

LAPORAN KERJA PRAKTIK

**STRATEGI PEMASARAN DALAM PENINGKATAN
JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGANKU
DI PT. BPRS HAREUKAT LAMBARO**



Disusun oleh:

**INDRA LESMANA
NIM: 041200681**

**PROGRAM DIPLOMA III PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2016 M/1437 H**

LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR HASIL LKP

LAPORAN KERJA PRAKTIK

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

Dengan Judul :

STRATEGI PEMASARAN DALAM PENINGKATAN JUMLAH NASABAH
PRODUK TABUNGANKU DI PT. BPRS HAREUKAT LAMBARO

Disusun Oleh :

Indra Lesmana
NIM: 041200681

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

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Nilam Sari, M.Ag
NIP: 197103172008012007

Marwiyati, SE, MM
NIP: 197404172005012002

Mengetahui,
Ketua Prodi D-III Perbankan Syariah,

Dr. Nilam Sari, M.Ag
NIP: 197103172008012007



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Dekan: Sheikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp: 0651-7557442 Situs: www.syariah.ar-raniry.ac.id

LEMBARAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Indra Lesmana
Nim : 041200681
Program Studi : D3 Perbankan Syari'ah
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,
Yang menyatakan

Indra Lesmana

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	Ket	No	Arab	Latin	Ket
1		Tidak dilambangkan		16			t dengan titik dibawahnya
2		b		17			z dengan titik dibawahnya
3		t		18		‘	
4			s dengan titik diatasnya	19		g	
5		j		20		f	
6			h dengan titik dibawahnya	21		q	
7		Kh		22		k	
8		d		23		l	
9			z dengan titik diatasnya	24		m	
10		r		25		n	
11		z		26		w	
12		s		27		h	
13		sy		28		’	
14			s dengan titik dibawahnya	29		y	
15			d dengan titik dibawahnya				

2. Konsonan

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
	<i>Fat ah</i>	A
	<i>Kasrah</i>	I
	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
	<i>Fat ah</i> dan ya	Ai
	<i>Fat ah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa* هول : *haulā*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf , transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
/	<i>Fat ah</i> dan <i>alif</i> atau ya	
	<i>Kasrah</i> dan ya	
	<i>Dammah</i> dan wau	

Contoh:

: *q la*

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543 b/U/1987 tentang Transliterasi Huruf Arab ke dalam Huruf Latin.

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidakdilambangkan	16	ط	
2	ب	b	17	ظ	
3	ت	t	18	ع	'
4	ث	s	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح		21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ		24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ع	'
14	ص		29	ي	Y
15	ض	D			

Konsonan

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal (*monoftong*) dan vokal rangkap (*diftong*).

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fat ah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
	<i>Fat ah</i> dan ya	Ai
	<i>Fat ah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauila*

2. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf ,transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
ﻻَ	<i>Fat ah</i> dan <i>alif</i> atau ya	
ﻻِ	<i>Kasrah</i> dan ya	
ﻻُ	<i>Dammah</i> dan wau	

Contoh:

: *al-mur bahah*

: *al-mud rabah*

: *al-musy rakah*

3. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta marbutah () hidup

Ta marbutah () yang hidup atau mendapat harkat *fat ah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta marbutah () mati

Ta marbutah () yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhirkatanya ta marbutah () diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua

kata itu terpisah maka ta *marbutah* () itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rau ah al-a f l / rau atula f l*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Mad nah al-Munawwarah/*

al-Mad natulMunawwarah

طلحة : *al ah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti Syafi'I Antonio. Sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: amad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Aceh bukan Atjeh; Beirut, bukan Bayrut dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukanTasawuf.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan mengucapkan syukur alhamdulillah kehadiran Allah SWT karena dengan berkat rahmat dan karunianya penulis telah dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik (LKP) yang berjudul “**Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Tabunganku di PT. BPRS Hareukat Lambaro**” Serta tak lupa pula shalawat beriring salam dihaturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari alam jahiliyah ke alam penuh dengan ilmu pengetahuan dan peradaban.

Laporan Kerja Praktik (LKP) ini dibuat sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Diploma III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Darussalam, Banda Aceh.

Dalam penulisan Laporan Kerja Praktik (LKP) ini, disadari sepenuhnya bahwa masih banyak kekurangan karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki, untuk itu sangat diharapkan saran serta kritikan yang membangun demi kesempurnaan Laporan Kerja Praktik (LKP) ini.

Keberhasilan dalam menyelesaikan laporan ini tidak lepas dari bimbingan dan saran dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih, yang tidak terhingga kepada :

1. Ibunda dan ayah tercinta serta keluarga yang telah memberi dorongan, semangat serta dukungan yang tiada henti-hentinya dalam perjuangan penulis saat berada dibangku perkuliahan.
2. Dr. Nazaruddin A. Wahid, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam DIII Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Syahminan, S.Ag., M.Ag selaku Penasehat akademik (PA) penulis selama menempuh pendidikan di jurusan Diploma III Perbankan Syariah, sekaligus Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Dr. Nilam Sari, M.Ag sebagai pembimbing I penulis dalam menyelesaikan LKP ini dan sekaligus selaku Ketua Prodi Diploma III Perbankan Syari'ah, serta seluruh staf pengajar dan seluruh pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu penulis dalam pengurusan Administrasi selama penulisan LKP.
5. Marwiyati, SE, MM sebagai pembimbing II penulis yang juga telah banyak meluangkan waktunya dalam membimbing penulis demi kesempurnaan LKP ini.
6. Dr. Hafas Furqani, M. Ec selaku ketua laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag selaku sekretaris Jurusan Diploma III Perbankan Syariah.

