

LAPORAN KERJA PRAKTIK

**PERAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT
MENABUNG NASABAH: STUDI KASUS TABUNGAN
FIRDAUS PADA PT. BANK ACEH SYARIAH CABANG
PEMBANTU UIN AR-RANIRY**



Disusun Oleh :

Annisa Zuhra
NIM : 041300791

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



**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 : Annisa Zuhra
NIM : 041300791
Prodi : 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, 17 juli

2017

Yang Menyatakan



(Annisa Zuhra)

LEMBARAN 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:

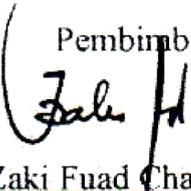
**PERAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT
MENABUNG NASABAH: STUDI KASUS TABUNGAN FIRDAUS
PADA PT. BANK ACEH SYARIAH CABANG PEMBANTU UIN
AR-RANIRY**

Disusun Oleh:

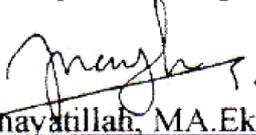
Annisa Zuhra
041300791

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. Zaki Fuad Chalil, M.Ag
NIP: 196403141992031003

pembimbing II.


Inayatillah, MA.Ek
NIP: 198208042014032002

Mengetahui
Ketua Program Studi D-III
Perbankan Syariah



Dr. Nilam Sari, M.Ag
NIP: 197103172008012007

**LEMBAR PENGESAHAN HASIL SEMINAR
LAPORAN KERJA PRAKTIK**

Disusun Oleh

Annisa Zuhra
NIM: 041300791

Dengan Judul:

Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Menabung Nasabah: Studi Kasus Tabungan Firdaus Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry

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
Untuk Menyelesaikan Program Studi Diploma III dalam Bidang
Perbankan Syariah

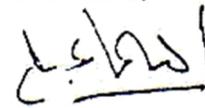
Pada Hari/Tanggal. Sabtu, 29 Juli 2017
05 Dzulkaidah 1438 H

Banda Aceh
Tim Penilai Laporan Kerja Praktik

Ketua,


Dr. Zaki Fuad Khalil, M. Ag
NIP: 196403141992031003

Sekretaris,


Ismail Rasyid Ridla Tarigan, MA
NIP: 198310282015031001

Penguji I,

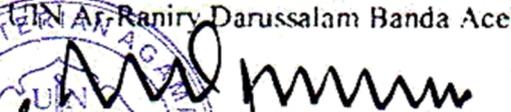

Intan Qurratul Aini, S. Ag., M. Si
NIP: 1974041720050120021

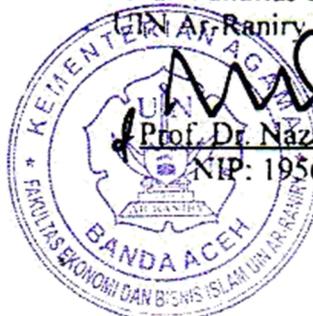
Penguji II,


Evy Iskandar, SE., M. Si., Ak., CA., CPAI

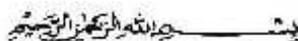
Mengetahui

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


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



KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik ini. Shalawat dan salam penulis sanjungkan ke pangkuan Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan sahabat beliau yang telah memberikan pencerahan bagi kita hingga dapai merasakan nikmatnya iman dan Islam, serta nikmat kemuliaan dalam ilmu jK'ngclahuan.

Penulisan Laporan Kerja Praktik ini yang berjudul "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Menabung Nasabah: Studi Kasus Tabungan Firdaus pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry" bertujuan untuk melengkapi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi pada Program Diploma III Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Dalam proses penyelesaian Laporan Kerja Praktik (LKP) ini, penulis banyak menemui hambatan dan kesulitan. Namun, berkat bimbingan, dorongan, dan semangat dari berbagai pihak, sehingga penulisan LKP ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin sampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada:

1. Orang tua terhebat yang penulis cintai, ayahanda alm. Adnan Gading dan Ibunda Maryam yang telah melahirkan dan mendidik saya seperti sekarang ini. Kedua abang saya Mawardi dan Azzumar yang telah banyak mendukung penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studi hingga tahap akhir.
2. Prof. Dr. Nazaruddin A. Wahid, MA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

3. Dr. Zaki Fuad Chalil, M.Ag selaku Pembimbing I dan Inayatillah, MA.Ek selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan serta meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam menyelesaikan LKP ini.
4. Dr. Nilam Sari, M.Ag. selaku Ketua Prodi D-III Perbankan Syariah.
5. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag., selaku Sekretaris Prodi D-III Perbankan Syariah.
6. Muhammad Arifin, Ph.D., selaku Penasehat Akademik (PAI) penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi D-III Perbankan Syari'ah dan Ketua LAB Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Bapak/Ibu Dosen Prodi Diploma III Perbankan syari'ah yang telah memberikan ilmunya selama penulis menempuh pendidikan, serta seluruh staf dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan segala fasilitas dalam menyelesaikan LKP ini.
8. Ibu Maisarah selaku Kepala PT. Bank Aceh Syariah, dan seluruh karyawan PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan LKP ini.
9. Teman-teman seperjuangan saya dan seluruh mahasiswa Prodi D-III Perbankan syari'ah angkatan tahun 2013, yang telah mendukung dan membantu penulis dalam segala hal.

Akhirnya penulis mengucapkan banyak terima kasih untuk semua pihak yang terlihat dalam menyusun LKP ini, semoga semua pihak mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Penulis menyadari adanya kekurangan dan penulisan Laporan Kerja Praktik ini, maka penulis sangat mengharapkan kritikan beserta saran untuk memperbaiki Laporan Kerja Praktik ini. Dengan segala ketulusan hati, penulis berharap semoga Laporan Kerja Praktik ini dapat

memberikan kontribusi dalam dunia pendidikan umumnya, dunia perbankan khususnya, bermanfaat bagi yang membutuhkan serta mendapatkan ridha Allah SWT.

Banda Aceh, 17 Juli 2017

Annisa Zuhra

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.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB SATU PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Tujuan Kerja Praktik	5
1.3.Kegunaan Kerja Praktik	5
1.4.Prosedur Pelaksanaan Kerja Praktik	7
BAB DUA : TINJAUAN LOKASI KERJA PRAKTIK	
2.1. Sejarah Singkat PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh	9
2.2 Struktur Organisasi PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry BandaAceh.....	14
2.3 Kegiatan Usaha PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-RaniryBanda Aceh	15
2.3.1.Penghimpunan Dana.....	15
2.3.2.Penyaluran Dana.....	18
2.3.3.Pelayanan Jasa Perbankan	20
2.4 Keadaan Personalia PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry BandaAceh	21
BAB TIGA : HASIL KEGIATAN KERJA PRAKTIK	
3.1. Kegiatan KerjaPraktik	23
3.1.1. Bagian Pembiayaan	23
3.1.2.Bagian Umum.....	24
3.1.3.Bagian <i>Customer Service</i>	25
3.2. Bidang Kegiatan Kerja Praktik	26
3.2.1.Peran Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Menabung Nasabah: Studi Kasus Tabungan Firdaus Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry	27
3.2.1.1. Segmentasi dan <i>Targeting pasar</i>	27

3.2.1.2. Bauran Pemasaran (<i>marketing mix</i>).....	28
3.2.1.3. Strategi Penetrasi Pasar dan <i>Feedback</i> Untuk Kepuasan Nasabah.....	32
3.3. Teori yang Berkaitan	33
3.3.1. Pengertian Pemasaran	33
3.3.2. Konsep Strategi Pemasaran Bank	34
3.3.3. Pengertian Mudharabah	36
3.3.4. Jenis dan Landasan Hukum Mudharabah	37
3.5. Evaluasi KerjaPraktik	38
BAB EMPAT : PENUTUP	
4.1. Kesimpulan	40
4.2. Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	
STRUKTUR ORGANISASI PT. BANK ACEH SYARIAH	
SK BIMBINGAN	
LEMBAR KONTROL BIMBINGAN	
LEMBAR NILAI KERJA PRAKTIK.....	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	

RINGKASAN LAPORAN

Nama : Annisa Zuhra
NIM : 041300791
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/D-III Perbankan Syariah
Judul : Peran Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Menabung Nasabah: Studi Kasus Tabungan Firdaus Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry
Tanggal sidang : 29 Juli 2016
Tebal LKP : 43 Halaman
Pembimbing I : Dr. Zaki Fuad Chalil, M.Ag
Pembimbing II : Inayatillah, MA.E.K

