Kontrol Bimbingan..... | 41 |
| Lampiran 3: Lembar Nilai Kerja Praktik..... | 43 |
| Lampiran 4: Contoh Brosur Tabungan Seulanga iB | 44 |
| Lampiran 5: Formulir Pembukaan Tabungan Seulanga iB | 46 |
| Lampiran 6: Surat Pernyataan | 49 |
| Lampiran 7: Daftar Riwayat Hidup | 50 |

BAB SATU

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bank secara umum merupakan suatu sarana penting dalam peradaban masyarakat modern. Tugas utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat, kemudian digunakan untuk ditanamkan pada sektor produksi atau investasi, di samping digunakan untuk aktivitas membeli barang dan jasa-jasa sehingga aktivitas ekonomi dapat tumbuh dan berkembang serta meningkatkan standar kehidupan. Oleh karena itu, sistem keuangan memiliki peranan yang sangat mendasar dalam perekonomian dan kehidupan masyarakat. Apabila dilihat dari segi cara menentukan harga dan perolehan keuntungannya, terdapat dua jenis bank di Indonesia yaitu, bank syariah dan bank konvensional.

Bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan Al-quran dan Hadits, dan dapat diartikan bahwa Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi dengan prinsip-prinsip syariah. Adapun definisi Bank Syariah menurut Muhammad (2002) adalah lembaga keuangan yang beroperasi tanpa mengandalkan bunga dan usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syariat Islam. Perjanjian (akad) antara bank dengan nasabah berdasarkan hukum Islam. Sehingga perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional terletak pada prinsip dasar operasional yang tidak menggunakan sistem bunga, akan tetapi menggunakan sistem

bagi hasil, jual beli dan prinsip lain yang sesuai dengan syariat Islam. Karena bunga diyakini mengandung hukum riba yang di larang dalam Agama Islam (Umam, 2013: 15-16).

Selain dari pada fungsi bank menghimpun dana dan menyalurkan dana, disamping itu bank memiliki peranan penting dalam melakukan kegiatan *marketing* atau yang biasa kita kenal dengan pemasaran, guna untuk memprioritaskan kemajuan dan peningkatan suatu produk bagi perusahaan itu sendiri.

Dalam dunia pemasaran belum tentu terbukti apakah produknya sesuai apa yang telah dijanjikan. Inilah yang harus dibuktikan dalam suatu manajemen pemasaran syariah baik pada penjualan produk barang atau jasa, bahwa pemasaran syariah bukanlah dunia yang penuh dengan tipu- menipu. Sebab pemasaran syariah merupakan tingkatan paling tinggi dalam pemasaran, yaitu *spiritual marketing*, dimana etika, nilai-nilai dan norma dijunjung tinggi. Hal-hal inilah yang seringkali dilanggar dalam pemasaran konvensional, sehingga menyebabkan konsumen pada akhirnya banyak yang kecewa pada produk barang atau jasa yang telah dibeli kerana berbeda dengan apa yang telah dijanjikan oleh pemasar.

Dalam melakukan pemasaran, bank memiliki beberapa sasaran yang hendak dicapai. Artinya, nilai penting pemasaran bank terletak dari tujuan yang ingin dicapai tersebut seperti dalam hal meningkatkan mutu pelayanan dan menyediakan ragam produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah. Untuk mencapai sasaran tersebut, maka Bank perlu (Kasmir, 2011: 171-172):

1. Menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabahnya.

2. Memberikan nilai lebih terhadap produk yang di tawarkan dibandingkan dengan produk pesaing.
3. Menciptakan produk yang memberikan keuntungan dan keamanan terhadap produknya.
4. Memberikan informasi yang benar-benar dibutuhkan nasabah dalam hal keuangannya pada saat dibutuhkan.
5. Memberikan pelayanan yang maksimal mulai dari calon nasabah menjadi nasabah bank yang bersangkutan.
6. Berusaha menarik minat konsumen untuk menjadi nasabah bank.
7. Berusaha untuk mempertahankan nasabah yang lama dan berusaha mencari nasabah baru baik dari segi jumlah maupun kualitas nasabah.

Konsep pemasaran muncul pada pertengahan tahun 1950-an. Sebagai ganti filosofi “buat dan jual” yang berpusat pada produk, bergeser ke filosofi “pahami dan tanggapi” yang berpusat pada konsumen (Al Arif, 2010: 5-6). Tidak ada yang terlalu membedakan antara pemasaran bank dengan pemasaran lainnya. Melainkan karakteristik produknya, dimana produk yang dijual oleh bank lebih bersifat jasa dan bukan barang. Sehingga produk yang dijual bersifat abstrak atau tidak dapat dilihat secara nyata namun tetap dapat dirasakan oleh nasabah.

PT.Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti menawarkan berbagai macam produk, seperti tabungan, pembiayaan, dan produk jasa. Produk-produk tersebut ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terutama masyarakat Kota Bakti, Titeu, Keumala dan Mila. Masyarakat tersebut mempunyai keinginan yang tinggi untuk menggunakan produk-

produk PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti yaitu produk tabungan, seperti produk Tabungan Seulanga iB.

Produk tabungan seulanga merupakan salah satu produk unggulan PT. Bank Aceh Syariah khususnya di Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti, tabungan produk seulanga dapat menjadi pertanggung jawaban asuransi jiwa sebesar Rp10.000.000,- (sepuluh juta rupiah). Biaya premi pertanggung jawaban asuransi jiwa nasabah tabungan seulanga iB di tanggung oleh Bank, produk tabungan seulanga iB menghadirkan berbagai banyak macam hadiah-hadiah yang disediakan oleh Bank dalam bentuk barang atau paket dan dapat ditukarkan sesuai dengan keinginan penabung sejauh poin yang telah di kumpulkan mencukupi untuk mendapatkan hadiah dimaksud. (Bank Aceh Syariah, 2017)

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk menyusun Laporan Kerja Praktik (LKP) dengan judul “**Strategi Pemasaran Produk Tabungan Seulanga iB Pada PT Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti**”.

1.2. Tujuan Laporan Kerja Praktik

Adapun tujuan melaksanakan Kerja Praktik dalam penulisan LKP ini adalah:

- a. Untuk mengetahui mekanisme pembukaan tabungan seulanga iB pada PT Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti
- b. Untuk mengetahui strategi pemasaran pada PT Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti.

1.3. Kegunaan Laporan Kerja Praktik

Adapun hasil laporan kerja praktik ini mempunyai beberapa kegunaan diantaranya sebagai berikut:

1. Khazanah Ilmu pengetahuan

Kegunaan magang atau kerja praktik yang dilakukan mahasiswa sebagai menambah khazanah ilmu pengetahuan. Selain itu untuk meningkatkan kerja sama dan membangun komunikasi secara akademik antara mahasiswa D-III Perbankan Syariah dengan lembaga keuangan syariah khususnya tempat penulis melakukan Kerja Praktik pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti, selain itu diharapkan agar membantu mahasiswa untuk mengetahui dan memahami pentingnya pemasaran di dalam sebuah lembaga atau instansi lainnya. Seperti yang dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah dalam melakukan kegiatan pemasaran, mulai dari produk Tabungan Seulanga di PT. Bank Aceh Capem Kota Bakti

2. Masyarakat

Bagi masyarakat penulis berharap Laporan Kerja Praktik ini dapat berguna dan memberikan kontribusi bagi masyarakat umum terutama yang menyangkut masalah pemasaran serta dapat memberikan informasi kepada masyarakat tentang strategi pemasaran produk tabungan seulanga

3. Instansi Tempat Kerja Praktik

Bagi Instansi tempat Kerja Praktik atau tempat penulis melakukan job training adalah untuk membantu pekerjaan staf atau karyawan di PT. Bank Aceh syariah Capem Kota Bakti. Selain itu dengan adanya kerja praktik tersebut penulis dapat memberikan masukan yang

konstruktif kepada pihak PT. Bank Aceh syariah capem Kota Bakti dengan teori-teori yang relevan (bersangkutan) dengan perbankan syariah untuk diaplikasikan dalam dunia kerja.

4. Penulis

Adapun bagi penulis sendiri Kerja Praktik ini adalah untuk persyaratan menyelesaikan studi di D-III Perbankan Syariah dan memahami lebih luas tentang praktik di dalam dunia perbankan serta dapat membandingkan dengan teori-teori yang penulis dapatkan selama di bangku kuliah sehingga menambah wawasan dan pengalaman penulis pada perbankan syariah.

1.4. Sistematika Penulisan Pelaksanaan Kerja Praktik

Agar memudahkan pembahasan dan penulisan proposal ini maka penulis mengklarifikasikan permasalahan dalam bab sebagai berikut :

BAB I yaitu Pendahuluan dimana sub babnya berisi tentang Latar Belakang, Tujuan Laporan Kerja Praktik, Kegunaan Laporan Kerja Praktik, Sistematika Penulisan Pelaksanaan Kerja Praktik. Pada bab ini penulis memaparkan beberapa hal yang melatarbelakangi kegiatan penulisan laporan kerja praktik terkait dengan pokok pembahasan yang akan ditulis serta mengenai tujuan dan kegunaan ditulisnya laporan praktik ini. Penulisan laporan ini berdasarkan fakta lapangan dan ditulis dengan penalaran yang kritis.