8. Rasyidin AR selaku direktur utama PT. BPRS Hareukat Lambaro Aceh Besar beserta staf dan karyawan yang telah memberikan segala bantuan selama penulis melakukan Kerja praktik Lapangan.
9. Zulfan Yusuf, SH., MBA. Selaku Direktur PT.BPRS Hareukat Lambaro Aceh Besar, yang telah meluangkan waktu dan tenaga dalam memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan Laporan Kerja Praktek (LKP) ini.
10. Sahabat-sahabatku Vona, Rita, nanda, Murtaza, Romy, Mufhat, Ides, Kafrawi, dan seluruh teman-teman seperjuangan di Diploma III Perbankan Syari'ah, dan sahabat-sahabat yang telah ikut mendoakan penulis untuk menyelesaikan LKP ini.

Terima kasih atas segala bantuan yang telah diberikan. Semoga kebaikan dan doa kalian semua mendapat limpahan rahmat dari Allah SWT, baik di dunia maupun di akhirat kelak. Amin.

Banda Aceh, 14Maret 2016

Penulis

(Indra Lesmana)

Ringkasan Laporan

Nama : Indra Lesmana
NIM : 041200681
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/D-III Perbankan Syariah
Judul Laporan : Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Nasabah Produk Tabunganku di PT. BPRS Hareukat Lambaro
Tanggal Sidang : 08-Maret-2016
Tebal LKP : 41 Halaman
Pembimbing I : Dr. Nilam Sari, MA
Pembimbing II : Marwiyati, SE, MM.

PT. BPRS Hareukat Lambaro Aceh Besar yang beralamat di Jl. Masjid No.18 Pasar Lambaro Aceh Besar yang merupakan salah satu lembaga keuangan yang berperan dalam dunia bisnis ekonomi kontemporer, dimana kemajuan perekonomian sangat mempengaruhi kehidupan masyarakat baik dalam menghimpun dana maupun menyalurkan dana. Selama mengikuti Kerja Praktik di PT. BPRS Hareukat Lambaro Aceh Besar, dalam jangka waktu satu bulan setengah atau lebih kurang 30 hari kerja, penulis melakukan beberapa kegiatan pada bagian *Customer Service*, dan *Account Officer*. Adapun tujuan yang ingin dibahas dari penulisan Laporan Kerja Praktik adalah untuk mengetahui strategi dalam memasarkan produk Tabunganku pada PT. BPRS Hareukat Lambaro Aceh Besar. Strategi pemasaran produk Tabunganku yang telah dilakukan oleh PT. BPRS Hareukat Lambaro Aceh Besar dalam memasarkan produknya sangat baik dan terarah, strategi pemasaran PT. BPRS Hareukat Lambaro Aceh Besar dilakukan melalui berbagai cara antara lain sistem pengambilan langsung dan penyebaran brosur pada tempat-tempat yang strategis. Sehingga PT. BPRS Hareukat Lambaro Aceh Besar selalu mendapatkan kepercayaan masyarakat dalam mengelola dana yang disimpan.

DAFTAR ISI

LEMBARAN JUDUL	
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN LKP	i
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR	ii
LEMBAR PENGESAHAN HASIL SEMINAR	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN TRANSLITERASI	vii
DAFTAR ISI	x
RINGKASAN LAPORAN	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB SATU : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Kerja Praktik	3
1.3 Kegunaan Kerja Praktik.....	3
1.4 Prosedur Pelaksanaan Kerja Praktik	4
BAB DUA : SEJARAH SINGKAT PT. BPRS HAREUKAT	6
2.1 Sejarah Singkat PT.BPRS Hareukat Lambaro.....	6
2.2 Struktur Organisasi PT.BPRS Hareukat Lambaro.....	7
2.3 Kegiatan Usaha PT. BPRS Hareukat Lambaro.....	13
2.4 Keadaan Personalia PT. BPRS Hareukat Lambaro	16
BAB TIGA : HASIL KEGIATAN KERJA PRAKTIK	18
3.1 Kegiatan Kerja Praktik	18
3.1.1 Bagian Pembiayaan	18
3.1.2 Bagian Operasional.....	19
3.1.3 Bagian Marketing	20
3.2 Bidang Kerja Praktik	20
3.2.1 Strategi Pemasaran dalam Peningkatan Jumlah Nasabah Produk TabunganKu di PT. BPRS Hareukat Lambaro.....	21
3.3 Teori yang berkaitan.....	23
3.3.1 Pengertian Strategi Pemasaran Bank	23
3.3.2 Karakteristik Pemasaran Syariah	25
3.3.3 Landasan Pemasaran Dalam Islam	26
3.3.4 Tujuan pemasaran	27
3.3.5 Pengertian Penghimpunan Dana	27
3.3.6 Sistem Penghimpunan dana Bank Perkreditan Rakyat Syariah	29
3.4 Evaluasi Kerja Praktik.....	31
BAB EMPAT PENUTUP	33
4.1 Kesimpulan.....	34
4.2 Saran.....	34
DAFTAR PUSTAKA	35
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	37
LAMPIRAN-LAMPIRAN	38

BAB SATU

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹ Bagi Masyarakat sebutan bank bukanlah hal yang asing lagi karena bank merupakan salah satu dan aktivitas ekonomi yang terpenting dan sebagai suatu sistem yang dibutuhkan dalam suatu negara. Dengan kata lain, kemajuan bank di suatu negara dapat dijadikan ukuran kemajuan negara yang bersangkutan.² Oleh sebab itu, bank akan membantu perekonomian masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya.