PT Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry beralamat di kompleks kampus UIN Ar-Raniry Banda Aceh merupakan suatu lembaga keuangan yang kegiatan usahanya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat, dengan cara memberikan pembiayaan dan jasa-jasa bank lainnya. PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry mempunyai berbagai macam produk untuk menunjang kebutuhan masyarakat. Produk tersebut diharapkan dapat memfasilitasi untuk memenuhi keinginan masyarakat supaya dapat memenuhi kebutuhan barang untuk digunakan. Kegiatan kerja praktik dilakukan pada beberapa bagian diantaranya, bagian pembiayaan, bagian umum, dan bagian *customer service*. Adapun tujuan dari penulisan Laporan Kerja Praktik ini adalah untuk mengetahui peran pemasaran untuk meningkatkan minat menabung nasabah pada Tabungan Firdaus di PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry. Hasil kerja praktik yang penulis dapatkan tentang pentingnya peran pemasaran produk Tabungan Firdaus iB pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Strategi-strategi yang digunakan dalam pemasaran yaitu segmentasi dan *targeting pasar* merupakan kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau ramuan-ramuan yang berbeda pula. Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam bidang pemasaran. Penggunaan bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam dunia perbankan dilakukan dengan menggunakan konsep-konsep yang sesuai dengan kebutuhan bank yaitu dengan menggunakan konsep 7P yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi), *promotion* (promosi), *people* (orang), *Physical evidence* (bukti fisik), dan *process* (proses). Jadi, dapat diambil kesimpulan bahwa Strategi yang digunakan oleh PT. Bank Aceh Syariah dalam memasarkan produk Tabungan Firdaus iB adalah segmentasi dan target pasar, bauran pemasaran (*marketing mix*), dan strategi penetrasi pasar.

BAB SATU

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bank adalah lembaga atau perusahaan yang aktivitasnya menghimpun dana berupa giro, deposito, tabungan, simpanan yang lain dari pihak yang kelebihan dana (surplus spending unit) kemudian menempatkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dana (deficit spending unit) melalui penjualan jasa keuangan yang pada gilirannya dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat banyak¹. Disamping itu bank juga dikenal untuk menukar uang, atau menerima segala bentuk pembayaran seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak, uang kuliah dan sebagainya.

Kegiatan lembaga atau perusahaan yang dilakukan terhadap barang dan jasa adalah sebuah proses pemenuhan kebutuhan masyarakat terhadap barang dan jasa. Oleh karena itu pemasaran adalah salah satu kegiatan penting dalam suatu proses dimana ketika perusahaan menciptakan nilai bagi konsumen dan membangun sebuah hubungan baik dengan konsumen, yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan bersama.

Pemahaman tentang pemasaran akan didasarkan pada definisi yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa pemasaran adalah proses sosial dan majerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh sesuatu yang mereka buruhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan

¹Taswan, Manajemen Perbankan: *Konsep Teknik dan Aplikasi* (Yogyakarta: UPP STIM YXPN, 2016), hlm. 4.

oranglain². Jadi, pemasaran ditinjau sebagai suatu proses kegiatan yang dilakukan oleh individu-individu maupun kelompok. Kegiatan tersebut dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dalam suatu perekonomian dimana produk-produk nilai diciptakan, ditawarkan, dan dipertukarkan.

Suatu produk tidak akan dibeli bahkan dikenal apabila konsumen tidak mengetahui kegunaannya, keunggulannya, dimana produk dapat diperoleh dan berapa harganya. Untuk itulah konsumen yang menjadi sasaran produk, atau jasa perusahaan perlu diberikan informasi yang jelas. Dan untuk memasarkan suatu barang juga sangat dibutuhkan trik atau strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang diterapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Dengan demikian strategi pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang dilakukan perusahaan dalam menggunakan seriap kesempatan atau paduan pada beberapa sasaran pasar.

Di era globalisasi, peran pemasaran bagi perusahaan menjadi semakin penting karena kondisi persaingan yang semakin kuat yang ditandai dengan munculnya pesaing-pesaing baru maupun pesaing-pesaing yang sudah ada. Mereka tidak hanya berasal dari dalam negeri tetapi juga dari luar negeri. Bagi perusahaan, pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang harus dilakukan dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan perusahaan, untuk berkembang, dan mendapatkan keuntungan. Berhasil atau tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis akan bergantung pada keahlian mereka di bidang pemasaran, produksi, keuangan. Maupun di bidang lain. Selain itu

²Veithzal Rivai Zainal dkk. *Islamic Marketing Manajemen*, cet.1 (Jakarta Bumi Aksara. 2017), him. 6

jugabergantung pada kemampuan mereka untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar organisasi dapat berjalan lancar.

Kegiatan-kegiatan tersebut beroperasi didalam suatu lingkungan yang dibatasi oleh sumber-sumber dari perusahaan itu sendiri, peraturan-peraturan, maupun konsekuensi sosial dari perusahaan. Pada umumnya, dalam pemasaran perusahaan berupaya menghasilkan laba dari penjualan barang dan jasa yang diciptakan untuk memenuhi kebutuhan pembeli. Namun demikian, pemasaran juga dilakukan untuk mengembangkan, mempromosikan, dan mendistribusikan program-program dan jasa yang disponsori oleh organisasi nonlaba. Dengan demikian tugas manajer pemasaran adalah memilih dan melaksanakan kegiatan pemasaran yang dapat membantu dalam pencapaian tugas perusahaan.

Lembaga keuangan perbankan dalam kinerja untuk kesuksesan baik manajemen maupun operasionalnya, lembaga bank harus memiliki beberapa konsep dasar yang menyertainya di dalam lalu lintas pelayanan diantaranya adalah manajemen pemasaran bank. Pemasaran bukan berarti hanya terpaku pada kegiatan promosi dan penjualan saja. Namun lebih dari itu. Dalam dunia perbankan, yang dimaksud dengan konsep manajemen pemasaran adalah upaya untuk mencapai kepuasan nasabah terhadap penggunaan produk yang dikeluarkan oleh pihak bank, berupa tabungan, giro, deposito maupun jasa pelayanan yang diberikan pada nasabah.

Pencapaian yang berupaya pada tingkat kepuasan nasabah dikaitkan dengan berbagai cara ataupun strategi yang dijalankan oleh pihak lembaga keuangan perbankan. Diantaranya strategi produk (tabungan, giro dan deposito), strategi lokasi, strategi harga suatu produk dan jasa. strategi promosi untuk penjualan sebanyak-banyaknya.

Banyaknya profit yang didapatkan oleh suatu bank sangat tergantung pada bagaimana suatu upaya pemasaran itu sendiri dapat

berjalan lancar. Untuk itu, diperlukan beberapa konsep dan strategi yang matang guna untuk menilai kinerja manajemen dan operasional dari perbankan itu sendiri.

Bank syariah adalah bank yang aktivitasnya meninggalkan masalah riba. Dengan demikian, penghindaran bunga yang dianggap riba merupakan salah satu tantangan yang dihadapi dunia islam dewasa ini.³ Bank syariah atau Bank islam merupakan lembaga menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali kepada masyarakat yang memerlukannya dalam bentuk pembiayaan.⁴

Bank sebagai perusahaan yang bergerak dibidang keuangan, produk yang diperjualbelikan merupakan jasa keuangan. Oleh karena itu, perlakuan pemasaran terhadap dunia perbankan pun sedikit berbeda dengan perusahaan lainnya. Secara umum pengertian pemasaran bank adalah suatu proses unruk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan.⁵

BankAceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh menawarkan berbagai macam produk, seperti tabungan, pembiayaan, dan produk jasa. Produk-produk tersebut ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terutama masyarakat Banda Aceh. Dalam hal ini Bank Aceh Syariah memiliki produk unggulan yairu Tabungan Firdaus iB yang menerapkan prinsip mudharabah. Tabungan yang bersifat investasi, tidak hanyamendapatkandalambentuktabungannamunjuga mendapatkan bagi hasil dari keuntungan tersebut.

³Amir Machmud, Rukhana, *Bank Syariah (teori kebijakan dan studi empiris di Indonesia)*, (Jakarta: Erlangga, 2010), hlm.4

⁴Muhammad, *Model-Model Akad Pembiayaan di Bank Syariah* Yogyakarta;UU Press, 2009), hlm. 10

⁵Kasmir, *Pemasaran Bank*, cet. 2 (Jakarta: Kencana, 2005), hlm.

Keunggulan dari produk Tabungan Firdaus iB yaitu, aman terjamin, bagi hasil yang kompetitif serta dapat dijadikan jaminan untuk pembiayaan. Hal ini yang menjadi kelebihan dari produk tabungan mudharabah, sehingga menjadi salah satu produk tabungan yang paling diminati nasabah PT. Bank Aceh Syariah. Berdasarkan latar belakang di atas maka laporan kerja praktik ini akan membahas tentang "**Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Menabung Nasabah: Studi Kasus Tabungan Firdaus Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry**" dalam bentuk Laporan Kerja Praktik (LKP).