BAB II yaitu Lokasi Kerja Praktek dimana subabnya berisi tentang Sejarah Singkat, Struktur Organisasi, Kegiatan Instansi, dan Keadaan Personalia. Pada bagian ini penulis ingin memberikan gambaran umum mengenai tempat kerja praktik dari awalnya berdiri hingga berkembang sampai saat ini.

BAB III yaitu Hasil Kegiatan Kerja Praktek dimana subabnya berisi tentang Kegiatan Kerja Praktik, Bidang Kerja Praktik, Teori yang Berkaitan dan Evaluasi Kerja Praktik. Dimana dalam bab ini penulis memaparkan kerja praktik yang dilakukan selama satu setengah bulan pada PT. Bank Aceh Syariah Kota Bakti. Selanjutnya penulis akan menyampaikan kesesuaian antara teori dan kerja praktik di lapangan.

BAB IV yaitu Penutup dimana subabnya berisi tentang Kesimpulan dan Saran. Kesimpulan merupakan inti pokok yang sudah menjawab tujuan dari Laporan Kerja Praktik. Penulis juga menyampaikan saran yang dinyatakan dalam bentuk kata-kata yang bersifat operasional serta ditunjukkan kepada para pengambil kebijakan.

BAB DUA

TINJAUAN LOKASI KERJA PRAKTIK

2.1. Sejarah Singkat PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti

Pada tahun 1963 Pemerintah Daerah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam membuat peraturan daerah No. 12 Tahun 1963 Sebagai landasan hukum berdirinya Bank Pembangunan Daerah Nanggroe Aceh Darussalam dalam rangka menyediakan pembiayaan bagi pelaksanaan usaha-usaha pembangunan daerah serta pembangunan nasional semesta berencana. (BankAceh_Syariah, 2017)

Untuk memberikan ruang gerak yang lebih luas kepada Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, Pemerintah daerah telah beberapa kali mengadakan perubahan nama serta badan hukum, yaitu 19 November 1958: NV. Bank Kesejahteraan Atjeh (BKA), 6 Agustus 1973: Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh (BPD IA), 5 Februari 1993: PD. Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh (PD. BPD IA), 7 Mei 1999: PT. Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, disingkat menjadi PT. Bank BPD Aceh, dan yang terakhir berdasarkan keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 12/61/KEP. GBI/2010 tanggal 29 September 2010 PT. Bank BPD Aceh telah berubah nama menjadi PT. Bank Aceh.

Kebutuhan segmen masyarakat yang belum terlayani oleh bank konvensional, khususnya berkaitan dengan masalah keyakinan, serta didukung oleh UU No. 7 Tahun 1997 tentang Perbankan yang kemudian disempurnakan dengan UU No. 10 Tahun 1998, membuka peluang yang seluas-luasnya kepada perbankan nasional untuk mendirikan bank syariah maupun kantor cabangnya oleh bank konvensional, maka pada

Tanggal 28 Desember 2001 BPD Aceh Mendirikan Unit Usaha Syariah dengan SK Direksi No. 047/DIR/SDM/XII/2001.

Dengan terbitnya izin pembukaan kantor cabang Syariah dari Bank Indonesia No. 6/4/DPbs/Bna Tanggal 19 Oktober 2004 mengenai izin pembukaan Kantor Cabang Syariah dalam aktivitas komersial Bank maka dibukalah BPD Cabang Syariah di Banda Aceh yang peresmiannya dilakukan pada 5 November 2004.

Adapun visi dan misi Bank Aceh Syariah, yaitu menciptakan sebagai bank yang sehat, tangguh, handal dan terpercaya serta dapat memberikan nilai tambah yang lebih kepada mitra usaha dan masyarakat. Sedangkan misinya adalah membantu dan mendorong pertumbuhan ekonomi serta pembangunan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui pembangunan usaha dan perberdayaan ekonomi masyarakat. Selain itu, Bank Aceh Syariah juga memiliki motto, yaitu *kepercayaan dan kemitraan*. Maksud dari kata *kepercayaan* disini adalah suatu manifestasi dan wujud Bank sebagai pemegang amanah dari nasabah untuk menjaga kerahasiaan dan mengamankan kepercayaan tersebut. Makna dari kata *kemitraan* sendiri yaitu suatu jaminan kerjasama usaha yang erat dan setara antara bank dan nasabah yang merupakan strategi bisnis bersama dengan prinsip saling membutuhkan, saling memperbesar dan saling menguntungkan, diikuti dengan pembinaan dan pengembangan secara berkelanjutan.

2.2. Struktur Organisasi PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti

Untuk menjalankan kegiatan dalam lembaga keuangan perbankan, dibutuhkan struktur organisasi yang tepat. Adapun struktur organisasi PT. Bank Aceh Capem Kota Bakti adalah sebagai berikut:¹

1. Kepala Kantor Cabang Pembantu, yaitu yang bertugas sebagai orang yang mengawasi, memeriksa secara terperinci transaksi yang terjadi di bank serta mengelola semua kegiatan yang berlangsung pada PT. Bank Aceh Capem Kota Bakti.
2. *Operation Officer* merupakan bagian yang terdiri dari beberapa petugas yang menjalankan kegiatan pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti terdiri dari:
 - a. *Teller*, yaitu petugas yang bertanggung jawab melayani nasabah yang melakukan penarikan, dan transfer baik secara tunai maupun non tunai yang dilakukan secara cepat dan teliti.
 - b. *Customer service (CS)* yaitu petugas yang bertanggung jawab dalam pembukaan maupun penutupan rekening tabungan, deposito, giro serta menerima keluhan nasabah dan memberikan solusi kepada nasabah terkait dengan permasalahan yang sedang dihadapi mengenai produk perbankan.
3. *Account Officer (AO)* adalah petugas yang bertanggung jawab dalam memeriksa kelengkapan berkas pada bagian pembiayaan yang hendak dicairkan.

¹ Wawancara dengan *Husaini* (kepala capem) PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti, pada tanggal 2 Maret 2017.

4. *Bank Officer* (BO) atau disebut dengan bagian umum adalah petugas yang bertanggung jawab untuk meneliti kembali terkait dengan transaksi pada front officer. Bagian yang terdapat pada BO, yaitu:
 - a. *Officer Boy* (OB) adalah petugas yang bertanggung jawab dalam kenyamanan serta kebersihan kantor, serta membantu karyawan kantor pada saat jam kerja sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan mereka.
 - b. *Security* (satpam) adalah petugas yang melayani tiap nasabah yang hadir serta membantu nasabah yang mengalami berbagai kendala atau masalah yang terkait dengan produk, serta menjaga keamanan dan ketertiban kantor.

2.3 Kegiatan Usaha PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti

2.3.1 Penghimpunan Dana

Produk penghimpunan dana yang ditawarkan oleh PT. Bank Aceh syariah Capem Kota Bakti kepada para nasabahnya yaitu tabungan, deposito, dan giro. Adapun penjelasan dari produk tersebut di atas adalah sebagai berikut:²

1. Tabungan

Tabungan adalah simpanan pihak ketiga yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat yang telah disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau alat lain yang dipersamakan dengan itu. Adapun tabungan yang disediakan oleh PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti adalah:

² Brosur Bank Aceh Syariah.

a. Tabungan Seulanga iB

Tabungan Seulanga iB adalah produk tabungan Bank Aceh yang memiliki *tagline* “Seutuhnya Melayani Nanggroe”, tabungan seulanga iB memiliki keunggulan dengan nisbah progressive dimana semakin tinggi saldo tabungan, semakin tinggi nisbah yang diberikan. (Dihitung berdasarkan saldo terendah harian), yang mendapat fasilitas *mobile banking*, dapat dijadikan jaminan kredit, sarana pembayaran listrik, telepon, air, dan telepon seluler.

b. Tabungan Firdaus iB

Tabungan Firdaus iB adalah suatu produk penghimpunan dana yang diperuntukkan bagi perorangan yang menggunakan prinsip *mudharabah*. Di mana dana yang diinvestasikan oleh nasabah dapat dipergunakan oleh bank dengan imbalan bagi hasil nasabah. Tabungan Firdaus ini menggunakan akad *mudharabah mutlaqah* yang berarti pihak bank diberi kuasa penuh untuk menjalankan usaha batasan dan syarat-syarat tertentu.

c. Tabungan Sahara iB

Tabungan Sahara iB adalah tabungan yang disediakan oleh bank bagi perorangan yang mampu dan ingin menunaikan ibadah haji dan umrah. Produk ini menerapkan prinsip *al-wadi'ah yad dhamanah* yaitu titipan nasabah pada bank yang dapat dipergunakan oleh bank dengan izin nasabah, dimana bank menjamin akan mengembalikan titipan nasabah sebesar titipan pokok.

d. TabunganKu iB

TabunganKu iB adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

2. Deposito Sejahtera iB

Deposito Sejahtera iB adalah investasi berjangka waktu tertentu dalam bentuk mata uang rupiah yang pengelolaannya berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah mutlaqah*, yaitu akad antara pihak pemilik dana (*sahibul mal*) dengan pengelola dan (*mudharib*). Dalam hal ini nasabah (*sahibul mal*) berhak memperoleh keuntungan bagi hasil sesuai yang tercantum dalam akad.

3. Giro Amanah iB

Giro Amanah iB adalah suatu produk penghimpunan dana dengan menggunakan prinsip *wadi'ah*, yang di peruntukkan bagi perorangan dan badan hukum. Pada produk ini, dana nasabah pada bank dapat dipergunakan oleh bank dengan izin nasabah dimana bank menjamin akan mengembalikan titipan nasabah sebesar titipan pokok, serta penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro dan sarana pembayaran lainnya sesuai dengan ketentuan bank.