Undang-undang perbankan Nomor 7 Tahun 1992 menyebutkan badan perbankan di Indonesia menganut *dual banking system* yaitu bank umum dan bank Bagi Hasil. Berubahnya undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 menjadi Undang-undang Nomor 10 tahun 1998 menyatakan bahwa sistim perbankan di Indonesia menyangkut dua sistim yaitu Bank Konvensional dan Bank Syariah.³

Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah menyebutkan bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Undang-undang tersebut juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan mengkonvensikan diri secara total menjadi bank

¹ Abu Muhammad Dwiono koesen Al Jambi, Ayo ke Bank Syariah, (Jakarta. Pustaka Ishlahul, Ummah, Cet. 1. 2013) hlm. 4

² Kasmir, *Pemasaran Bank Edisi Revisi*, (Jakarta:Kencana, 2010),hlm 7

³ *Sejarah Perkembangan Hukum Perbankan di indonesia*. Di akses melalui situs: [http://omperi .wikidot.com/sejarah-hukum-perbankan-syariah-di-indonesia](http://omperi.wikidot.com/sejarah-hukum-perbankan-syariah-di-indonesia) diakses tanggal 2 Februari 2016

syariah. Prinsip utama yang menjadi keunggulan Bank Syariah adalah larangan adanya praktik riba dalam berbagai bentuk transaksi, melakukan kegiatan usaha dan jual beli berdasarkan perolehan yang sah. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.⁴ BPRS merupakan bank syariah yang telah lama berkembang di masyarakat. BPRS juga bank syariah yang sangat diminati oleh masyarakat terutama kalangan masyarakat yang berpenghasilan menengah ke bawah. Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasaran untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan pelanggan diantaranya ada 4P *product, price, place, promotion*.⁵ Promosi adalah salah satu strategi pemasaran yang dilakukan untuk memberikan kepuasan dan loyalitas kepada nasabah melalui sistim jemput bola (*door to door*) melalui pemasaran langsung. Strategi dimana kita sebagai penyedia jasa/penjual produk melakukan kegiatan pemasaran secara aktif dengan menghubungi calon pelanggan satu demi satu.

Sistem jemput bola dirasakan sangat mempermudah nasabah. Hampir disemua lembaga keuangan syariah mikro memakai sistim strategi pemasaran jemput bola. Fasilitas ini memberikan kemudahan kepada nasabah untuk menyimpan dana yang mereka miliki setiap harinya sebagai investasi di masa depan secara rutin. Sistim jemput bola juga merupakan salah satu pelayanan langsung yang diberikan oleh PT. BPRS Hareukat Lambaro baik pelayanan pendanaan, pembiayaan, maupun *costumer service* kepada nasabah. Kemudahan ini dapat menumbuhkan sikap loyalitas nasabah terdapat PT BPRS Hareukat Lambaro. Berdasarkan uraian di atas, maka Laporan Kerja Praktik (LKP) dituangkan dengan judul **“Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Jumlah Nasabah Produk TabunganKu Di PT. BPRS Hareukat Lambaro”**.

⁴ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: kencana, (2010), hlm 62.

⁵ Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: CV Andi Offsite, 2014), hlm 41.

1.1 Tujuan Kerja Praktik

Tujuan laporan kerja praktik ini adalah untuk mengetahui Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Jumlah Nasabah Produk TabunganKu Di PT. BPRS Hareukat Lambaro.

1.2 Kegunaan Kerja Praktik

1. Khazanah Ilmu Pengetahuan

Hasil Laporan Kerja Praktik ini dapat menjadikan sumber bacaan bagi pembaca khususnya mahasiswa/i Diploma III Perbankan Syariah khususnya strategi dari PT. BPRS Hareukat Lambaro dalam memasarkan produk tabunganKU kepada nasabah.

2. Masyarakat

Laporan Kerja Praktik (LKP) ini dapat memberikan informasi bagi masyarakat luas dan pihak-pihak yang berkepentingan lainnya untuk lebih mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan strategi pemasaran produk tabunganku dan akad-akad yang terkandung didalamnya.

3. Instansi Tempat Kerja Praktik

Laporan Kerja Praktik (LKP) dapat menjadikan acuan bagi pihak PT. BPRS Hareukat Lambaro untuk mengembangkan produk dimasa yang akan datang dan juga memberikan masukan yang konstruktif kepada instansi untuk di amplikasikan dalam dunia kerja.