1.2 Tujuan Kerja Praktik

Adapun tujuan laporan kerja praktik adalah untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan minat menabung nasabah pada Tabungan Firdaus di PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry.

1.3 Kegunaan Kerja Praktik

Adapun kegunaan laporan kerja praktik sebagai berikut:

1. Khazanah Ilmu Pengetahuan

Hasil laporan kerja praktik ini dapat menjadi bahan referensi bagi prodi Diploma III Perbankan Syariah guna menjadi sumber bacaan untuk pengembangan ilmu pengetahuan dibidang perbankan terutama bagi mahasiswa dan masyarakat pada umumnya mengenai pentingnya pemasaran dalam meningkatkan minat menabung nasabah pada Tabungan Firdaus iB di PT. Bank Aceh Syariah.

2. Masyarakat

Laporan kerja praktik ini dapat memberikan informasi bagi masyarakat luas dan pihak-pihak yang berkepentingan lainnya untuk

lebih mengetahui melalui pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah.

3. Instansi Tempat Kerja Praktik

Laporan kerja praktik ini dapat menjadi acuan bagi pihak Bank Aceh Syariah untuk meningkatkan jumlah nasabah menabung yaitu dengan adanya peran penting pemasaran serta memberikan kontribusi dan saran atau masukan, membangun relasi dan komunikasi yang baik antara mahasiswa Diploma III Perbankan Syariah dengan pihak PT. Bank Aceh Syariah.

4. Penulis

Laporan kerja praktik ini merupakan salah satu persyaratan akademis yang harus dipenuhi oleh setiap mahasiswa, guna menyelesaikan studi pada Prodi Diploma III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, selain itu penulisan laporan kerja praktik ini juga menambahkan wawasan dalam membandingkan teori yang dipelajari di bangku perkuliahan dengan kerja praktik selama mengikuti *job training* dan merasakan secara langsung praktik di dunia kerja dan proses kerja yang ada di PT. Bank Aceh Syariah UIN Ar-Raniry 1.4 Prosedur Pelaksana Laporan Kerja Praktik

Setiap mahasiswa Program Diploma III Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh wajib melaksanakan kerja praktik setelah menyelesaikan mata kuliah prodi Diploma-III Perbankan Syariah. Sebelum melakukan kegiatan kerja praktik, mahasiswa mengikuti *breafing* magang. Mahasiswa diberikan kesempatan untuk memilih lembaga Bank maupun non Bank Syariah untuk melakukan kegiatan kerja paraktik.

Setelah mendapatkan rekomendasi dari instansi terkait, mahasiswa mendaftarkan diri ke prodi dengan mengisi formulir yang telah

disediakan dan selanjutnya mengikuti pembekalan sebelum kegiatan praktik tersebut untuk mengetahui aturan yang harus diikuti oleh setiap mahasiswa Diploma-III Perbankan Syariah yang akan melaksanakan kerja praktik dan tatacara penulisan Laporan Kerja Praktik.

Setelah mengikuti briefing mahasiswa sudah dapat melakukan kegiatan praktik di tempat yang telah disetujui oleh instansi terkait dan pihak prodi. Penulis melaksanakan kerja praktik di PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry lebih kurang 30 hari kerja atau satu setengah bulan, mulai tanggal 01 Maret 2016 sampai dengan tanggal 15 April 2016. Kegiatan ini dilakukan mulai hari Senin sampai Jumat, yang dimulai pukul 07.45-17.30.

Di pagi hari sebelum melakukan kerja praktik mahasiswa mengikuti breafing atau role play diawali dengan doa yang diadakan PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry yang diikuti oleh seluruh karyawan PT. Bank Aceh setiap hari Senin dan Rabu di setiap minggunya dan pembacaan Undang-Undang Peraturan Perbankan pada hari Selasa dan Kamis. Kemudian mahasiswa kembali melakukan tugas kerja praktik pada bagian yang telah ditentukan oleh pihak bank.

Mahasiswa yang melakukan tugas kerja praktik pada PT. Bank Aceh ditugaskan pada beberapa bagian, mulai dari bagian pembiayaan, bagian umum dan bagian *Costumer Service*. Semua mahasiswa mendapatkan kesempatan untuk melakukan kegiatan kerja praktik pada bagian tersebut sesuai jadwal yang telah ditentukan oleh pihak bank.

Setiap hari mahasiswa harus membuat laporan harian kerja praktik sesuai kegiatan yang dilakukan pada hari tersebut dan menyerahkan kepada pihak bank. Setelah melakukan kegiatan kerja praktik selama 30 hari kerja, mahasiswa akan diberikan penilaian oleh pihak bank dan

mahasiswa menyerahkan form penilaian kepada pihak prodi. Kemudian mahasiswa mengajukan judul laporan kerja praktik kepada pihak laboratorium sesuai dengan kegiatan kerja praktik. Setelah judul disetujui oleh pihak laboratorium kemudian pihak prodi mengeluarkan SK bimbingan.

BAB DUA

TINJAUAN LOKASI KERJA PRAKTIK

2.1 Sejarah Singkat PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Gagasan untuk mendirikan Bank milik Pemerintah Daerah di Aceh tercetus atas prakarsa Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Atjeh (sekarang disebut Pemerintah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam). Setelah mendapat persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah peralihan Provinsi Aceh di Kutaraja (sekarang Banda Aceh) dengan Surat Keputusan Nomor 7/DPRD/5 tanggal 7 September 1957. beberapa orang mewakili Pemerintah Daerah menghadap Mula Pangihutan Tamboenan, wakil Notaris di Kutaraja, untuk mendirikan suatu Bank dalam bentuk Perseroan Terbatas yang bernama "PT Bank Kesejahteraan Atjeh, NV" dengan modal dasar ditetapkan Rp25.000.000.

Setelah beberapa kali perubahan Akte, barulah pada tanggal 2 Februari 1960 diperoleh izin dari Menteri Keuangan dengan Surat Keputusan No. 12096/BUM/II dan Pengesahan Bentuk Hukum dari Menteri kehakiman dengan Surat Keputusan No. J.A.5/22/9 tanggal 18 Maret 1960. Pada saat itu PT Bank Kesejahteraan Aceh NV dipimpin oleh Teuku Djafar sebagai Direktur dan Komisaris terdiri atas Teuku Soelaiman Polem, Abdullah Bin Mohammad Hoesin, dan Moehammad Sanusi. Dengan ditetapkannya Undang-undang No. 13 Tahun 1962 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah, semua Bank milik Pemerintah Daerah yang sudah berdiri sebelumnya, harus menyesuaikan diri dengan Undang-undang tersebut.

Untuk memenuhi ketentuan ini maka pada tahun 1963 Pemerintah Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh membuat Peraturan Daerah No. 12 Tahun 1963 sebagai landasan hukum berdirinya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Dalam Perda tersebut ditegaskan bahwa maksud pendirian Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh adalah untuk menyediakan pembiayaan bagi pelaksanaan usaha-usaha pembangunan daerah dalam rangka pembangunan nasional semesta berencana.

Sepuluh tahun kemudian, atau tepatnya pada tanggal 7 April 1973, Gubernur Kepala Daerah Istimewa Aceh mengeluarkan Surat Keputusan No. 54/1973 tentang Penetapan Pelaksanaan Pengalihan PT Bank Kesejahteraan Aceh NV menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Peralihan status, baik bentuk hukum, hak dan kewajiban dan lainnya secara resmi terlaksana pada tanggal 6 Agustus 1973, yang dianggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh.

Untuk memberikan ruang gerak yang lebih luas kepada Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, Pemerintah Daerah telah beberapa kali mengadakan perubahan Peraturan Daerah (Perda), yaitu mulai Perda No. 10 tahun 1974, Perda No. 6 tahun 1978, Perda No. 5 tahun 1982, Perda No. 8 tahun 1988, Perda No. 3 tahun 1993 dan terakhir Peraturan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh Nomor : 2 Tahun 1999 tanggal 2 Maret 1999 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, yang telah disahkan oleh Menteri Dalam Negeri dengan Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor : 584.21.343 tanggal 31 Desember 1999.

Perubahan bentuk badanhukum dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas dilatarbelakangi keikutseitaan Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh dalam program rekapitalisasi. berupa peningkatan

permodalan bank yang ditetapkan melalui Keputusan Bersama Menteri Keuangan Republik Indonesia dan Gubernur Bank Indonesia Nomor 53/KMK.017/1999 dan Nomor 31/12/KEP/GBi tanggal 8 Februari 1999 tentang Pelaksanaan Program Rekapitalisasi Bank Umum, yang ditindaklanjuti dengan penandatanganan Perjanjian Rekapitalisasi antara Pemerintah Republik Indonesia, Bank Indonesia, dan PT. Bank BPD Aceh di Jakarta pada tanggal 7 Mei 1999.