2.3.2. Penyaluran Dana

Produk penyaluran dana yang ditawarkan oleh PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti kepada nasabahnya yaitu sebagai berikut:³

1. Pembiayaan *Seuramoe* Mikro iB Bank Aceh Syariah

Pembiayaan *Seuramoe* Mikro Bank Aceh iB adalah pembiayaan penambahan modal atau pembelian peralatan kerja untuk mengembangkan usaha-usaha mikro yang produktif dan feksibel (layak untuk dibiayai)

2. Pembiayaan Konsumer iB

Pembiayaan Konsumer iB adalah pembiayaan yang menggunakan prinsip syariah untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Pembiayaan ini menggunakan pada jual beli (Murabahah), nasabah diposisikan sebagai pembeli dan bank sebagai penjual.

2.3.3. Pelayanan Jasa

Dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat sesuai dengan perkembangan, PT. Bank Aceh Syariah telah berupaya meningkatkan kualitas produk pelayanan jasa sehingga diharapkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

Pelayanan jasa dalam lalu lintas pembayaran perbankan yang disediakan oleh PT. Bank Aceh Syariah antara lain:⁴

1. *SMS Banking*

SMS Banking adalah sebuah fasilitas pelayanan perbankan yang ditujukan bagi nasabah Bank Aceh Syariah agar

³ Brosur Bank Aceh Syariah

⁴ Wawancara dengan *Perdana Errianda*, Customer Service Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti, pada tanggal 2 Maret 2017.

memperoleh kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan. Dengan hanya mengirim 3322 nasabah dapat melakukan pengecekan saldo, isi ulang pulsa, transfer antar rekening hingga pembayaran tagihan handphone. SMS Banking Bank Aceh Syariah dapat diakses melalui kartu simpati, HALO, As, Mentari, IM3, dan Matrix.

2. ATM (*Automatic Teller Machine*)

ATM (*Automatic Teller Machine*) adalah sebuah fasilitas terpercaya layanan Bank Aceh Syariah untuk mempermudah dan mempercepat transaksi keuangan anda bersama kartu ATM Bank Aceh Syariah.

3. Transfer

Transfer adalah suatu kegiatan jasa bank untuk memindahkan sejumlah data tertentu sesuai dengan perintah amanat yang ditujukan untuk keuntungan seseorang yang ditunjuk sebagai penerima transfer (Kasmir, 2010: 34).

2.4 Keadaan personalia PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti

PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti memiliki 7 (tujuh) orang karyawan, yang terdiri 6 (enam) orang karyawan dan 1 (satu) orang karyawati. Karyawan PT. Bank Aceh Capem Kota Bakti memiliki susunan organisasi yang terdiri dari satu orang yang bertugas sebagai kepala KCP, satu orang sebagai *teller*, satu orang sebagai *customer service*, satu orang sebagai petugas bagian pembiayaan (*account officer*), serta tiga orang yang bertugas di bagian umum terdiri dari satu orang petugas *back office* dan dua petugas *security*.

Tabel: 2.1 Jenjang pendidikan karyawan PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti

| Jenjang Pendidikan | Jumlah (Orang) |
|---------------------------|-----------------------|
| Strata 1 | 3 |
| Diploma III | 1 |
| SMA | 3 |
| Jumlah | 7 |

Dikarenakan lembaga perbankan merupakan suatu tempat dilakukannya transaksi keuangan, maka dibutuhkan penjagaan ekstra dari segi keamanan kantor. Maka dari itu, PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti menyewa 2 (dua) petugas kepolisian dari POLSEK setempat yang bertugas menjaga keamanan kantor dari pagi pukul 07:00 sampai pukul 17:00 WIB. Serta penjagaan keamanan kantor selama 24 jam oleh petugas *security* yang bertugas bergantian setiap harinya.⁵

⁵Wawancara dengan *Husaini* (kepala Capem) PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti, pada tanggal 2 Maret 2017.

BAB TIGA

HASIL KEGIATAN KERJA PRAKTIK

1.1. Kegiatan Kerja Praktik

Selama mengikuti kegiatan Kerja Praktik yang dilaksanakan lebih kurang selama 30 hari kerja di PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti berlangsung sesuai prosedur yang telah ditentukan oleh kedua belah pihak yaitu jurusan Diploma III Perbankan Syariah dengan PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti. Selama Kerja Praktik (KP), penulis mempelajari banyak hal tentang aplikasi ilmu yang didapatkan pada bangku perkuliahan. Di mana kegiatan tersebut dibimbing langsung oleh kepala capem selaku supervisor serta karyawan tetap instansi tersebut.

Adapun praktik pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti terhitung mulai tanggal 10 Februari 2017 sampai dengan 24 Maret 2017, penulis ditempatkan dibagian:

1.1.1. Bagian Pembiayaan

1. Mencatat data nasabah yang akan dicairkan pembiayaannya pada buku pencairan pembiayaan *murabahah*.
2. Mengarsip *file* pembiayaan *murabahah*.
3. Melayani nasabah dengan memberikan rekening korannya.
4. Menulis data nasabah yang ingin mengambil pembiayaan *murabahah* pada buku agenda.
5. Memeriksa kelengkapan berkas pembiayaan nasabah.
6. Menyusun *file* pembiayaan yang perlu ditandatangani oleh direksi.

7. Melakukan kelengkapan syarat pemenuhan pembiayaan nasabah untuk memparaf, menandatangani, serta sidik jari kertas akad pembiayaan murabahah.
8. Mencatat data nasabah yang telah melunasi pembiayaannya untuk diberikan SK serta BPKB pada buku serah terima SK.
9. Mencatat *credit nota* (CN).

1.1.2. Bagian Customer Service

Dalam bagian *Customer Service* (CS), penulis melakukan beberapa kegiatan yang membantu CS yaitu meregister tabungan seulanga, tabungan firdaus, tabungan sahara, dan meregister rekening giro. Mengisi buku agenda surat masuk dan surat keluar. Mencatat data perusahaan yang membuka rekening giro, meregister pengaduan nasabah, pemindah pembukuan (PP) dan *debit nota* (DN), serta meregister penutupan rekening tabungan firdaus dan sahara.

1.1.3. Bagian Teller

Saat kerja praktik (KP) di bagian *teller*, kegiatan yang penulis lakukan adalah membantu *teller* melayani nasabah, mengsortir uang untuk dimasukkan kedalam kotak kaset *Automatic Teller Machine* (ATM). Mengarsip slip transaksi harian yang telah di verifikasi, dan mengarsip bukti penyetoran dan penarikan *teller*.

1.2. Bidang Kerja Praktik

Selama melaksanakan kerja Praktik di PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti, penulis ditempatkan di bagian pembiayaan, *customer service* dan *teller*, namun penulis lebih banyak mengikuti kegiatan di

bagian pembiayaan dan *customer service*. Pada bagian *customer service* penulis lebih banyak menekuni bagaimana strategi pemasaran produk Tabungan Seulanga iB.

Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Hanya saja sebagian pelaku pemasaran tidak atau belum mengerti ilmu pemasaran, tetapi sebenarnya mereka telah melakukan usaha-usaha pemasaran.

Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk dan jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga bisa dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat.

Dalam melakukan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak di capai, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut hati konsumen terutama untuk produk yang baru di luncurkan. Sedangkan dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis (Kasmir, 2004: 51).

Produk Tabungan Seulanga pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti merupakan salah satu produk yang banyak memiliki keunggulan-keunggulan yang belum banyak di ketahui nasabah, tabungan seulanga iB banyak digunakan oleh nasabah yang memiliki usaha, PNS, TNI, POLRI, dan sebagainya.

3.2.1 Mekanisme pembukaan Tabungan Seulanga iB pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti

Adapun mekanisme untuk pembukaan tabungan seulanga iB, syarat-syarat yang harus dilampirkan serta ketentuan-ketentuan untuk membuka tabungan seulanga iB antara lain:

1. Menyerahkan fotocopy kartu identitas diri yang masih berlaku seperti KTP atau SIM.
2. Setoran awal pembukaan rekening Tabungan Seulanga sebesar Rp1.000.000,- (satu juta rupiah) untuk setoran berikutnya minimum Rp100.000,- (seratus ribu rupiah).
3. Batas saldo minimum adalah sebesar Rp500.000,- (lima ratus ribu rupiah).
4. Biaya admin per bulan sebesar Rp10.000,- (sepuluh ribu rupiah).
5. Biaya kartu anjungan tunai mandiri atau ATM sebesar Rp10.000,- (sepuluh ribu rupiah). Apabila mengalami kehilangan kartu ATM dan untuk mendapatkan pengganti baru dikenakan biaya Rp20.000,- (dua puluh ribu rupiah).
6. Untuk tarik tunai saldo per hari biasanya maksimal sebesar Rp10.000.000,- (sepuluh puluh juta rupiah) sedangkan untuk transaksi transfer antar bank jaringan ATM bersama hingga Rp25.000.000,- (dua puluh lima juta rupiah) perhari, layanan transfer antar rekening Bank Aceh Syariah hingga Rp50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) perhari, dengan menggunakan jenis kartu ATM Seulanga.