4. Penulis

On the job training ini berguna untuk memahami praktik kerja yang ada. Selain itu, Laporan Kerja Praktik ini merupakan salah satu persyaratan akademis yang harus dilakukan oleh mahasiswa, untuk menyelesaikan studi pada Program Diploma III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh serta memahami

1.3 Prosedur Pelaksanaan Kerja Praktik

Setiap mahasiswa program DIII-Perbankan Syariah sebelum melakukan kerja praktik harus menyelesaikan setiap mata kuliah yang ditetapkan dan sudah mengikuti *briefing* atau tata cara pelaksanaan kerja praktik yang diberikan oleh pihak jurusan DIII-Perbankan Syariah. Prosedur awal, penulis mendaftarkan ke jurusan dengan mengisi formulir yang disediakan dan mengikuti tes membaca Al-Quran kemudian pihak prodi DIII-Perbankan Syariah mengeluarkan surat kerja sama kepada instansi terkait yang penulis ajukan yaitu PT. Bank Aceh Cabang Syariah Banda Aceh. Setelah pihak sumber daya manusia PT. Bank Aceh menyetujui kerja praktik dan mengeluarkan surat balasan untuk jurusan DIII-Perbankan Syariah maka penulis sudah bisa melakukan kerja praktik.

Penulis melakukan *job training* di PT. Bank Aceh Cabang Syariah Banda Aceh selama lebih kurang satu setengah bulan atau 30 hari masa kerja terhitung dari 18 Agustus – 29 September 2015, penulis melakukan kegiatan yang sesuai dengan arah karyawan dan aturan bank yang dimana diantaranya kedisiplinan jam masuk kerja yaitu pukul 07:30 wib yang dimulai dengan arahan pimpinan bank disertai doa. Selain itu penulis juga melakukan berbagai kegiatan diantaranya mengarsip data harian, mengagenda slip setoran, slip penarikan, *cheque*, bukti kas keluar (BKK), membantu mengecek kelengkapan nasabah, menjadi operator telepon, mengarsip dukungan bank, menerima permohonan bank garansi.

Setelah semua prosedur dan kerja praktik penulis lakukan, penulis diharuskan atau diwajibkan untuk membuat LKP (Laporan Kerja Praktik). Penulis harus memilih satu judul yang sesuai dengan bidang kajian yang penulis lakukan ditempat kerja praktik dan tersedianya sumber data dan rujukan yang memadai untuk mengkonsultasikan dengan ketua Lab. Setelah judul disepakati oleh ketua Lab, selanjutnya penulis menyusun LKP tahap awal yang terdiri dari latar belakang, tujuan kerja praktik, kegunaan kerja praktik, prosedur

pelaksanaan kerja praktik. Setelah LKP tahap awal selesai, penulis menyerahkan pada ketua prodi untuk ditetapkan dosen pembimbing. Penulis akan melakukan bimbingan secara lebih mendalam pada dosen pembimbing yang telah ditunjukkan oleh jurusan untuk menyelesaikan tugas akhir studi di jurusan D-III Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

BAB DUA

TINJAUAN LOKASI KERJA PRAKTIK

2.1 Sejarah Singkat PT. BPRS Hareukat Lambaro

Bank pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) didirikan dari ide Bapak H. Ibrahim Hasan yang menjabat Gubernur Aceh (1989). Seiring dengan berjalannya waktu, lembaga keuangan ini sangat di butuhkan oleh masyarakat Aceh yang mayoritas muslim.¹ Hal ini bertujuan untuk menunjang kegiatan ekonomi berjalan sesuai dengan syariat.

Pada tanggal 6 Juli 1990 diadakan pertemuan yang di hadiri oleh berbagai kalangan terutama dari kalangan ulama, perbankan serta lembaga keuangan dengan tujuan untuk merumuskan konsep zakat dan konsep bank yang menentukan operasional Bank Islam. Kemudian tanggal 2 Oktober 1990 dirumuskanlah anggaran dasar Bank Islam dengan memberikan nama Bank Pembiayaan Rakyat Medua Laba dengan modal sebesar Rp 200.000.000.

Konsep Bank Islam disetujui oleh Bapak Gubernur, akan tetapi beliau berubah nama bank menjadi “Hareukat”. Selanjutnya, Tanggal 10 November 1991 secara resmi PT. BPRS Hareukat beroperasi, dengan izin usaha dari Menteri

¹ Buku panduan BPRS Hareukat, hlm. 5.

Keuangan Republik Indonesia No. Kep-307/MK.13/1991 pada Tanggal 7 Oktober 1991.²

Berdasarkan operasional perbankan, PT. BPRS Hareukat Lambaro mempunyai landasan hukum, yaitu:³

1. Izin Prinsip

Pendirian PT. BPRS Hareukat Lambaro Aceh Besar telah mendapat persetujuan dari Menteri Keuangan RI No. 5-119/MK.13/1991. Bank ini didirikan atas Akte Notaris Husni Usman, SH No. 152 Tanggal 19 Oktober 1991 dengan perubahan-perubahan dan telah mendapat persetujuan dari Menteri Kehakiman RI No. C12.3718.HT,01.01 tahun 1991 Tanggal 8 Agustus 1991 dan C.17787.HT.01.04 tahun 1994 Tanggal 2 Desember 1994.