Perubahan bentuk badan hukum menjadi Perseroan Terbatas ditetapkan dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No. 55 tanggal 21 April 1999, bernama PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh disingkat PT Bank BPD Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman RI dengan Surat Keputusan Nomor C-8260 HT.01.01.TH.99 tanggal 6 Mei 1999. Dalam Akte Pendirian Perseroan ditetapkan modal dasar PT Bank BPD Aceh sebesar Rp 150 milyar. Sesuai dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No.42 tanggal 30 Agustus 2003, modal dasar ditempatkan PT Bank BPD Aceh ditambah menjadi Rp 500 milyar.

Berdasarkan Akta Notaris Husni Usman tentang Pernyataan Keputusan Rapat No. 10 Tanggal 15 Desember 2008, notaris di Medan tentang peningkatan modal dasar Perseroan, modal dasar kembali ditingkatkan menjadi Rp1.500.000.000.000 dan perubahan nama Perseroan menjadi PT. Bank Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AIRj-4441 1.AH.01.02 Tahun2009 pada tanggal9 September 2009. Perubahan nama menjadi PT. Bank Aceh telah disahkan oleh Keputusan Gubernur Bank Indonesia No.12/61/KEP.GBI/2010 tanggal 29 September 2010.

Bank juga memulai aktivitas perbankan syariah dengan diterimanya surat Bank Indonesia No.6/4/Dpb/BNA tanggal 19 Oktober

2004 mengenai Izin Pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank dalam aktivitas komersial Bank. Bank mulai melakukan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah tersebut pada 5 November 2004.

Sejarah baru mulai diukir oleh Bank Aceh melalui hasil rapat RUPSLB (Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa) tanggal 25 Mei 2015 bahwa Bank Aceh melakukan perubahan kegiatan usaha konversi dari sistem konvensional menjadi sistem syariah seluruhnya. Maka dimulai setelah tanggal keputusan tersebut proses konversi dimulai dengan tim konversi Bank Aceh dengan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan. Setelah melalui berbagai tahapan dan proses perizinan yang disyaratkan oleh OJK akhirnya Bank Aceh mendapatkan izin operasional konversi dari Dewan Komisiner OJK Pusat untuk perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional ke sistem syariah secara menyeluruh.

Izin operasional konversi tersebut ditetapkan berdasarkan Keputusan Dewan Komisiner OJK Nomor. KEP-44/D.03/2016 tanggal 1 September 2016 Perihal Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional Menjadi Bank Umum Syariah PT Bank Aceh yang diserahkan langsung oleh Dewan Komisiner OJK kepada Gubernur Aceh Zaini Abdullah melalui Kepala OJK Provinsi Aceh Ahmad Wijaya Putra di Banda Aceh.

Sesuai dengan ketentuan yang berlaku bahwa kegiatan operasional Bank Aceh Syariah baru dapat dilaksanakan setelah diumumkan kepadamasyarakat selambat-lambatnya 10 hari dari diterimanya SK konversi. Perubahan sistem operasional dilaksanakan pada tanggal 19 September 2016 secara serentak pada seluruh jaringan kantor Bank Aceh. Dan sejak tanggal tersebut Bank Aceh telah dapat melayani seluruh nasabah dan masyarakat dengan sistem syariah murni mengutip Ketentuan PB1 Nomor 11/15/PB1/2009.

Proses konversi Bank Aceh menjadi Bank Syariah diharapkan dapat membawa dampak positif pada seluruh aspek kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat. Dengan menjadi Bank Syariah, Bank Aceh bisa menjadi salah satu titik episentrum pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah yang lebih optimal.

Kantor Pusat Bank Aceh berlokasi di Jalan Mr. Mohd. Hasan No 89 Batoh Banda Aceh. Sampai dengan tanggal 19 September 2016, Bank memiliki 1 Kantor Pusat, 26 Kantor Cabang, 85 Kantor Cabang Pembantu, 15 Kantor Kas, 13 Payment Point, 2 Mobil Kas Keliling, serta 201 Gerai ATM Bank Aceh.⁶

Bank Aceh Syariah adalah suatu lembaga keuangan yang usaha pokoknya menghimpun dana dari masyarakat, menyalurkan pembiayaan, dan memberikan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran sesuai dengan kaidah dan prinsip syariah Islam. Melihat minat masyarakat dalam menggunakan jasa dan layanan Bank Aceh Syariah semakin meningkat, maka Bank Aceh Syariah mempunyai inisiatif **unruk** membuka kantor cabang pembantu di seputaran Bank Aceh dan **Aceh Besar**.

Kantor cabang pembantu yang pertama berada di daerah Keutapang dan yang kedua berada di lingkaran kampus UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Dan pada 27 Desember 2006 Bank Aceh Syariah membuka kantor Cabang Pembantu yang ketiga di daerah Lambaro Aceh Besar.

2.2 Struktur Organisasi PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh

⁶Bankaceh.co.id Sejarah Singkat Bank Aceh Syariah, diakses melalui <http://www.bankaceh.co.id>

PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh memiliki struktur organisasi sebagaimana struktur organisasi lainnya yang memiliki target dalam pencapaian operasionalnya. Maju mundurnya suatu organisasi tergantung dari pertanggung jawaban setiap bagian-bagiannya.

Dalam sebuah instansi harus ada struktur organisasi, begitu juga dalam instansi keuangan seperti perbankan. Agar para pekerja dan karyawan mengerti fungsi dan tugas mereka masing-masing dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab dalam melayani masyarakat. Struktur organisasi yang terdapat dalam berbagai instansi merupakan gambaran dan susunan para anggota dan jabatan yang dianutnya dalam sebuah instansi tersebut.

Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh memiliki struktur organisasi pada Tahun 2016 adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1

Struktur Organisasi Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry
Banda Aceh

	KEPALA	
	Maisarah	
PEMBIAYAAN	OPERASIONAL	UMUM
Irma Pravita	Agus Fianuddin	T. Yofial Hendra
M. Andriansyah	Nonong Ulia Zakia	Syarifuddin
		Juarsyah

Sumber : Bank Aceh Syariah Capem UIN Ar-Raniry, 2016.

2.3 Kegiatan Usaha PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Dalam kegiatan usaha Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh memiliki beberapa produk yang digunakan dalam kegiatan usaha.

2.3.1 Penghimpunan dana

Penghimpunan dana yang dilakukan Bank Aceh Syariah bukan hanya diarahkan dari dana-dana yang bersumber dari masyarakat tapi juga diarahkan kepada nasabah maupun instansi dan departemen terkait. Untuk menciptakan kemandirian bank dalam menghimpun dana, penghimpunan dana pihak ketiga diarahkan pada dana-dana yang bersumber dari masyarakat baik dari Tabungan, Giro maupun Deposito.⁷

Adapun produk penghimpunan dana yang disediakan oleh PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry adalah sebagai berikut:

1. Tabungan Firdaus iB

Tabungan Firdaus merupakan akronim dari fitrah dalam usaha syariah, yang bermakna bahwa dengan tabungan ini bank dan nasabah akan melakukan kerjasama secara syariah yang fitrah yang tentunya pada akhirnya akan membawa hasil yang halal, berkah, dan bertambah. Tabungan Firdaus merupakan pilihan tepat untuk investasi berprinsip syariah yang dapat digunakan setiap saat. Tabungan Firdaus merupakan salah satu produk Tabungan Bank Aceh dimana pemilik dana memberikan kepercayaan penuh kepada bank untuk mengelola dananya dengan pembagian nisbah/bagian yang telah disepakati sebelumnya. Tabungan Firdaus pada Bank Aceh Syariah diperuntukkan bagi perorangan yang menggunakan prinsip *mudharabah* (bagi hasil) dimana dana yang diinvestasikan oleh nasabah dapat dipergunakan oleh bank (*mudharib*) dengan

⁷Bankaceh.co.id/PenghimpunanDanaBankAcehSyariah, diakses melalui <http://www.bankaceh.co.id>.

imbalan bagi hasil bagi nasabah (*shahibul metal*). Tabungan firdaus menggunakan akad *mudharabah muthlaqah* yang berarti pihak bank diberi kuasa penuh untuk menjalankan usahanya tanpa batasan sepanjang memenuhi syarat-syarat syariah dan tidak terikat dengan waktu, tempat, jenis usaha, dan nasabah pelanggannya. Keunggulan Tabungan Firdaus iB yaitu, aman dan terpercaya, transaksi ATM Bank Aceh dapat dilakukan di luar negeri (malaysia, melalui jaringan ATM MEPS), bebas transfer antar rekening Bank Aceh, bagi hasil yang kompetitif, bebasbiaya administrasi pembukuan, biaya penutupan rekening sebesar Rp25.000,-, kemudahan dalam penyaluran zakat, infaq dan sedekah, diikutsertakan dalam program penjaminan pemerintah, dapat dijadikan jaminan pembiayaan.