Itulah beberapa syarat dan ketentuan buka rekening baru Tabungan Seulanga Bank Aceh Syariah.

Setiap nasabah diberi kesempatan ikut dalam undian untuk memenangkan berbagai hadiah yang diselenggarakan secara resmi oleh pihak Bank Aceh sendiri, namun sebelumnya harus memenuhi syarat dan ketentuan yang berlaku seperti batas minimum saldo yang ada di dalam rekening tabungan. Berikut beberapa siaran yang diwajibkan agar nasabah bisa ikut dalam undian hadiah Tabungan Seulanga:

1. Rekening tabungan nasabah dalam keadaan aktif minimum saldo yang ada di dalamnya sebesar Rp1.000.000,- (satu juta rupiah)
2. Nasabah mendapatkan 1 poin dari kelipatan Rp500.000,- (lima ratus ribu rupiah) pada saldo rekening tabungan yang sedang berjalan.

Tabel: 3.1 Simulasi perhitungan poin (Brosur Bank Aceh Syariah)

| Bulan ke | Rata-rata Saldo | Jumlah poin | Akumulasi Poin |
|-----------------|------------------------|--------------------|-----------------------|
| 1 | 2.500.000.000 | 5.000 | 5.000 |
| 2 | 2.500.000.000 | 5.000 | 10.000 |
| 3 | 2.500.000.000 | 5.000 | 15.000 |
| 4 | 2.500.000.000 | 5.000 | 20.000 |
| 5 | 2.500.000.000 | 5.000 | 25.000 |

Dapat dihitung dengan rumus

$$\begin{aligned} \text{Jumlah poin} &= \frac{\text{Jumlah saldo}}{500.000} \\ &= \frac{2.500.000.000}{500.000} = 5000 \end{aligned}$$

3. Dana atau saldo rekening Tabungan Seulanga yang berasal dari dana pemerintah tidak bisa ikut dalam poin undian berhadiah ini.

Berikut hadiah yang bisa didapatkan oleh para nasabah yang telah memenuhi syarat dan ketentuan dalam program undian hadiah poin undian hadiah Tabungan Seulanga Bank Aceh.

Tabel: 3.2 Jumlah Poin Untuk Penukaran Hadiah Tabungan Seulanga iB pada Bank Aceh Syariah.

| Jenis Hadiah | JumlahPoin |
|--|-------------------|
| <i>MICROWAVE</i> | 2.000 |
| <i>HOME THEATER</i> | 3.010 |
| DISPENSER GALON ATAS BAWAH | 3.710 |
| KULKAS DUA PINTU | 4.200 |
| AC 1 PK | 4.620 |
| SEPEDA GUNUNG | 6.450 |
| KAMERA MIKROORLESS | 11.900 |
| IPHONE 6S 16 GB | 14.420 |
| SEPEDA MOTOR (Honda Vario 125 ESP-CBS ISS) | 23.350 |
| SEPEDA MOTOR (Yamaha NMAX Non ABS) | 31.200 |
| SEPEDA MOTOR (Honda All New CBR 150R STD) | 42.850 |
| MOBIL (Honda Brio Styia E M/T) | 198.400 |
| MOBIL (Toyota Veloz 1.5 M/T) | 303.240 |
| MOBIL (Honda HR-V 1.5 M/T) | 378.100 |

Sumber: Brosur Bank Aceh Syariah, 2017

Bagi nasabah Tabungan Seulanga Bank Aceh yang telah memiliki point sejumlah poin hadiah tertentu bisa langsung menukarkan poin tersebut dengan hadiah yang diinginkan selama program undian hadiah Tabungan Seulanga Bank Aceh masih berlangsung, bagi nasabah yang telah melakukan penutupan rekening Tabungan Seulanga Bank Aceh tidak berhak untuk ikut dalam undian ini.

Setiap tindakan yang dilakukan apakah oleh perusahaan atau badan usaha tentu mengandung suatu maksud dan tujuan tertentu. Penetapan tujuan ini disesuaikan dengan keinginan pihak manajemen perusahaan itu sendiri. Badan usaha dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai dapat dilakukan dengan berbagai pertimbangan matang. Kemudian ditetapkan cara-cara untuk mencapai tujuan tersebut.

Sehingga kepuasan nasabah dalam dunia perbankan menyeluruh tidak setengah-tengah. Artinya, nasabah akan merasa puas apabila komponen kepuasan tersebut bisa terpenuhi secara lengkap. Berikut ini kepuasan nasabah dalam dunia perbankan sebagai berikut: (Kasmir, 2004: 57-58)

1. *Tangibles*

Merupakan bukti fisik yang harus dimiliki oleh karyawan bank, seperti gedung, perlengkapan kantor, daya tarik karyawan, sarana komunikasi, dan sarana fisik lainnya. Bukti fisik ini akan terlihat secara langsung oleh nasabah. Oleh karena itu, bukti fisik ini harus menarik dan modern.

2. *Responsivitas*

Yaitu, adanya keinginan dan kemauan karyawan bank dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Untuk itu pihak manajemen bank perlu memberikan motivasi yang besar agar

seluruh karyawan bank mendukung kegiatan pelayanan kepada nasabah tanpa pandang bulu. Akan lebih baik jika motivasi yang diberikan kepada karyawan akan memperoleh imbalan seolah-olah mereka memiliki bank tersebut.

3. *Assurance*

Adanya jaminan bahwa karyawan memiliki pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat atau perilaku yang dapat dipercaya. Hal ini penting agar nasabah yakin akan transaksi yang mereka lakukan benar dan tepat sasaran.

4. *Reliabilitas*

Yaitu, kemampuan bank dalam memberikan pelayanan yang telah di janjikan dengan cepat, akurat, serta memuaskan pelanggannya. Guna mendukung hal ini, maka setiap karyawan bank sebaiknya diberikan pelatihan dan pendidikan guna meningkatkan kemampuannya.

5. *Empati*

Yaitu, mampu memberikan kemudahan serta menjalin hubungan dengan nasabah secara efektif. Kemudian juga mampu memahami kebutuhan individu setiap nasabahnya secara cepat dan tepat. Dalam hal ini masalah prosedur kerja dan dihubungkan dengan tingkat pelayanan kepada nasabah.

Adapun keunggulan-keunggulan Tabungan Seulanga iB yang harus di ketahui nasabah PT. Bank Aceh Syariah antara lain:¹

- a. Tabungan Seulanga iB adalah produk tabungan Bank Aceh.
- b. Dengan *tagline* “Seutuhnya Melayani Nanggroe”.

¹Brosur Bank Aceh Syariah.

- c. Tabungan Seulanga iB memiliki keunggulan dengan nisbah *progressive* dimana semakin tinggi saldo tabungan, semakin tinggi nisbah yang diberikan.
- d. Mendapatkan fasilitas ATM seulanga (fitur ATM seulanga sama dengan ATM jenis platinum).
- e. Mendapatkan fasilitas *Mobile Banking*.
- f. Dapat dijadikan jaminan kredit.
- g. Sebagai sarana pembayaran listrik, air, dan telepon.
- h. Pertanggungan asuransi jiwa nasabah sebesar Rp10.000.000,- (sepuluh juta rupiah) Biaya premi pertanggungan asuransi jiwa nasabah Tabungan Seulangan iB ditanggung oleh bank. Pengajuan klaim dapat dilakukan paling lambat 9 (Sembilan) bulan sejak tertanggung meninggal dunia diajukan ke kantor Bank Aceh atau kantor perwakilan Jasa Raharja terdekat di seluruh Indonesia.
- i. Penabung berhak di ikutsertakan dalam perebutan hadiah langsung seulanga berdasarkan poin penabung.

Agar produk tersebut laku dijual di masyarakat atau nasabah, maka nasabah perlu tahu kehadirannya produk tersebut berikut mamfaat, di mana bisa diperoleh, dan kelebihan-kelebihannya di bandingkan produk pesaing. Cara untuk untuk memberitahukan kepada nasabah adalah melalui sarana promosi. Artinya, keputusan terakhir bank harus mempromosikan seluruh produk seluas mungkin kepada nasabah. Salah satunya seperti produk Tabungan Seulanga iB yang memiliki cara pemasaran tersendiri yang membuat nasabah ingin membelinya. Seperti, Pertanggungan asuransi jiwa nasabah sebesar Rp10.000.000,- (sepuluh juta rupiah) Biaya premi pertanggungan asuransi jiwa nasabah Tabungan

Seulanga iB ditanggung oleh bank. Pengajuan klaim dapat dilakukan paling lambat 9 (Sembilan) bulan sejak tertanggung meninggal dunia diajukan ke kantor Bank Aceh atau kantor perwakilan Jasa Raharja terdekat di seluruh Indonesia.

3.2.2 Strategi Pemasaran Tabungan Seulanga iB

Konsep pemasaran produk Tabungan Seulanga iB yang dilakukan PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti dalam memasarkan produknya yaitu memaksimalkan kepuasan pengguna tabungan seulanga iB dari segi kemudahan, kepraktisan, dan keamanan. Oleh karena itu, PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti dituntut untuk menetapkan tujuan dan strategi dengan sebaik-baiknya sehingga segala perubahan lingkungan dapat diantisipasi dengan cermat. Hal tersebut dapat diterapkan dengan membuat strategi pemasaran yang terencana dan terarah.