2. Izin Usaha

PT. BPRS Hareukat Lambaro Aceh Besar berbentuk Perseroan Terbatas (PT) yang memiliki NPWP 1.524.403-101. Bank ini memperoleh izin usaha dari Bupati Aceh Besar No.SITU 146/SI/P/1992 Tanggal 22 Januari 1992 yang sebelumnya telah memperoleh rekomendasi Bupati No. 508/4364 Tanggal 30 Mei 1991. Selanjutnya Bank Beroperasi setelah mendapat izin usaha dari Menteri Keuangan RI No. Kep. 307/KM.13/1991 Tanggal 7 Oktober 1991 dan Kep. 111/KM.17/1995 Tanggal 1 Mei 1995 Tanggal 1 Mei 1995. Peningkatan modal dasar menjadi Rp. 500.000.000,-dituangkan dalam akte Perseroan No.56 oleh Notaris Husni Usman, SH di Banda Aceh Tanggal 31 Mei 1999.

² *Ibid.*

³ Buku panduan BPRS Hareukat, hlm. 8-10

PT. BPRS Hareukat Lambaro menjalankan konsep bank syariah dengan sistem bagi hasil, mengikuti tata cara yang berdasarkan Al-Qur'an dan Al-Hadist.⁴ Dengan demikian, PT. BPRS Hareukat yang beroperasi secara islami, secara teoritis sudah dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang menganggap bunga bank itu adalah riba.

PT. BPRS Hareukat merupakan BPRS pertama di Provinsi Aceh yang diharapkan dapat berperan lebih luas dalam memacu tumbuh dan berkembangnya sektor riil. Dengan demikian, pertumbuhan dan pemerataan ekonomi dapat dirasakan secara penuh oleh masyarakat Aceh, yang pada gilirannya juga memperkuat fundamental ekonomi Indonesia secara menyeluruh.

2.2 Struktur Organisasi PT. BPRS Hareukat Lambaro

Struktur organisasi merupakan hal yang sangat penting untuk diterapkan bagi sebuah perusahaan. Hal ini bertujuan untuk memperjelas batasan wewenang dan tanggung jawab antara satu bagian dengan bagian yang lain. Demikian pula PT. BPRS Hareukat Lambaro mempunyai struktur sendiri dengan tujuan memungkinkan pembagian tugas dan wewenang yang baik dalam rangka mencapai tujuan perusahaan.

Struktur Organisasi Bank Syariah dengan bank Konvensional secara garis besar sama saja, yakni ada komisaris dan direksi beserta perangkat pendukung di bawahnya. Namun, hal yang membedakannya adalah Dewan Pengawas Syariah.

⁴ Brousur PT BPRS Hareukat Lambaro Aceh Besar.

Dewan Pengawas Syariah biasanya diletakkan pada posisi setingkat dengan Dewan Komisaris.⁵

Secara umum, struktur organisasi PT. BPRS Hareukat mempunyai tugasnya masing-masing yang terdiri dari:

1. Dewan Pengawas Syariah adalah dewan yang dibentuk untuk mengawasi jalannya kegiatan bank Islam agar sesuai dengan ketentuan-ketentuan Islam baik itu dari operasional, penerahan dana dan pembiayaan yang dikeluarkannya. Tugas-tugas DPS (Dewan Pengawas Syariah), yaitu:
 - a. Memberikan pedoman atau garis-garis besar syariah baik dalam rangka penerahan dana maupun penyaluran dana serta kegiatan bank lainnya agar sesuai dengan ketentuan syariah.
 - b. Mengadakan perbaikan-perbaikan terhadap produk yang akan dikeluarkan oleh bank seandainya produk-produk tersebut bertentangan dengan hukum Islam.
2. Dewan komisaris terdiri dari satu orang ketua dan beberapa pemegang saham PT. BPRS Hareukat. Tugas Dewan Komisaris adalah menggariskan kebijaksanaan umum bank dan pelaksanaan umum bank dan pelaksanaan kegiatan operasional bank. Kedudukan Dewan Komisaris sejajar dengan Dewan Pengawas Syariah.

⁵ Mustafa Edwin Nasution, dkk., *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 30.

3. Direksi mempunyai tugas pokok memimpin kegiatan sehari-hari, sesuai dengan kebijaksanaan yang digariskan oleh Dewan Komisaris. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan antara lain:
 - a. Memberikan pengarahan kerja dan tugas-tugas kepada masing-masing karyawan sehingga operasional PT. BPRS Hareukat dapat berjalan dengan lancar.
 - b. Mengusahakan agar operasional PT. BPRS Hareukat dapat berjalan sesuai dengan hukum dan ketentuan perbankan serta Syariat Islam.
 - c. Mengadakan analisa mengenai peluang-peluang baru yang dapat di raih dalam rangka pengembangan usaha PT. BPRS Hareukat Lambaro, Aceh Besar.
 - d. Mengusahakan terbinanya hubungan baik dengan pihak ketiga, baik dengan nasabah maupun dengan bank lainnya.
 - e. Melaporkan dan mempertanggung jawabkan operasional PT. BPRS Hareukat kepada Dewan Komisaris.
4. Kabag Operasional
 - a. Memimpin, mengawasi dan mengkoordinir bagian tabungan/deposito serta teller/kasir.
 - b. Merencanakan dan memperkirakan kebutuhan uang untuk transaksi selama satu minggu.
 - c. Mengawasi kelancaran posting buku-buku kas dalam formulir rekapitulasi kas.
 - d. Membuat rekonsiliasi bank, neraca harian dan laporan lainnya.