2. 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.⁸

3. Tabungan Sahara iB

Tabungan Sahara iB adalah produk tabungan yang disediakan oleh pihak Bank Aceh Syariah bagi perorangan yang berkeinginan melaksanakan ibadah haji atau umrah. Tabungan Sahara iB menggunakan prinsip *al-wadi'ah yad damanah* yaitu titipan dana nasabah pada bank yang dapat digunakan oleh pihak bank dengan izin nasabah di mana bank menjamin dan mengembalikan titipan dana tersebut secara utuh (sebesar jumlah pokok yang dititipkan).

4. Giro Amanah iB

⁸Brosur Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Giro Amanah iB yaitu giro yang dijalankan berdasarkan akad *al-wadi'ah yad damanah*, yaitu titipan dana nasabah pada bank yang dapat digunakan oleh bank dengan izin nasabah di mana bank menjamin akan mengembalikan titipan tersebut secara utuh (sebesar jumlah pokok yang ditiripkan).

5. Deposito Sejahtera iB

Deposito Sejahtera iB adalah simpanan berjangka yang diperuntukkan bagi perorangan atau badan hukum yang menggunakan prinsip *mudharabah* (bagi hasil) di mana dana yang diinvestasikan nasabah dapat dipergunakan oleh *mudhabb* (Bank) dengan imbalan bagi hasil untuk *sahibul mat* (nasabah).

2.3.2 Penyaluran dana

PT. Bank Aceh Syariah menyediakan beberapa produk penyaluran dana, diantaranya:⁹

1. Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan *Murabahah*, yaitu pembiayaan yang diberikan kepada seluruh anggota masyarakat dengan sistem jual beli. Dalam hal ini nasabah sebagai pembeli dan Bank sebagai penjual, harga jual bank adalah harga beli dari *supplier* ditambah keuntungan yang disepakati dan tercantum dalam akad.

2. Pembiayaan *Musyarakah*

Pembiayaan *Musyarakah*, yaitu kerja sama dari dua pihak atau lebih untuk menjalankan suatu usaha tertentu. Kedua pihak memberikan kontribusi dana dan keahlian, sertamemperoleh bagi hasil keuntungan dan kerugian sesuai kesepakatan yang tercantum dalam akad. Pada saat ini, PT. Bank Aceh Syariah

⁹Bankaceh.co.idUnitusahaSyariah,diaksesmelalui <http://www.bankaceh.co.id>, tanggal 21 Oktober 2016

Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh belum mengaplikasikan pembiayaan *Musyarakah*, namun hanya tersedia di Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh.¹⁰

3. Pembiayaan *Mudharabah*

Pembiayaan *Mudharabah*, yaitu akad kerja sama antara bank selaku pemilik dana (*shahibul mat*) dengan nasabah selaku (*mudharib*) yang mempunyai keahlian atau ketrampilan untuk mengelola suatu usaha yang produktif dan halal. Hasil keuntungan dan penggunaan dana tersebut dibagi bersama berdasarkan nisabah yang disepakati. Akad *Mudharabah* digunakan oleh Bank untuk memfasilitasi pemenuhan kebutuhan permodalan bagi nasabah guna menjalankan usaha atau proyek dengan cara melakukan penyertaan modal bagi usaha atau proyek yang bersangkutan.

4. Pembiayaan *Qardh Hasan*

Pembiayaan *Qardh Hasan*, yaitu produk pembiayaan (permodalan) bagi usaha mikro yang tidak memberikan keuntungan *financial* bagi pihak yang meminjamkan. Pembiayaan *Qardh Hasan* ini belum diaplikasikan pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

5. Pembiayaan Garansi Bank iB (*Kafalah*)

Pembiayaan Garansi Bank iB (*Kafalah*), yaitu jaminan pembayaran yang diberikan oleh Bank atas permintaan nasabahnya kepada pihak penerima jaminan, dalam hal nasabah yang dijamin tidak memenuhi kewajibannya kepada pihak penerima jaminan. Jaminan pembayaran yang diberikan oleh Bank merupakan fasilitas nondana (*Nun Funded Facility*), menggunakan akad *Kafalah bil ujarah*. Untuk produk Garansi Bank iB (*Kafalah*), saat ini juga belum

¹⁰Data diperoleh dari wawancara dengan M. Andriansyah, *Account Officer* Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry pada 10 Oktober 2016.

diaplikasikan pada Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh namun hanya tersedia di Bank Aceh Cabang Banda Aceh.

6. Pembiayaan *Rahn* (Gadai Emas)

Pembiayaan *Rahn* (Gadai Emas), yaitu pembiayaan yang mewajibkan pihak nasabah menyerahkan hak penguasaan fisik emas milik nasabah kepada pihak Bank untuk dijadikan sebagai anggunan atas dana pembiayaan yang diterima. Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh pembiayaan *Rahn* (Gadai Emas) belum diaplikasikan, namun hanya tersedia di Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

2.3.3 Pelayanan jasa perbankan

Kegiatan pada Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh selain menghimpun dan menyalurkan dana, Bank juga menyediakan jasa lainnya kepada nasabah. Tujuannya untuk memudahkan nasabah dalam melakukan seriap transaksi perbankan. Banyaknya jasa dan layanan yang disediakan oleh bank untuk nasabah membuat masyarakat nyaman dalam memilih dan menggunakan jasa layanan yang diberikan oleh Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Pelayanan Jasa Perbankan yang diberikan oleh Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh yaitu ME PS (*Malaysian Exchange Payment System*), Transfer, Kliring, *Real Time Gross Settlement* (RTGS), Inkaso, Penerimaan BPIH, Penerimaan Pajak, Jami **nan** Pelaksana, Jaminan Penawaran, Jaminan Uang Muka. Referensi Bank, Layanan ATM. Layanan ATM Bersama. Pembayaran Telepon, Pembayaran Listrik, Pembayaran Tagihan Ponsel, Pengisian

Pulsa Ponsel, Pembayaran Pensiun, Pengelolaan Dana kebajikan. Pengiriman uang ke Luar Negeri serta Pembayaran Pensiunan.¹¹

2.1 Keadaan Personalia PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Sebuah instansi ataupun perusahaan keberadaan bagian-bagian yang mengatur jalannya kegiatan suatu instansi atau perusahaan untuk kelancaran kegiatan perusahaannya mutlak dibutuhkan, sehingga masing-masing bagian dapat melaksanakan tugasnya dengan baik. Dan begitu juga pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh memiliki personalia yang dapat memberikan kontribusi positif bagi masyarakat serta untuk mengurus segala hal yang menyangkut tentang administrasi karyawan Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh, dan dalam setiap bidangnya mempunyai peran dan tugas masing-masing.

Dari hasil wawancara, diperoleh informasi bahwa karyawan yang terdapat pada Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh terdapat 8 orang karyawan yang terdiri dari 3 orang wanita dan 5 orang pria yang memiliki tugas dan fungsi kerja masing-masing.

Usia karyawan secara umumnya masing-masing berkisaran diatas 23 tahun. Sedangkan masa kerja karyawan tergantung kepada kinerja dan promosi jabatan. Untuk usia pensiunnya pada usia 55 tahun.

¹¹"BankAceh.co.id, *Produk dan Layanan*. Diakses melalui <http://www.bankaceh.co.id>, tanggal 25 Oktober 2016.

Tabel 2.2
Keadaan Personalia PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

NO	URAIAN	JUMLAH
1	Jenis kelainin	
	a.Laki-laki	5
	b.Perempuan	3
2	Posisi jabatan	
	a.pimpinan	1
	b.customer service	1
	c.teller	1
	d.bagian pembiayaan	2
	e.bagian umum	1
	f.security	2

Sumber : Bank Aceh Syariah Capem UIN Ar-Raniry, 2016.

BAB TIGA

HASIL KEGIATAN KERJA PRAKTIK

3.1 Kegiatan Kerja Praktik

Selama 30 hari masa kerja menjalankan *on job training* pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh terhitung dari tanggal 1 Maret 2016 sampai 15 April 2016, penulis ditempatkan pada bagian Pembiayaan, Umum dan *Customer Service* (CS) untuk membantu para karyawan PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh dalam melaksanakan tugasnya.