Dalam melakukan aktivitas pemasarannya, strategi yang dijalankan PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti yaitu dengan terus berupaya memberikan pelayanan terbaik dan fasilitas-fasilitas yang mempermudah pengguna Tabungan Seulanga iB dalam melakukan kegiatan keuangan dan jasa lainnya. Adapun bentuk strategi pemasaran Tabungan Seulanga antara lain:

1. *Direct Selling* yaitu strategi pemasaran yang dilakukan oleh *agency* penjualan dan promosi *tabungan seulanga* kepada calon nasabah PT. Bank Aceh Syariah dengan cara mendatangi nasabah secara langsung. Pada dasarnya *direct selling* terbagi dua:
 - a. *Direct selling door to door* yaitu strategi yang dilakukan oleh bank dengan mendatangi atau menjumpai calon

nasabah secara langsung tanpa adanya sebuah perjanjian terlebih dahulu dengan calon nasabah.

- b. *Direct selling exhibition* yaitu strategi yang dilakukan oleh bank dalam menjual produk Tabungan Seulanga iB lewat acara pameran-pameran di pusat-pusat keramaian dan perbelanjaan.
2. *Cross selling* yaitu strategi yang dilakukan apabila ada nasabah yang ingin membuka rekening atau mengambil pembiayaan maka *customer service* menyampaikan atau menawarkan produk lain yang ada di bank aceh tersebut.
3. *Personal Selling* yaitu strategi pemasaran yang dilakukan oleh karyawan dengan cara melakukan hubungan langsung secara personal dengan tujuan utama memberitahukan kepada nasabah mengenai berbagai produk dan jasa keuangan lainnya yang dimiliki PT. Bank Aceh Syariah.
4. *Open Table* yaitu strategi pemasaran yang dilakukan di kantor pemerintah/swasta dengan cara meletakkan souvenir, brosur atau alat-alat yang berhubungan dengan produk-produk bank pada suatu tempat dalam upaya memperkenalkan produk Tabungan Seulanga iB dan produk-produk PT. Bank Aceh Syariah lainnya secara lebih dekat.
5. Periklanan (*Advertising*) yaitu strategi promosi melalui media. Baik itu media cetak (baliho, spanduk, brosur dll) di tempat-tempat strategis, media social (*Instagram, Facebook, Twiter, Google* dll).
6. *Sales promotion* yaitu strategi pemasaran yang dilakukan oleh bagian *marketing* yang turun langsung kelapangan untuk

menawarkan produk-produk kepada calon nasabah dengan rayuan seperti banyaknya hadiah-hadiah yang ditawarkan oleh bank.

3.3 Teori Yang Berkaitan

3.3.1 Pengertian Strategi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) strategi artinya:

- 1) Ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang damai.
- 2) Rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.

Strategi merupakan suatu penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan (Bank) serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan (Kasmir, 2005: 78).

Strategi secara umum adalah teknik untuk mendapatkan kemenangan (*victory*) pencapaian tujuan (*to achieve goals*). Bagi setiap perusahaan membutuhkan strategi pemasaran, Philip Kotler mendefinisikan pengertian perencanaan strategi adalah proses untuk mengembangkan dan mempertahankan kecocokan strategi di antara sasaran-sasaran dan kemampuan perusahaan dan peluang-peluang pemasarannya yang terus berubah (Kasmir, 2010: 78).

3.3.2 Pengertian Pemasaran

Pengertian pemasaran bagi setiap perusahaan tidak ada perbedaan hanya yang menjadi masalah adalah penerapan pemasaran untuk setiap jenis perusahaan memiliki karakteristik tersendiri. Misalnya, pemasaran yang dijalankan untuk perusahaan yang menghasilkan produk berupa

barang tentu akan sangat berbeda dengan perusahaan keuangan. Bank sebagai perusahaan yang bergerak di bidang keuangan produk yang diperjualbelikan merupakan perbankan pun sedikit berbeda dengan perusahaan lainnya.

Secara umum pengertian pemasaran bank adalah: suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan (Kasmir, 2005: 63).

Dari pengertian tersebut dapat diuraikan bahwa pemasaran merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa. Untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, maka setiap perusahaan perlu melakukan riset pemasaran, karena dengan melakukan riset pemasaran inilah bisa diketahui keinginan dan kebutuhan konsumen yang sebenarnya.

Pengertian kebutuhan manusia (nasabah) adalah suatu keadaan dimana dirasakan tidak ada dalam diri seseorang, seperti kebutuhan akan rasa aman, lapar, haus, dan kebutuhan lainnya. Dalam praktiknya kebutuhan konsumen atau nasabah adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan akan produk dan jasa.
2. Kebutuhan rasa aman dalam menggunakan produk atau jasa tersebut.
3. Kebutuhan kenyamanan menggunakan produk atau jasa.
4. Kebutuhan untuk dihormati dan dihargai.
5. Kebutuhan untuk persahabatan.
6. Kebutuhan untuk diberi perhatian.

Produk bank terdiri dari produk simpanan, pinjaman (pembiayaan), atau jasa-jasa lainnya seperti transfer, kliring, *save deposit box*, kartu kredit, dan jasa-jasa lainnya.

3.3.3 Tujuan Pemasaran

Setiap tindakan yang dilakukan oleh perusahaan atau badan usaha tentu mengandung maksud dan tujuan tertentu. Badan usaha dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai dapat dilakukan dengan berbagai pertimbangan yang matang. Kemudian ditetapkan cara-cara atau strategi untuk mencapai tujuan tersebut.

Dalam praktiknya tujuan suatu perusahaan dapat bersifat jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya hanya bersifat sementara dan juga dilakukan sebagai langkah untuk mencapai tujuan jangka panjang. Demikian pula dalam hal menjalankan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki banyak kepentingan untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Berikut ini beberapa tujuan suatu perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran (Kasmir, 2004: 52):

1. Dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan akan suatu produk maupun jasa.
2. Dalam rangka memenuhi keinginan para pelanggan akan suatu produk atau jasa.
3. Dalam rangka memberikan kepuasan semaksimal mungkin terhadap pelanggannya.
4. Dalam rangka meningkatkan penjualan dan laba.
5. Dalam rangka ingin menguasai pasar dan menghadapi pesaing.
6. Dalam rangka memperbesar kegiatan usaha.

3.3.4 *Marketing Mix*

Marketing mix (bauran pemasaran) merupakan strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan. Kebanyakan perusahaan melakukan strategi ini guna mencapai tujuan pemasarannya, apalagi dalam persaingan yang semakin ketat saat ini. Kombinasi yang terdapat dalam komponen pemasaran harus dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan secara bersama diantara elemen-elemen yang ada dalam *marketing mix* itu sendiri, setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri-sendiri tanpa dukungan dari elemen yang lain.

Elemen-elemen yang ada dalam *marketing mix* adalah *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi), dan *promotion* (promosi). Oleh karena itu setiap elemen membutuhkan strategi tersendiri, namun akan tetap terkait dengan strategi elemen lainnya seperti (Kasmir, 2006:186-206):

1. Produk (*product*) ialah dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.
2. Harga (*price*) ialah salah satu aspek terpenting dalam kegiatan *marketing mix*. Mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan.
3. Lokasi (*place*) ialah lokasi yang ditentukan bagi industri.
4. Promosi (*promotion*) ialah kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Setiap bank berusaha mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung, tanpa promosi nasabah tidak akan mengenal produk bank.

3.3.5 Strategi Pemasaran dalam Perspektif Islam

a. Pemasaran Dalam Islam

Pemasaran dalam pandangan Islam merupakan suatu penerapan disiplin strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Ide mengenai Pemasaran Syariah ini sendiri dikemukakan oleh dua orang pakar di bidang Pemasaran dan Syariah. Mereka adalah Hermawan Kertajaya, salah satu dari lima puluh orang guru yang telah mengubah masa depan dunia pemasaran bersama-sama dengan Philip Kotler, dan Muhammad Syakir Sula, salah satu dari enam pemegang gelar profesional ahli Asuransi Syariah juga CEO Batasa Tazkia sebuah Konsultan Syariah yang cukup dikenal dikalangan perbankan dan Asuransi Syariah.

Mereka memberikan definisi untuk Pemasaran Syariah (*Marketing Syariah*), adalah sebagai berikut: “*Sharia Marketing is a strategic business discipline that directs the process of creating, offering, and changing value from one initiator to its stakeholders, and the whole process should be in accordance with muamalah principles in Islam*”.

Jika diterjemahkan pengertian dari *Sharia Marketing* di atas adalah sebagai berikut: “*Marketing Syariah* adalah sebuah disiplin strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan values dari satu inisiator kepada stakeholdernya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah Islami”.

Pemasaran merupakan ruh dari sebuah institusi bisnis. Semua orang yang bekerja dalam institusi tersebut adalah marketer yang membawa integritas, identitas, dan *image* perusahaan. Sebuah institusi yang menjalankan Pemasaran Syariah adalah perusahaan yang tidak

berhubungan dengan bisnis yang mengandung unsur-unsur yang dilarang menurut syariah, yaitu bisnis judi, riba, dan produk-produk haram. Namun, walaupun bisnis perusahaan tersebut tidak berhubungan dengan kegiatan bisnis yang diharamkan, terkadang taktik yang digunakan dalam memasarkan produk-produk mereka masih menggunakan cara-cara yang diharamkan dan tidak etis.