5. Kasir/Teller

- a. Melayani nasabah dalam melakukan penyetoran dan penarikan dana.
- b. Mengatasi transaksi tabungan, deposito, pinjaman, setoran listrik dan lain-lain.
- c. Bertanggung jawab atas kekurangan saldo kas.
- d. Merencanakan memperkirakan kebutuhan untuk transaksi selama satu minggu.
- e. Sebelum waktu jam kerja berakhir, harus menyelesaikan jumlah perincian mata uang yang ada pada kas untuk setiap harinya.

6. *Costumer Service* (CS)

- a. Memproses aplikasi pembukuan tabungan dan meminta nasabah untuk menyetor atau melakukan penarikan berdasarkan slip yang dibuat
- b. Memberikan nomor rekening tabungan, mencatat jurnal setoran dalam kartu tabungan dan buku tabungan.
- c. Posting bukti-bukti setoran atau pengambilan tabungan kedalam kartu penabung.
- d. Menghitung bagi hasil tabungan dan menambah bukukan ke setiap rekening tabungan.
- e. Menghitung dan melaporkan PPH tabungan setiap bulan.
- f. Menerima formulir pembukuan setoran deposito dari bagian keuangan atau kasir.
- g. Membuat bilyet deposito dengan sistem bagi hasil dan membuat nota perhitungan deposito untuk setiap bulan.

- h. Membuat tanda penarikan kas keluar untuk pembayaran bagi hasil deposito secara tunai, membuat Nota Kredit (CN) untuk pembayaran bagi hasil deposito untuk para deposan yang mempunyai rekening tabungan.
- i. Membuat daftar nomitatif dari deposan untuk setiap bulannya.

7. Bagian Umum

- a. Memimpin, mengawasi dan mengkoordinir bagian pembantu umum.
- b. Membantu penyediaan sarana kebutuhan karyawan agar dapat menjalankan tugasnya dengan baik.

8. Bagian *Information Teknologi* (IT), Sumber Informasi Debitur (SID) dan Jaringan

- a. Mencatat dan mengumpulkan bukti-bukti setoran, pengeluaran kas dalam formulir rekapitulasi kas yang telah disediakan.
- b. Mengelompokkan bukti-bukti setoran, pengeluaran kas dalam kelompok rekening dan mendistribusikan bukti-bukti tersebut.
- c. Mendatangi formulir rekapitulasi kas sebelum didatangi oleh redaksi
- d. Membuat rekomendasi rekening bank berdasarkan data keuangan yang berupa buku besar.
- e. Memeriksa kebenaran kode rekening, bukti-bukti pendukungnya, jumlah uang dan keabsahannya, kemudian membukukan ke dalam buku besar atau kartu tambahan yang bersangkutan.
- f. Menyusun neraca bulanan untuk Bank Indonesia sesuai dengan peraturan Bank Indonesia.

- g. Menyusun laporan likuidasi harian dan mingguan untuk keperluan intern maupun Bank Indonesia.
- h. Bertanggung jawab sepenuhnya atas kebenaran laporan dan bertanggung jawab terhadap direksi.

9. Kabag Pemasaran

- a. Menghitung kolektibilitas dan membuat laporan pembiayaan setiap akhir bulan.
- b. Mempersiapkan surat-surat teguran pembiayaan jatuh tempo dan tunggakan bagi nasabah.
- c. Melakukan laporan analisa keuangan, studi lapangan kelayakan usaha, perencanaan dana jumlah pembiayaan yang di usulkan dan target keuntungan atau pendapatan yang akan diperoleh bank dari usaha nasabah.
- d. Memeriksa keaslian dan kelengkapan jaminan yang diberikan nasabah.
- e. Mempersiapkan surat-surat persetujuan atau penolakan kredit yang dilakukan oleh administrasi kredit.
- f. Melakukan penagihan kredit angsuran atau jatuh tempo baik melalui pengutipan tabungan harian maupun ke tempat nasabah melakukan kegiatan usaha sesuai yang ditentukan direksi.
- g. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat dengan sikap kekeluargaan serta dengan nilai-nilai syariah yang kental.
- h. Memasarkan produk bank dan mencari peluang pengembangan produk bank.

- i. Merencanakan promosi pemasaran antara lain dengan brosur-brosur, memasarkan produk-produk bank ke instansi tertentu, sekolah-sekolah atau tempat-tempat yang dianggap perlu.
- j. Mencari peluang pengembangan produk bank di wilayah Aceh Besar.
- k. Memberikan informasi produk bank kepada masyarakat dengan jelas, *lengkap, ringkas, dan penuh ramah tamah.*
- l. Memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat dengan mengutamakan sikap kekeluargaan serta nilai-nilai syariah yang kental berdasarkan tuntutan Al-Qur'an dan Hadit.

10. *Funding Officer* (FO) /*Loan Officer* (LO)

- a. Memasarkan produk tabungan/pembiayaan kepada nasabah.
- b. Mencarikan nasabah untuk membuka tabungan/pembiayaan.
- c. Menjemput tabungan/setoran pembiayaan nasabah, dan lain-lain.