3.1.1 Bagian pembiayaan

Bagian pembiayaan adalah bagian yang melakukan kegiatan penyaluran dana kepada masyarakat. Adapun kegiatan yang dilakukan penulis pada bagian pembiayaan selama 20 hari kerja, terhitung mulai tanggal 01 Maret 2016 sampai dengan tanggal 31 Maret 2016 antara lain:

1. Memisahkan dan menyusun slip tanda penyetoran dan slip tanda penerimaan nasabah yang membayar tagihan jual beli murabahah.
2. Menulis data nasabah yang mengajukan permohonan baru di buku agenda pembiayaan.
3. Melayani nasabah yang ingin membayar tagihan jual beli murabahah kolektif (membayar angsuran).
4. Menulis data nasabah di buku pencairan pembiayaan setelah pembiayaan dicairkan.
5. Membuat berita serah terima SK untuk pembiayaan yang sudah jatuh tempo dan SK tersebut harus dikembalikan kepada nasabah.
6. Melakukan penyerahan kembali jaminan pembiayaan dan SK kepada nasabah.
7. Membantu nasabah menandatangani berkas pencairan

pembiayaan.

8. Menulis data nasabah dibuku pencairan pembiayaan setelah pembiayaan dicairkan.
9. Melakukan verifikasi slip pembayaran wisuda.
10. Melayani nasabah mengisi form pembiayaan dan menerangkan syarat-syarat yang harus dilengkapi.

3.1.2 Bagian umum

Bagian umum adalah bagian yang melakukan kegiatan umum yang ada pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry. seperti mengagendakan surat masuk dan surat keluar. Adapun kegiatan yang dilakukan penulis pada bagian umum bersamaan dengan bagian *Customer Service (CS)* selama 10 hari kerja, terhitung mulai tanggal 01 April 2016 sampai dengan tanggal 15 April 2016 antara lain:

1. Mengagendakan surat masuk dan surat keluar.
2. Menata arsipkan transaksi harian *teller*.
3. Membuat bukti kas keluar yang meliputi nomor, tanggal, beban perkiraan, dan keperluan kas keluar kemudian mencatat kembali ke dalam buku BKK untuk didisposisikan ke pimpinan.
4. Mencatat Nota CN dan DN.
5. Menerima surat masuk dari sesama bank maupun perusahaan atau lembaga yang menjalin kerjasama untuk distempel lalu diagendakan disposisikan kepada pimpinan bank kemudian di filekan ke dalam file masing-masing.

3.1.3 Bagian *Customer Service (CS)*

Bagian *Customer Service (CS)* adalah suatu bagian dari unit organisasi yang berfungsi sebagai sumber informasi dan pelayanan kepada nasabah yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan maupun

produk-produk. Selanjutnya *Customer Service* akan menjelaskan dan melayani kebutuhan nasabah tersebut dengan menghubungi bagian yang terkait pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry. Adapun kegiatan yang dilakukan penulis pada bagian *Customer Service*(CS) yang bersamaan juga dengan bagian umum selama 10 hari kerja, terhitung mulai tanggal 01 April 2016 sampai dengan tanggal 15 April 2016 antara lain:

1. Membantu Customer Service (CS) melengkapi formulir data nasabah.
2. Melayani nasabah yang akan membuka rekening tabungan beserta kartu ATM.
3. Membantu CS melengkapi data nasabah yang ingin membuka rekening baru.
4. Memberikan form pembukaan rekening beserta form permohonan ATM kepada calon nasabah baru kemudian diisi dan dilengkapi datanya sesuai dengan kartu idenritas nasabah.
5. Memberikan persyaratan yang perlu dilengkapi oleh nasabah yang bersangkutan.
6. Memeriksa kelengkapan dan menyusun berkas yang dilampirkan nasabah.
7. Menjelaskan tata cara pergantian PIN ATM baru kepada nasabah.
8. Mengstempel buku rekening yang kosong dengan stempel Bank Aceh Syariah.
9. Menulis buku registrasi klaim ATM nasabah.
10. Menulis nomor urut pada buku registrasi ATM reguler.
11. Menulis DN, CN, dan PP 2016.
12. Menulis nomor urut pada buku registrasi Tabungan Firdaus dan Sahara.
13. Menulis pembebanan rekening Giro dan rekening Tabungan pada buku Nota DN 2016.

3.2 Bidang Kegiatan kerja Praktik

Selama melaksanakan kerja praktik di PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-raniry Banda Aceh, penulis melaksanakan kegiatan di bidang Pembiayaan, Umum dan *Customer Service*. Oleh karena itu, penulis membahas tentang Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Menabung Nasabah: Studi Kasus Tabungan Firdaus pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh sangat membantu meningkatkan minat menabung nasabah, khususnya pada produk Tabungan Firdaus yang memiliki keunggulan diantara produk-produk lainnya. Dana yang disimpan akan dikelola dengan baik. Dalam pengelolaan dana tersebut pihak bank memberikan bagi hasil yang kompetitif serta dapat dijadikan jaminan untuk pembiayaan.

3.2.1 Strategi Pemasaran Untuk Mcningkarkan Minat Menabung Nasabah: Studi Kasus Tabungan Firdaus Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry

Senuia membutuhkan konsep *marketing* untuk mengembangkan usaha yang dijalankan. Berbicara tentang konsep *marketing*, kita sedang membicarakan bagaimana strategi pemasaran produk yang kita jual. Inilah yang dihadapi oleh bank pada saat ini. Merencanakan strategi pemasaran yang tepat untuk menarik minat menabung nasabah pada bank masih sangatlah sulit. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mengembangkannya yaitu dengan fokus pada strategi pemasaran.

Oleh karena itu bank harus melakukan beberapa strategi untuk menarik minat nasabah dalam memasarkan produknya.

3.2.1.1 Segmentasi dan target pasar

Segmentasi pasar merupakan kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang memerlukan produk atau kebutuhan yang berbeda pula. Hal ini juga dilakukan pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh, dimana sebelum kegiatan pemasaran dilakukan, PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh harus memahami keinginan dan kebutuhan masyarakat sesuai yang ditargetkan, oleh karena itu pentingnya pengelompokan pasar dalam pemasaran produk dapat dilihat dari kemampuan bank dalam mengelompokkan produk berdasarkan kemampuan dan kebutuhan nasabah.

Target pasar PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh dalam memasarkan produk Tabungan Firdaus iB bukan hanya diarahkan kepada dana-dana yang bersumber dari masyarakat tapi juga diarahkan kepada nasabah *corporate* maupun instansi dan departemen terkait. Untuk menciptakan kemandirian bank dalam penghimpunan dana, usaha-usaha penghimpunan dana pihak ketiga diarahkan kepada dana-dana yang bersumber dari masyarakat (non-pemerintah). Penghimpunan dana Tabungan Firdaus iB nasabah mulai dari kalangan bawah, menengah, hingga menengah keatas baik perorangan, perusahaan, lembaga atau instansi maupun badan usaha. Oleh sebab itu PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh menyajikan produk yang sesuai dengan kebutuhan semua kalangan yaitu Tabungan Firdaus iB.¹²

¹²Wawancara dengan Agus Fianuddin (*customer service*) Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh pada 17 Oktober 2016.

3.2.1.2 Bauran pemasaran (*marketing mix*)

Bauran pemasaran atau *marketing mix* merupakan strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam bidang pemasaran. Strategi ini digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran. Penggunaan bauran pemasaran ini (*marketing mix*) dalam dunia perbankan dilakukan dengan menggunakan konsep-konsep yang sesuai dengan kebutuhan bank. Dalam praktiknya konsep bauran pemasaran terdiri dari bauran pemasaan untuk produk yang berupa barang maupun jasa.

PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh telah memperhatikan beberapa hal untuk mencapai tujuan kegiatan pemasaran yaitu:

1. Produk (*product*) adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam segi hal memenuhi kebutuhan maupun sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk Tabungan Firdaus iB merupakan produk yang ditawarkan oleh PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Target pasar produk ini adalah semua kalangan, baik dari kalangan bawah, menengah hingga kalangan menengah keatas, bisa untuk perorangan maupun perusahaan untuk menarik minat mereka dalam menabung. Keunggulan produk Tabungan Firdaus iB yaitu, aman dan terpercaya, transaksi ATM Bank Aceh dapat dilakukan di luar negeri (malaysia, melalui jaringan ATM MEPS), bebas transfer antar rekening Bank Aceh, bagi hasil yang kompetitif. bebas biaya administrasi pembukuan, biaya penutupan rekening sebesar Rp25.000.-, kemudahan dalam penyaluran zakat, infaq dan sedekah, diikutsertakan dalam program penjaminan pemerintah. dapat dijadikan jaminan pembiayaan. Produk Tabungan Firdaus iB dapat digunakan sebagai jaminan

pembiayaan 125% dari plafond. Jika nasabah mengambil dana dari bank Rp50.000.000,- berarti tabungan nasabah pada Tabungan Firdaus harus mencapai Rp62.500.000,-.