Sebagaimana dalam Al-qur'an:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾
 وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾ أَلَا يَظُنُّ أُولَٰئِكَ أَنَّهُمْ
 مَبْعُوثُونَ ﴿٤﴾ لِيَوْمٍ عَظِيمٍ ﴿٥﴾ يَوْمَ يَقُومُ النَّاسُ لِرَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿٦﴾

Al-muthaffifii:1-6

Terjemahan: Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang. (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi. dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. tidaklah orang-orang itu menyangka, bahwa Sesungguhnya mereka akan dibangkitkan. pada suatu hari yang besar,. (yaitu) hari (ketika) manusia berdiri menghadap Tuhan semesta alam?. Yang dimaksud dengan orang-orang yang curang di sini ialah orang-orang yang curang dalam menakar dan menimbang.

ayat diatas merupakan ancaman kepada semua pihak agar tidak melakukan kecurangan dalam penimbangan dan pengukuran, termasuk melakukan standar ganda. Perlakuan semacam ini, bukan saja kecurangan tetapi juga pencurian dan bukti kejahatan hati pelakunya. Disisi lain kecurangan ini menunjukkan pula keangkuhan dan pelecehan, karena biasanya pelakunya menganggap remeh sehingga berani melakukan hal tersebut (Shihab, 2006: 121-124).

Ada empat hal yang menjadi *key success factors* (KSF) dalam mengelola strategi pemasaran syariah, yaitu (Kertajaya dan Sula, 2000: 120-135):

- a. Shiddiq (benar dan jujur), jika seorang pengusaha senantiasa berperilaku benar dan jujur dalam sepanjang kegiatannya, pemasar bersifat shiddiq haruslah menjiwai seluruh perilakunya dalam melakukan pemasaran, dalam berhubungan dengan pelanggan, dalam bertransaksi dengan nasabah, dan dalam membuat perjanjian dengan mitra bisnisnya.
- b. Amanah (terpercaya, kredibel) artinya dapat dipercaya, bertanggungjawab, dan kredibel, juga bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan. Diantara nilai yang terkait dengan kejujuran dan melengkapinya adalah amanah.
- c. Fathanah (cerdas), dapat diartikan sebagai intelektual, kecerdikan atau kebijaksanaan. Pemimpin yang fathanah adalah pemimpin yang memahami, mengerti, dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya. Dalam bisnis, implikasi ekonomi sifat fathanah adalah bahwa segala aktivitas dalam manajemen suatu perusahaan harus dengan kecerdasan, dengan mengoptimalkan semua potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan.
- d. Tablig (komunikatif), artinya komunikatif dan argumentatif dengan tutur kata yang tepat dan mudah dipahami. Dalam bisnis, haruslah menjadi seorang yang mampu

mengkomunikasikan visi dan misinya dengan benar kepada karyawan dan nasabah lainnya. Juga menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya dengan jujur dan tidak harus berbohong maupun menipu pelanggan.

3.4 Evaluasi Kerja Praktik

Selama melakukan kerja praktik pada PT. Bank Aceh Capem Kota bakti, banyak melakukan kegiatan dibidang pembiayaan, *customer service* dan *teller*. Ketika melaksanakan kerja praktik banyak ditemukan keunggulan pada bank tersebut seperti pengelolaan manajemen keramahan pegawai pada saat melayani nasabah dan kerja sama tim yang baik, kedisiplinan dan efektivitas perusahaan dalam mendapatkan nasabah sesuai target yang telah ditentukan oleh bank tersebut.

Selama ini, strategi pemasaran produk Tabungan Seulanga iB yang dilakukan PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti hanya menerapkan strategi *Cross Selling*. Sementara itu masih ada strategi yang lain seperti: *Direct Selling (Direct selling door to door dan Direct selling exhibition)*, *Personal Selling*, *Open Table*, *Advertising (Periklanan)*, dan *Sales promotion*.

Pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti memiliki banyak produk salah satunya yaitu: Produk Tabungan Seulanga iB. Strategi pemasaran Produk Tabungan Seulanga iB diterapkan sesuai dengan prinsip syariah. Dengan cara menghadirkan berbagai keunggulan-keunggulan yang dimiliki Tabungan Seulanga iB yang membuat nasabah tertarik untuk memiliki produk Tabungan Seulanga iB, pihak bank berusaha memahami apa yang menjadi kendala bagi nasabah, sehingga

apabila nantinya ada kesulitan, pihak bank dan nasabah akan bersama-sama bermusyawarah dan mencari solusi dari masalah yang dihadapi.

Pemasaran produk tabungan seulanga, PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti menemukan sejumlah kendala sebagai berikut:

- a. Kurangnya tanggapan dari masyarakat tentang produk tabungan seulanga iB.
- b. Keadaan perekonomian masyarakat yang berubah-ubah sehingga mempengaruhi pemasaran produk.

Kendala ini yang akan mempengaruhi terhadap perkembangan dan kemajuan PT. Bank Aceh Syariah Kota Bakti, akan tetapi mampu untuk mengatasi masalah-masalah yang ada dengan melakukan berbagai upaya dengan memberikan penjelasan atau sosialisasi tentang produk tabungan seulanga iB dengan baik dan efektif dan memberikan pelayanan yang maksimal lebih dari yang diharapkan bagi masyarakat.

BAB EMPAT

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya, maka penulis menyimpulkan bahwa:

1. Adapun mekanisme untuk pembukaan tabungan seulanga iB, syarat-syarat yang harus dilampirkan serta ketentuan-ketentuan untuk membuka tabungan seulanga iB antara lain:
 - a. Menyerahkan fotocopy kartu identitas diri yang masih berlaku seperti KTP atau SIM.
 - b. Mengisi form formulir tabungan seulanga iB.
 - c. Setoran awal pembukaan rekening Tabungan Seulanga sebesar Rp1000.000,- (satu juta rupiah) untuk setoran berikutnya minimum Rp100.000,- (seratus ribu rupiah).
2. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti dalam memasarkan produk Tabungan Seulanga iB dilakukan dengan macam cara diantaranya: *Direct Selling, Cross Selling, Open Table, Advertising, dan Sales Promotion.*

4.2. Saran

Setelah melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti, ada beberapa saran yang perlu disampaikan dalam hal ini, di antaranya:

1. Diharapkan PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti lebih mengoptimalkan strategi yang ada guna untuk meningkatkan target usahanya.

2. Melakukan sosialisasi terhadap produk Tabungan Seulanga iB ke daerah-daerah yang memang jangkauan PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti. Seperti daerah Sakti, Mila, Keumala, dan Titeu.
3. Kebersihan dan kerapian yang harus di utamakan, demi kepuasan dan Kenyamanan nasabah.
4. Penulis berharap sistem syariah pada PT. Bank Aceh terus berkelanjutan dan dikenal di seluruh Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, M. Nur Rianto. 2010. *“Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah”*. Bandung: Alfabeta.
- Brosur PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti. *Produk tabungan Seulanga IB*, Sigli 26 Maret 2016.
- Kasmir. 2006. *“Manajemen Perbankan”*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2011. *“Manajemen Perbankan”*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2005. *“Pemasaran Bank”*. Jakarta: Kencana.
- Umam, Khaerul. 2013. *“Manajemen Perbankan Syariah”*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Shihab, M. Quraish. 2006. *“Tafsir Al-Mishbah”*. Jakarta: Lentera Hati.
- Wawancara dengan *Husaini* (kepala capem) PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti, pada tanggal 2 Maret 2017.
- Wawancara dengan *Perdana Errianda (CS)* PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti, pada tanggal 2 Maret 2017.
- <http://kbbi.web.id/strategi>, diakses pada tanggal 5 Mei 2017.
- www.bankaceh.co.id, *produk tabungan seulanga*, diakses pada tanggal 5 Mei 2017.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Situs : www.uin-arraniry-web.id/fakultas-ekonomi-dan-bisnis

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN AR-RANIRY DARUSSALAM BANDA ACEH**

Nomor : 1022/Uin.08/FEBI/PP.00.9/04/2017

TENTANG

**Penetapan Pembimbing Laporan Kerja Praktik
Mahasiswa Program Studi D-III Perbankan Syariah**

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

- Menimbang :**
- Bahwa untuk kelancaran penulisan LKP (Laporan Kerja Praktik) Praktik Kerja Lapangan mahasiswa D-III Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka dipandang perlu menunjukan pembimbing LKP tersebut;
 - Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai pembimbing LKP D-III Perbankan Syariah.
- Mengingat :**
- Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 - Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
 - Peraturan Pemerintah No. 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
 - Peraturan Presiden No. 84 Tahun 2013 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Menjadi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
 - Peraturan Menteri Agama RI No. 12 Tahun 2014, tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Ar-Raniry;
 - Peraturan Menteri Agama RI No. 21 Tahun 2015, Tentang Statuta UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
 - Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015, Tentang Pendelegasian Wewenang Kepada Para Dekan dan Direktur PPs UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

Pertama :

- Manunjuk Saudara (I) :
- Dr. Muhammad Zuhimi, MA Sebagai Pembimbing I
 - Muhammad Arifin, Ph.D Sebagai Pembimbing II
- untuk membimbing LKP Mahasiswa (I)

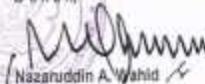
Nama : Ulul Azmi
N I M : 140601040
Prodi : D-III Perbankan Syariah
J u d u l : Strategi Pemasaran Produk Tabungan Seulanga IB Pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti

Kedua :

Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya apabila ternyata terdapat kekeliruan dalam keputusan ini.

Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditandatangani di Banda Aceh
Pada tanggal 20 April 2017
Dekan


Nazaruddin A. Wahid

Tembusan :

- Rektor UIN Ar-Raniry;
- Ketua Prodi D-III Perbankan Syariah;
- Mahasiswa yang bersangkutan;
- Arsip.

LEMBAR KONTROL BIMBINGAN

Nama/NIM : Ulul Azmi / 140601040
 Jurusan : DIII Perbankan Syariah
 Judul LKP : Strategi Pemasaran Produk Tabungan Seulanga iB Pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti
 Tanggal SK : 20 April 2017
 Pembimbing I : Dr. Muhammad Zulhilmi, MA
 Pembimbing II : Muhammad Arifin . Ph. D

| No | Tanggal | Tanggal Bimbingan | Bab yang Dibimbing | Catatan | Tanda Tangan Pembimbing |
|----|---------|-------------------|--------------------|---------------|-------------------------|
| 1 | 5/6/17 | | Bab - I 90 | Perbaiki ke-2 | |
| 2 | 7/6/17 | 7/6/17 | Perbaikan Akhry | | |
| 3 | 8/6/17 | 8/6/17 | | | |
| 4 | 9/6/17 | 9/6/17 | | Ace | |
| 5 | | | | | |
| 6 | | | | | |
| 7 | | | | | |
| 8 | | | | | |
| 9 | | | | | |
| 10 | | | | | |
| 11 | | | | | |
| 12 | | | | | |

Lembaran ini dilampirkan pada saat seminar akhir.

Mengetahui,

Ketua Jurusan



Dr. Nuzum Sari, M. Ag

NIP: 197103172008012007

LEMBAR KONTROL BIMBINGAN

Nama/NIM : Ulul Azmi / 140601040
 Jurusan : DIII Perbankan Syariah
 Judul LKP : Strategi Pemasaran Produk Tabungan Seulanga iB Pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti
 Tanggal SK : 20 April 2017
 Pembimbing I : Dr. Muhammad Zulhilmi, MA
 Pembimbing II : Muhammad Arifin . Ph. D

| No | Tanggal | Tanggal Bimbingan | Bab yang Dibimbing | Catatan | Tanda Tangan Pembimbing |
|----|------------|-------------------|--------------------|---------|-------------------------|
| 1 | 9/05/2017 | 9/05/2017 | 1 s/d 4 | | |
| 2 | 11/05/2017 | 11/05/2017 | 1 s/d 4 | | |
| 3 | 10/05/2017 | 19/05/2017 | 1 s/d 4 | | |
| 4 | | | | | |
| 5 | | | | | |
| 6 | | | | | |
| 7 | | | | | |
| 8 | | | | | |
| 9 | | | | | |
| 10 | | | | | |
| 11 | | | | | |
| 12 | | | | | |

Lembaran ini dilampirkan pada saat seminar akhir.

Mengetahui,

Ketua Jurusan,



Dr. Nilan Sari, M.Ag

NIP: 197103172008012007



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Syaikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Situs : www.uin-arraniry-web.id/fakultas-ekonomi-dan-bisnis

FORMULIR PENILAIAN

1. MAHASISWA YANG DINILAI

NAMA : ULUL AZMI
NIM : 140601040

2. UNSUR PENILAIAN

| NO | UNSUR YANG DINILAI | NILAI HURUF (NH) | NILAI ANGKA (NA) | KETERANGAN |
|------------------|---|------------------|------------------|------------|
| 1 | Kepemimpinan (Leadership) | B | 85 | |
| 2 | Kerja Sama (Cooperation) | B | 85 | |
| 3 | Pelayanan (Public Service) | B | 85 | |
| 4 | Penampilan (Performance) | B | 85 | |
| 5 | Ketelitian dan Kecermatan (Incredible Detail) | B | 85 | |
| 6 | Tanggung Jawab (Responsibility) | B | 85 | |
| 7 | Kedisiplinan (Discipline) | B | 85 | |
| 8 | Pengetahuan Ekonomi Syari'ah (Islamic Economic Knowledge) | B | 85 | |
| Jumlah | | | 680 | |
| Rata-rata | | | 85 | |

3. KRITERIA PENILAIAN

| SKOR (% PENCAPAIAN) | NILAI | PREDIKAT | NILAI BOBOT |
|---------------------|-------|-------------|-------------|
| 86-100 | A | ISTIMEWA' | 4 |
| 72-85 | B | BAIK SEKALI | 3 |
| 60-71 | C | BAIK | 2 |
| 50-59 | D | KURANG | 1 |
| 0-49 | E | GAGAL | 0 |

27 Maret - 2017
Penilai,

(..... HUSAINI)
Jabatan : Pimpian Capem

Mengetahui,
Dekan Prodi D-III
Pertamankes Syari'ah

Dr. Nilant Sari, M.Ag
NIP. 19710317 200801 200 7

**Jumlah Poin Untuk Penukaran
Hadiah Tabungan Seulanga**

| No. | Jenis Hadiah | Jumlah Poin |
|-----|--|-------------|
| 1. |  MICROWAVE | 2.000 |
| 2. |  HOME THEATER | 3.010 |
| 3. |  DISPENSER GALON ATAS-BAWAH | 3.710 |
| 4. |  KULKAS 2 PINTU | 4.200 |
| 5. |  AC 1 PK | 4.620 |
| 6. |  SEPEDA GUNUNG | 6.450 |
| 7. |  TV LED 43 INCHI | 6.860 |
| 8. |  KAMERA MIRRORLESS | 11.900 |
| 9. |  IPHONE 6S 16 GB | 14.420 |
| 10. |  SEPEDA MOTOR Honda Vario 125 eSP - CBS 05 | 23.350 |
| 11. |  SEPEDA MOTOR Yamaha NMAX Non ABS | 31.200 |
| 12. |  SEPEDA MOTOR Honda All New CB150R STD | 42.850 |
| 13. |  MOBIL Honda Brio 5th E MT | 198.400 |
| 14. |  MOBIL Toyota Veloz 1.5 MT | 303.240 |
| 15. |  MOBIL Honda HRV 1.5 MT | 378.100 |

Bank Aceh

Kepercayaan dan Kemitraan

**KUMPULKAN
POIN
TABUNGAN
SEULANGA**

Lalu tukar dengan
HADIAH yang anda **SUKA**



- Microwave
- Home Theater
- Dispenser Galon Atas Bawah
- Kulkas 2 Pintu
- AC 1 PK
- Sepeda Gunung Xtrala 3
- TV LED 34"
- Kamera Mirrorless
- iPhone 16 GB

Semakin banyak **Hadiahnya**
Semakin gampang **Mendapatkannya**

Bank Aceh memberikan hadiah yang
berbeda-beda kepada

ATM

Manfaat

1. Tabungan Seulanga merupakan Sarana Investasi yang sangat menarik dan menguntungkan;
2. Hadiah dapat ditukarkan kapan saja jika poin mencukupi (diakumulasi) dan saat ini pengambilan hadiah juga dapat dilakukan di awal *;
3. Mendapatkan poin dari setiap kelipatan saldo Rp. 500.000 dan terakumulasi berdasarkan saldo terendah setiap bulannya;
4. Perlindungan Asuransi Jiwa hingga Rp. 10.000.000,-;
5. Mendapatkan langsung fasilitas kartu ATM Seulanga ;
6. Penarikan dan penyetoran dapat dilakukan setiap saat diseluruh jaringan Kantor Bank Aceh secara Online ;
7. Memperoleh layanan SMS Banking/Mobile Banking yang dapat diunduh secara gratis pada apple store dan play store;
8. Penarikan ATM hingga Rp. 10 Juta perhari;
9. Layanan Transfer ATM antar Bank dalam jaringan ATM Bersama hingga Rp. 25 Juta perhari;
10. Layanan Transfer ATM antar rekening Bank Aceh hingga Rp. 50 Juta perhari;
11. Berfungsi sebagai jaminan kredit;
12. Pajak Penghasilan atas hadiah langsung Tabungan Seulanga ditanggung nasabah.

* Hadiah dapat diambil maksimal 30 hari setelah penarikan.