11. Legal & ADM Pembiayaan

- a. Mengadministrasikan data-data nasabah pembiayaan.
- b. Mendokumentasikan nasabah yang termasuk dalam kategori Lancar, Perhatian Khusus, Kurang Lancar, Diragukan, dan Macet.
- c. Mencatat jumlah setoran nasabah pembiayaan pada kartu pembiayaan setelah AO melakukan penjemputan setoran tersebut

12. Remedial

- a. Mengidentifikasi nasabah yang kurang lancar dan di klasifikasikan berdasarkan wilayah dan *flapond.*

- b. Melakukan komite pembiayaan atas setiap permasalahan yang ditemukan pada nasabah.
- c. Melakukan penarikan aset/jaminan kepada nasabah sesuai dengan prosedur yang ditetapkan oleh Bank.
- d. Melakukan koordinasi terkait nasabah tidak lancar.
 - a. Membuat evaluasi remedial dan rencana kerja bulan berikutnya.

2.3 Kegiatan Usaha PT. BPRS Hareukat Lambaro

PT. BPRS Hareukat Lambaro juga melakukan kegiatan yang sama dengan BPRS lainnya yang sesuai dengan ketentuan syariah. Beberapa kegiatan PT. BPRS Hareukat Lambaro antara lain.⁶

1. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk Tabungan TAHARA (Tabungan Hareukat), SIMAH (Simpanan Amanah), dan lain-lain
2. Menempatkan simpanan pada lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan bukan bank.
3. Memberikan pembiayaan untuk kegiatan usaha masyarakat yang dinilai produktif.
4. Memberikan jasa perbankan lainnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Fasilitas lain yang disediakan oleh PT. BPRS Hareukat dalam rangka mengerahkan dana masyarakat yaitu menitip zakat, infaq, dan sadaqah, mempersiapkan Ongkos Naik Haji (ONH), merencanakan qurban, aqiqah,

⁶ Brousur PT BPRS Hareukat Lambaro Aceh Besar Tahun 2015

sunatan, mempersiapkan pendidikan, pemilikan rumah, kendaraan. Selain itu, Bank juga dimanfaatkan untuk menitip dana yayasan masjid, sekolah, dan pesantren, organisasi dan badan usaha, dan lain-lain.

2.3.1 Penghimpunan Dana

Produk-produk penghimpunan dana yang di tawarkan oleh PT. BPRS Hareukat Lambaro adalah sebagai berikut:⁷

1. Tabungan Hareukat (TAHARA) merupakan simpanan yang berbentuk komersial dan diperuntukkan kepada para pengusaha, mahasiswa serta masyarakat dalam semua lapisan, dengan menggunakan akad *Wadi'ah (yaddhomanah)*.
2. Simpanan Amanah (SIMAH) Bank menerima titipan Amanah berupa dana infaq, Shadaqah dan Zakat kaena Bank dapat menjadi perpanjangan tangan Baitul Maal dalam penyimpanan dana, menyalurkan dana ummat agar dapat memanfaatkan secara optimal (sesuai perintah) dengan menggunakan akad penerimaan titipan ini adalah *Wadhi'ah (yaddhomanah)*.
3. Tabungan Qurban dan Aqiqah merupakan simpanan pihak ketiga pada PT. BPRS Hareukat yang dihimpun untuk ibadah Qurban atau pelaksanaan Aqiqah dengan penarikan yang dilakukan pada saat nasabah akan melaksanakan ibadah Qurban/Aqiqah atau atas kesepakatan pihak Bank dan nasabah.

⁷ *Ibid*

4. Tabungan Mardhatillah (TAMAR) merupakan simpanan pihak ketiga di PT. BPRS Hareukat yang dihimpun untuk mempersiapkan pelaksanaan program Santunan Yatim dan Fakir Miskin, yang penarikan dapat dilakukan pada saat melaksanakan kegiatan santunan, atau atas kesepakatan antara bank dan nasabah.
5. Simpanan Pelajar Islam Indonesia (SIMPELIS) merupakan produk yang dikeluarkan secara individu yang diperuntukkan pelajar/santri dalam berbagai tingkat dan jenis lembaga pendidikan, dengan setoran awal minimal Rp. 5000,-. SIMPELIS disahkan/difatwakan oleh Dewan Pengarah Syariah pada akhir Desember 1996, dengan menggunakan akad *Mudharabah*.
6. TabunganKU merupakan produk yang diperuntukkan untuk semua kalangan yang diterbitkan secara bersama oleh bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
7. Tabungan Haji/Umrah merupakan titipan atau dana yang berbentuk *Wadi'ah Amanah*, artinya penabung baru dapat menarik dana tersebut pada saat penabung akan menunaikan Ibadah Haji/Umrah, atau pada kondisi-kondisi tertentu sesuai dengan perjanjian antara Nasabah dan Bank. Keunggulan produk ini adalah memberikan kemudahan kepada penabung untuk dapat mewujudkan keinginannya, dengan cara memberikan Talangan pembiayaan berjangka pendek dan dapat diselesaikan setelah penabung ke tanah air.