2. Harga (*price*) merupakan hal yang penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya suatu produk atau jasa, penentuan harga produk yang dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh yaitu sesuai dengan sumber dana yang diperoleh, dalam hal ini sumber dananya sesuai dengan target pasar yang diinginkan oleh Bank Aceh Syariah dalam memasarkan produk Tabungan Firdaus iB yang memang untuk masyarakat yang memiliki dana kecil maupun besar. Dengan demikian PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh menetapkan untuk pembukaan Tabungan Firdaus iB setoran pertama minimal Rp 50.000,- (lima puluh ribu rupiah) dan setoran selanjutnya minimal Rp 10.000,- (sepuluh ribu rupiah). Selain itu tidak adanya pungutan biaya administrasi, hal ini menjadikan suatu keuntungan bagi nasabah. Setoran awal yang ditetapkan sudah sesuai dengan target pasar yang diinginkan.
3. Lokasi (*place*) bagian yang sangat penting. Hal ini disebabkan agar nasabah dapat menjangkau lokasi tersebut. Dengan demikian dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi baik itu dalam hal membuka Tabungan Firdaus iB maupun penarikan dana tersebut. Selain itu, pemeliharaan sarana dan prasarana harus lengkap yang bertujuan untuk keamanan dan kenyamanan nasabah ketika berada di lokasi tersebut. Demikian pula penentuan lokasi PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang sesuai, dikarenakan lokasi

tersebut berada di lingkaran kampus UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

4. Promosi (*promotion*) adalah kegiatan *marketing mix* dengan tujuan untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimiliki, baik secara langsung maupun tidak langsung. Demikian pula PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang melakukan berbagai cara dalam menjual produk-produk mereka. salah satunya adalah produk Tabungan Firdaus iB yaitu dengan menyebarkan brosur kepada calon nasabah. mempromosikan produk Tabungan Firdaus iB melalui nasabah lainnya, dan prospek produk pada semua kalangan yang menjadi target pasar.¹³

Sedangkan Boom dan Bimer menambahkan dalam bisnis jasa, bauran pemasaran di samping 4P seperti yang dikemukakan di atas ada tambahan dengan 3P, yaitu:

1. *People* (orang), yaitu semua orang yang terlibat aktif dalam pelayanan dan mempengaruhi persepsi pembelian, nama, pribadi pelanggan, dan pelanggan-pelanggan lain yang ada dalam lingkungan pelayanan. *People* meliputi kegiatan untuk karyawan, seperti kegiatan rekrutmen, pendidikan dan pelatihan, motivasi, balas jasa, dan kerja sama, serta pelanggan yang menjadi nasabah atau calon nasabah.
2. *Physical evidence* (bukti fisik), adalah terdiri dari adanya logo atau simbol perusahaan, motto, fasilitas yang dimiliki, seragam karyawan, laporan, kartu nama, dan jaminan perusahaan.
3. *Process* (proses), merupakan keterlibatan pelanggan dalam pelayanan jasa, proses aktivitas, standar pelayanan.

¹³Wawancara dengan Irma Pravita (*Funding officer*) Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh pada 23 Desember 2016

kesederhanaan atau kompleksitas prosedur kerja yang ada di bank yang bersangkutan.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan penggunaan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) untuk produk jasa jika digabungkan menjadi 7P, yaitu:

1. *Product* (produk)
2. *Price* (harga)
3. *Place* (tempat / saluran distribusi)
4. *Promotion* (promosi)
5. *People* (orang)
6. *Physical evidence* (bukti fisik)
7. *Process* (proses)

Dalam rangka memenangkan persaingan antar bank dalam menjalankan bauran pemasarannya dapat dilakukan berbagai strategi.¹⁴

3.2.1.3 Strategi Penetrasi Pasar dan *feedback* untuk Kepuasan Nasabah

Adapun strategi penetrasi pasar dan *feedback* untuk kepuasan nasabah sebagai berikut:

1. Strategi Penetrasi pasar

Hal yang dilakukan dalam menginformasikan produk Tabungan Firdaus iB adalah melalui kegiatan promosi. Promosi merupakan cara yang dilakukan bank dalam menginformasikan barang maupun jasa yang dimiliki oleh bank tersebut secara langsung maupun tidak langsung. Kegiatan yang dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Ranriy Banda Aceh dalam memperkenalkan produk Tabungan Firdaus

¹⁴Kasmir, *Pemasaran Bank*, cct. 4 (Jakarta: Kencana. 2010), hlm. 120

iB adalah membagikan brosur pada setiap event yang dilakukan dan memberikan informasi melalui nasabah-nasabah lainnya.

2. *Feedback* untuk kepuasan nasabah

Strategi pemasaran lain yang dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh adalah memberikan *feedback* atau umpan balik dalam arti nasabah sudah memberikan kepercayaan dananya untuk dikelola oleh pihak bank, pihak bank akan memberikan kepuasan kepada nasabahnya, seperti layanan yang baik terhadap nasabah dan menjaga silaturahmi kepada nasabah.

Jika terhadap nasabah perusahaan atau lembaga yang bukan atas nama perorangan, Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh menjaga hubungan baik dengan perusahaan atau lembaga yang bersangkutan dengan memberikan sovenir Bank Aceh seperti kalender, payung, baju kaos, jam dinding, dan gelas. Ini semua dilakukan untuk menjaga hubungan tetap baik antar nasabah dan bank.

3.3 Teori yang Berkaitan

3.3.1 Pengertian pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta memperutkarkan produk dan nilai dengan pihak lain.¹⁵ American Marketing Assosiation, pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada

¹⁵Kasmir, *Pemasaran Bank...*, hlm. 61

konsumen, serta mengelola hubungan baik dengan konsumen melalui cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik saham.¹⁶

Jadi, dapat disimpulkan pemasaran merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka setiap perusahaan perlu melakukan riset pemasaran, karena dengan melakukan riset pemasaran dapat diketahui keinginan dan kebutuhan konsumen yang sebenarnya.

Sedangkan 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.¹⁷

Tujuan dari pemasaran bank adalah untuk memaksimalkan konsumsi, memaksimalkan kepuasan pelanggan, memaksimalkan pilihan (ragam produk), dan memaksimalkan mutu hidup.¹⁸

3.3.2 Konsep strategi pemasaran bank

Secara umum strategi adalah langkah-langkah yang harus dilakukan oleh semua perusahaan untuk mencapai tujuan.¹⁹ Menurut kamus lengkap Bahasa Indonesia, strategi adalah ilmu menggunakan sumber daya manusia untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam berperang. Rencana langkah-langkah yang dilakukan secara sistematis dalam perang.²⁰

¹⁶Veithzal Rivai Zainal dkk.. *Islamic Marketing Manajemen...*, hlm. 6

¹⁷*Ibid.*, hlm 63

¹⁸*Ibid.*, hlm 66

¹⁹Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004), hlm.

171

²⁰Em Zul Fajri dan Ratu Aprilia Senja, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Edisi revisi, Cet. 3, (2008), hlm.774

Dalam kegiatan pemasaran terdapat beberapa konsep yang mana masing-masing konsep memiliki tujuan yang berbeda, adapun konsep-konsep pemasaran bank adalah sebagai berikut:²¹

1. Konsep produksi

Konsep ini menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dan selaras dengan kemampuan mereka dan oleh karenanya manajemen harus berkonsentrasi pada peningkatan efisiensi produksi dan efisiensi distribusi. Konsep produksi merupakan salah satu falsafah tertua yang menjadi penuntun para penjual. Konsep ini menekankan pada volume produksi atau distribusi yang seluas-luasnya dengan harga ditekan serendah mungkin.

2. Konsep produk

Konsep produk berpegang teguh bahwa konsumen akan menyenangi produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang paling baik serta memilih keistimewaan yang mencolok. Oleh karena itu, perusahaan harus mencurahkan upaya terus menerus dalam perbaikan produk. Konsep ini menimbulkan adanya *marketing Nyopia* (peniandangan yang dangkal terhadap pemasaran). Secara umum konsep produk menekankan kepada kualitas penampilan, dan ciri-ciri yang terbaik.

3. Konsep penjualan

Kebanyakan konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk, terkecuali perusahaan menjalankan suatu usaha promosi dan penjualan yang kokoh. Oleh karena itu, perusahaan harus menjalankan usaha-usaha promosi dan penjualan dalam rangka memengaruhi konsumen. Konsep penjualan biasanya diterapkan pada produk-produk asuransi atau ensiklopedia juga untuk

²¹*Ibid.*, hal. 70.

lembaga nirlaba seperti parpol. Dalam konsep ini kegiatan pemasaran ditekankan lebih agresif melalui usaha-usaha promosi yang gencar.