Persyaratan

1. Mengisi dan menandatangani formulir aplikasi permohonan pembukaan tabungan yang telah disediakan;
2. Kartu Identitas diri;
3. Setoran awal minimal sebesar Rp. 1.000.000,-;

Simulasi Perhitungan Poin

Asumsi:

Perhitungan Jika saldo tabungan anda sebesar Rp. 2.500.000.000,- :

Point yang diperoleh

| Bulan ke | Rata-rata Saldo | Jumlah Poin | Akumulasi Poin |
|----------|-----------------|-------------|----------------|
| 1 | 2.500.000.000 | 5.000 | 5.000 |
| 2 | 2.500.000.000 | 5.000 | 10.000 |
| 3 | 2.500.000.000 | 5.000 | 15.000 |
| 4 | 2.500.000.000 | 5.000 | 20.000 |
| 5 | 2.500.000.000 | 5.000 | 25.000 |

Simulasi Penukaran Hadiah

Saldo sebanyak Rp. 2.500.000.000 yang dipertahankan selama 5 (lima) bulan mampu mengakumulasi sebanyak 25.000 poin sehingga secara otomatis telah dapat ditukar dengan Sepeda Motor Vario 125eSP yang berjumlah 23.350 poin



Formulir Pembukaan Rekening



NO. / ...
 Nama Pelanggan: _____

Mohon diisi dengan huruf cetak dan beri tanda X pada kotak pilihan

Jenis Rekening Beru Persewaan

Tipe Nasabah Perorangan Non Perorangan

Jenis Rekening Rekening Tunggal Rekening Gabungan / Joint Account

Dalam hal ini bertindak sebagai Diri Sendiri Pihak yang diwakili, atas nama: _____

PRODUK YANG DIRINGINKAN

Giro Anasrah Tabungan Bahara IB Tabungan Perdana IB Tabunganku IB Deposito Berjangka IB _____

Giro Mudharabah Tabungan Haji Akbar IB Tabungan TAD IB Tabungan Timor IB Tabungan Sukarya IB _____

DATA PRIBADI

Rekening 1

Nama Lengkap (tanpa singkatan) _____

Jenis Kelamin Laki-Laki Perempuan Status Pernikahan Lajang Menikah Duda/Janda

Tempat/Tgl. Lahir _____

Tanda Pengenal KTP SIM PASPOR _____

Berkas sampai dengan _____

Alamat KTP _____

Alamat Domisili _____

Kode Pos _____

Nama Gadis Ibu Kandung _____

Telepon _____ HandPhone _____

Jahat _____

Sumber Dana Gaji Bisnis Simpanan Pribadi Rente

Investasi Lainnya ... _____

Tujuan Penggunaan Dana Simpanan Transaksi Investasi _____

Rekening 2 (jika rencana membuka lebih dari 1 rekening)

Nama Lengkap (tanpa singkatan) _____

Jenis Kelamin Laki-laki Perempuan Status Pernikahan Lajang Menikah Duda/Janda

Tempat/Tgl. Lahir _____

Tanda Pengenal KTP SIM PASPOR _____

Berkas sampai dengan _____

Alamat KTP _____

Alamat Domisili _____

Kode Pos _____

Nama Gadis Ibu Kandung _____

Telepon _____ HandPhone _____

NPWP _____

Sumber Dana Gaji Bisnis Simpanan Pribadi Rente

Investasi Lainnya ... _____

Tujuan Penggunaan Dana Simpanan Transaksi Investasi _____

NASABAH PERORANGAN

Pekerjaan Pegawai Ibu RT Tani/Pelayan Png. Negeri TNI/POLRI
 Swasta Dagang Perseorangan BUMN/BUMD Lainnya _____

Nama Tempat Kerja _____
 Alamat Kerja _____
 Jabatan _____

Pendidikan Terakhir SD/SLP SCA Akademi Sarjana Pasca Sarjana
 Agama Islam Protestan Katolik Buddha Hindu Lainnya _____

Penghasilan Perbulan Rp. _____

NASABAH NON PERCHANGAN

Bentuk Badan Usaha PT CV/PA BUMD/SUMBU Yayasan Koperasi Instansi Pemerintah Lainnya _____

Nama Perusahaan/Instansi _____
 Alamat Perusahaan/Instansi _____
 Kode Pos _____

Alta Panduan No. _____ Tgl. Penjualan _____ Copy Terlampir _____
 Alta Perubahan Terakhir No. _____ Tgl. Perubahan _____ Copy Terlampir _____

SUP _____
 Tgl. _____ s/d _____ Copy Terlampir _____

SITU _____
 Tgl. _____ s/d _____ Copy Terlampir _____

TDF _____
 Tgl. _____ s/d _____ Copy Terlampir _____

NPWP _____

Pengurus Perusahaan

| No | Nama Pengurus | Jabatan | No Identitas |
|----|---------------|---------|--------------|
| 1. | | | |
| 2. | | | |
| 3. | | | |
| 4. | | | |

Grup Usaha

| No | Nama Perusahaan | Hubungan Usaha | Jenis Usaha | Alamat |
|----|-----------------|----------------|-------------|--------|
| 1. | | | | |
| 2. | | | | |
| 3. | | | | |
| 4. | | | | |

KHILISUS DEPOSITO

Nominal Deposito Rp. _____
 | _____

Jangka waktu 1 Bulan 3 Bulan 6 Bulan 12 Bulan

Perpanjang Otomatis Tidak Diperpanjang

Pembayaran Bagi Hasil Dibagikan ke rekening Giro/Tabungan _____
 * Untuk produk yang menggunakan sistem Multiharah, Nilai yang berlaku adalah pada saat tanggal pengajuan pembukaan rekening.

FASILITAS YANG DIINGINKAN

1. ATM Jeki Sama Reguler Instan GDR Diver

Nomor Kartu *1 Dulu oleh Bank _____

Halaman 2...

D. SMS Banking

No. HandPhone

No. Rekening yang akan ditransferkan

a. No. Rekening (1)

b. No. Rekening (2)

c. No. Rekening (3)

d. No. Rekening (4)

No. Rekening Tujuan Transfer :

a. No. Rekening (1)

b. No. Rekening (2)

c. No. Rekening (3)

d. No. Rekening (4)

SMS berhasil Ya Tidak

Nilai Transaksi (Rp)

Beresda Menerima Pelebaran Protokol dari Bank melalui SMS Banking

E. Pembayaran Tagihan Pelanggan (Pembebatan Rekening)

| No. | Jenis Pembayaran | Nomor Pelanggan | Nama Nama | Alamat (Jalan Tagihan) | Tanggal Pembayaran | Keterangan |
|-----|------------------|-----------------|-----------|------------------------|--------------------|------------|
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

PERNYATAAN DAN PERSE TUJUAN

Dengan menandatangani formulir ini, saya/kami menyatakan bahwa:

- Semua data dan dokumen yang saya/kami berikan pada dan terkait Formulir aplikasi ini adalah benar, akurat serta merupakan data dan dokumen terkini. Jika terjadi perubahan, Saya/kami wajib memberitahukan perubahan tersebut kepada PT Bank Aceh.
- PT Bank Aceh telah melakukan pemeriksaan terhadap kelengkapan data dan dokumen terkait aplikasi ini.
- PT Bank Aceh telah memberikan penjelasan yang cukup mengenai karakteristik produk yang akan Saya/kami gunakan dan saya/kami telah membaca, mengerti dan meneliti segala ketentuan untuk tumbuh dan terdapat pada Peraturan Umum dan Penjelasan Perubahan yang merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan dengan Formulir ini.
- Memberikan kuasa, kewenangan dan persetujuan kepada PT Bank Aceh dengan tidak dibatasi untuk:
 - Mendebat, memantau, memonitor dan memuat Rekening Tabungan dan/atau Giro dan/atau Deposito dan atau rekening-rekening Saya/kami yang lainnya yang ada di PT Bank Aceh yang telah ada maupun yang akan ada dikemudian hari dengan pertimbangan:
 - Memiliki, fasilitas dan kewajiban pembilasan;
 - Saya/kami telah menyetujui ketentuan Privasi Mengenai Nasabah (knowing Your Customer);
 - Data dan dokumen yang saya/kami berikan kepada Bank, tidak benar atau dipaparkan kelengkapan;
 - Saya/kami menyetujui rekening;
 - Menjamin bahwa segala kuasa yang diberikan di atas telah tercantum dalam formulir ini dan karenanya tidak diperlukan kuasa khusus lagi.
- Membacakan dan melepaskan PT Bank Aceh dari segala risiko, kerugian, dan tuntutan dan/atau tanggung jawab yang mungkin timbul dikemudian hari dan pihak maupun juga sehubungan dengan pemberian data, informasi dan keterangan Saya/kami yang tercantum dalam formulir ini.

Tanda Tangan & Nama Jelas

VALIDASI BANK (DISISI OLEH BANK)

Diproses oleh

Ditandatangani oleh

Customer Service

Diperiksa

Ditandatangani

Catatan :

Halaman 3...



Bank Aceh



SURAT PERYATAAN

**PESERTA JOB TRAINING (PKL) &
COLLECTING DATA PADA PT. BANK ACEH SYARIAH**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Uhl Azmi
 Tempat / Tanggal Lahir : Rheng / 31 Juli 1995
 Universitas / Jurusan : UIN Ar-Raniry / D-III Perbankan Syariah
 NPM : 140601040
 Alamat Tempat Tinggal : Gampong Rheng Kec Keumala Kab Pidie
 No HP : 0822 7320 0270

Dengan ini menyatakan bahwa saya akan menjaga kerahasiaan Bank dan tidak akan menyalahgunakan setiap informasi/data tentang PT. Bank Aceh Syariah, Nasabah PT. Bank Aceh Syariah dan Rekanan/Mitra PT. Bank Aceh Syariah dalam arti seluas-luasnya yang saya peroleh/ketahui.

Dengan ini pula saya menyatakan bahwa saya tidak akan memberikan, mendiskusikan, membahas atau membocorkan dengan cara atau metode apapun informasi/data tersebut, baik disengaja maupun tidak sengaja dengan orang, perusahaan, serta badan hukum lainnya tanpa izin dari pihak PT. Bank Aceh Syariah.

Saya menyadari bahwa pelanggaran terhadap hal-hal tersebut diatas mempunyai akibat hukum, baik berupa hukuman administratif/denda maupun hukuman badan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Banda Aceh, 10 Februari 2017

Uhl Azmi
 Mahasiswa

Mengetahui,
 Ado Dekan
 UIN Ar-Raniry
 Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam

Muhammad Faiz Yusuf
 Ado Dekan