4. Konsep pemasaran

Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk mencapai sasaran organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran. Kemudian kunci yang kedua adalah pemberian kepuasan seperti yang diinginkan oleh konsumen secara lebih efektif dan lebih efisien dari yang dilakukan pesaing.

5. Konsep pemasaran kemasyarakatan

Konsep pemasaran kemasyarakatan menyatakan bahwa tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan minat pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing sedemikian rupa, sehingga dapat mempertahankan dan mempertinggi kesejahteraan masyarakat. Konsep pemasaran kemasyarakatan merupakan konsep yang bersifat kemasyarakatan, konsep ini menekankan kepada penentuan kebutuhan, keinginan dan minat pasar serta memberikan kepuasan, sehingga memberikan kesejahteraan konsumen dan masyarakat. Bagi dunia perbankan konsep yang paling tepat diaplikasikan adalah konsep pemasaran yang bersifat kemasyarakatan atau paling tidak menggunakan konsep pemasaran. Dalam kedua konsep itu jelas tertuang bahwa pelanggan benar-benar harus diperhatikan. Tujuan adalah agar pelanggan tetap setia menggunakan produk atau jasa-jasa yang dihasilkan oleh bank.

3.3.3 Pengertian *mudharabah*

Mudharabah adalah suatu akad kerja sama kemitraan berdasarkan prinsip berbagi untung dan rugi, dilakukan sekurang-kurangnya oleh dua

Dari ayat di atas dapat disimpulkan mengenai akad mudharabah, jika telah dipercayakan oleh orang lain dalam melakukan suatu hal atau mengelola suatu usaha, maka kita harus mengelolanya dengan baik sesuai dengan yang telah diamanatkan kepada kita.

b.As-Sunah

Adapun landasan hukum mengenai *mudharabah* yaitu:

عَنْ صَحَابِيٍّ ، قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : ثَلَاثٌ فِيهِنَّ
الْبِرْكَةُ ، النَّيْعُ إِلَى أَجَلٍ ، وَالْمُقَارَضَةُ ، وَاخْتِلاطُ الرَّبِّ بِالشُّعَيْرِ ، لِالْبَيْتِ لَا
لِلنَّيْعِ .

Dari Shalih bin Suaib r.a bahwa Rasulullah SAW bersabda, *"tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkahan: jual beli secara tangguh, muqaradhadh (mudharabah), dan mencampuradukkan dengan tepung untuk keperluan rumah bukan untuk dijual. "* (HR. Ibnu Majah)

Dari hadist di atas dapat kita simpulkan juga, bahwa jual beli secara mudharabah diperbolehkan dalam syariah.

3.4 Evaluasi Kerja Praktik

Setelah menjalani berbagai kegiatan kerja praktik pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh, seperti yang sudah dijelaskan diatas banyak hal-hal yang penulis dapatkan ketika berada di PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh tersebut diantaranya kerja sama, tanggung jawab, kedisiplinan, dan kepercayaan.

Berdasarkan kegiatan yang dilakukan selama kerja praktik, salah satu tujuannya adalah untuk mengetahui peran pemasaran untuk meningkatkan minat menabung nasabah pada Tabungan Firdaus iB. Adapun strategi yang dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah Cabang

Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh dalam memasarkan produknya adalah segmentasi dan *targeting pasar*, bauran pemasaran (*marketing mix*), strategi penetrasi pasar dan pemberian *feedback* dari Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-RAniry Banda Aceh untuk kepuasan nasabah.

Strategi pemasaran terhadap produk Tabungan Firdaus iB yang dilakukan oleh *Customer Service* belum mengalami perkembangan pesat disebabkan penabung pada Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry tergolong dan nasabah-nasabah lokal. Persentase nasabah Tabungan Firdaus iB mencapai 95%, dibandingkan tabungan lainnya hanya 5%.²⁴

Selain sirategi pemasaran yang disebutkan di atas, layanan terhadap nasabah juga sangat diperhatikan oleh pihak bank.

²⁴ Wawancara dengan Agus Fianuddin (*customer service*) Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh pada 17 Oktober 2016.

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah disampaikan pada bab sebelumnya tentang Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Menabung Nasabah: Studi Kasus Tabungan Firdaus Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Strategi yang digunakan oleh PT. Bank Aceh Syariah dalam memasarkan produk Tabungan Firdaus iB adalah segmentasi dan target pasar, yaitu membagi pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda sehingga dijadikan sebagai target pasar oleh bank.

Strategi kombinasi yang dilakukan oleh Bank Aceh Syariah dalam memasarkan produk Tabungan Firdaus iB adalah dengan menggunakan konsep *marketing mix*. Unsur-unsur yang terdapat dalam *marketing mix* yaitu *strateg/ product* (produk), *strateg/ price* (harga), *strateg/ place* (lokasi), *strateg/ promotion* (promosi), *people* (orang), *physical evidence* (bukti fisik), *process* (proses). Contohnya, menyebarkan brosur, *open table*, mengadakan *event* serta melakukan berbagai kunjungan pada setiap lapisan masyarakat, instansi ataupun perusahaan.

Strategi penetrasi pasar yaitu menginformasikan produk Tabungan Firdaus iB dengan cara promosi, yaitu menginformasikan produk maupun jasa yang dimiliki oleh bank tersebut. baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan membagikan brosur atau promosi lewat nasabah lainnya.

4.2 Saran

Berdasarkan dari hasil Kerja Praktik pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry Banda Aceh, maka penulis memberikan beberapa masukan dan saran diantaranya:

Untuk dapat terus meningkatkan jumlah nasabah, diharapkan pihak marketing agar terus kreatif dan inovatif dalam mengembangkan dan menawarkan produk Tabungan Firdaus iB kepada masyarakat kampus UIN Ar-Raniry dan sekitarnya, dengan menciptakan kegiatan atau acara yang melibatkan mahasiswa dan masyarakat di sekitar kampus UIN Ar-Raniry.

Khusus untuk produk Tabungan Firdaus iB, strategi pemasaran yang sebaiknya adalah dengan menginformasikan tentang kelebihan dan kekurangan produk yang ditawarkan agar calon nasabah dapat tertarik dengan produk tersebut.

Kegiatan pemasaran PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu UIN Ar-Raniry perlu lebih memperhatikan keluhan nasabah dalam melakukan transaksi dengan produk Tabungan Firdaus iB seperti masalah jaringan ATM dan SMS Banking.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir Machmud, Rukhana, *Bank Syariah teori kebijakan dan studi empiris di Indonesia*, Jakarta Erlangga, 2010.
- Em Zul Fajri dan Ratu Aprilia Senja, *Kamts Lengkap Bahasa Indonesia*, Edisi revisi, Cet. 3, 2008.
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, cet. 2 Jakarta: Kencana, 2005.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, cet. 4 Jakarta: Kencana, 2010.
- Muhammad, *Model-Model Akad Pembiayaan di Bank Syariah*, Yogyakarta: LIII Press, 2009
- Muhammad syafi'i antonio, *Bank syariah: dari teori ke praktik* Jakarta: gema insani press, 2001.
- Mukhalul Ilmi SM, *Teori dan praktik lembaga mikro keuangan syariah*, Yogyakarta: press Yogyakarta, 2002.
- Nurhayati, Sri Wasilah, *Akuntansi Syariah di Indonesia*: Edisi 2 revisi, Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Taswan, Manajemen Perbankan: *Konsep Teknik & Aplikasi*, Yogyakarta. UPP STIMYXPN, 2016.
- Veithzal Rivai Zainal dkk., *Islamic Marketing Manajemen*, cet. 1 Jakarta: Bumi Aksara, 2017

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	SK Bimbingan
Lampiran 2	Lembar Kontrol Bimbingan.....
Lampiran 3	Lembar Nilai Kerja Praktik
Lampiran 4	Daftar Riwayat Hidup.....

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Annisa Zuhra
Tempat / Tanggal Lahir : Krueng Geukueh 06 Desember 1994
Jenis Kelamin : Perempuan
Email : Azuhra0612@gmail.com
No. Hp : 081362723517
Alamat : Krueng Geukueh, Aceh Utara
Prodi : Dill Perbankan Syariah
NIM : 041300791

Riwayat Pendidikan

SD/ MI : SD AL-AJLA
SMP/ MTs : MTsS Misbahul Ulum
SMA/ MA : MAS Misbahul Ulum
Perguruan Tinggi : Program DIII Perbankan Syariah, Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam UINAr-Raniry

Data Orang Tua

Nama Ayah : Alm. Adnan Gading
Nama Ibu : Maryani
Pekerjaan Ayah
Pekerjaan Ibu : Wiraswasta
Alamat Orang Tua : Krueng Geukueh, Aceh Utara

Demikianlah daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya, agar dapat digunakan seperlunya

BandaAceh, 17 Juli 2017



Annisa Zuhra.