2.3.2 Penyaluran Dana

Akad-akad yang digunakan PT. BPRS Hareukat Lambaro dalam melakukan transaksi pembiayaan adalah sebagai berikut:⁸

1. *Murabahah* merupakan pembiayaan modal kerja dengan sistem jual beli, artinya pihak Bank bertindak sebagai *Shahibul maal* dengan menetapkan harga jual kepada nasabah (*Mudharib*) atas suatu jenis barang tertentu yang di sepakati di depan.
2. *Mudharabah* merupakan pembiayaan modal kerja dengan sistem bagi hasil, artinya besaran keuntungan yang akan diperoleh antara Bank dan nasabah dapat disepakati di depan (pada saat akad), sementara nilai rillnya baru dapat diterima berdasarkan keuntungan bersih yang diterima nasabah dari pengelolaan usahanya.
3. *Musyarakah* merupakan pembiayaan modal kerja secara bersama antara Bank dan nasabah dalam membiayaan suatu produk tertentu.
4. *Bai' Bitsaman Ajil* merupakan transaksi jual beli dengan pembayaran cicilan. Pembayaran ini hampir sama dengan pembiayaan investasi dari bank konvensional, jangka waktu pembiayaan biasanya lebih dari satu tahun.
5. *Bai Al-Tajri* merupakan pembiayaan sewa yang berakhir dengan kepemilikan objek sewa ditangan nasabah (jual beli sewa).
6. *Al-Qardhul Hasan* merupakan pembiayaan berbentuk kebajikan tanpa penetapan keuntungan/margin untuk bank, artinya nasabah di berikan

⁸ *Ibid*

kebebasan yang luas untuk menetapkan keuntungan dari modal kerja yang diperolehnya, dan apabila terjadi kegagalan usaha nasabah tidak diwajibkan untuk mengambil modalnya kepada Bank.

2.4 Keadaan Personalia PT. BPRS Hareukat Lambaro

Menurut pengamatan penulis selama melakukan kerja praktik di PT. BPRS Hareukat Lambaro, karyawan bank telah bekerja pada bagian yang telah ditetapkan. Hal ini dapat dilihat dari kedisiplinan mereka dalam bekerja, melalui beberapa indikator seperti masuk kerja tepat pada waktunya, serta fokus terhadap tugasnya masing-masing tanpa ada ikut campur dalam tugas yang lainnya. Namun, mereka tetap saling membantu sesamanya ketika yang lainnya mengalami kesulitan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kerjasama mereka cukup baik antara satu dengan yang yang lainnya. PT. BPRS Hareukat Lambaro mempunyai 16 orang karyawan yang mengisi berbagai posisi kerja. Penjelasan mengenai keadaan personalia berdasarkan beberapa kategori yaitu, berdasarkan umur, tingkat pendidikan terakhir, jenis kelamin, deskripsi posisi kerja dan lama bekerja, yang akan dijelaskan secara lebih rinci sebagai berikut:

1. Umur

Karyawan PT. BPRS Hareukat Lambaro terdapat 5 orang yang berusia 25 tahun sampai 28 tahun, 4 orang yang berusia 29 tahun sampai 35 tahun, 6 orang yang berusia kurang dari 53 tahun dan 53 tahun, dan 1 orang yang berusia 76 tahun, sehingga total karyawan berjumlah 16 orang.

2. Tingkat Pendidikan Terakhir

Karyawan yang berkerja di PT. BPRS Hareukat Lambaro mempunyai *background* pendidikan yang berbeda-beda, mulai dari SMK, SMA, Diploma, dan Sarjana. Karyawan yang berpendidikan terakhirnya SMK sebanyak 2 orang, SMA sebanyak 4 orang, Diploma sebanyak 5 orang, dan sarjana sebanyak 5 orang.

3. Jenis Kelamin

PT. BPRS Hareukat mempunyai 16 orang yang terdiri 11 karyawan laki-laki dan 5 orang karyawan wanita.

5. Deskripsi Posisi Kerja

Karyawan yang berkedudukan di bagian Komisaris utama, Komisaris, Direktur Utama, Direktur, Kabag Pemasaran, Kabag Operasional, *Teller*, *Costumer Service*, bagian TI, SID, dan Jaringan masing-masing berjumlah 1 orang. Bagian lainnya seperti *Funding Officer & Loan Officer* dan bagian umum terdapat 3 orang, Legal dan Administrasi pembiayaan terdapat 2 orang dan 4 orang di bagian remedial

6. Lama Bekerja

Pengalaman kerja karyawan di PT. BPRS Hareukat juga berbeda-beda. Jumlah karyawan yang mempunyai pengalaman kerja di atas 20 tahun berkisar sekitar 3 orang. Karyawan yang bekerja sekitar 12, 9, 8, 7, dan satu tahun masing-masing berjumlah 1 orang. Karyawan lainnya yang bekerja selama 21, 6, 5, dan 2 tahun

masing-masing mempunyai frekuensi 2 orang.

BAB TIGA

HASIL KEGIATAN KERJA PRAKTIK

3.1 Kegiatan Kerja Praktik

Kerja Praktik yang dilaksanakan di PT. BPRS Hareukat Lambaro Aceh Besar berlangsung sesuai prosedur yang telah ditentukan oleh kedua belah pihak yaitu jurusan Diploma III Perbankan Syariah dengan tempat kerja praktik yaitu PT. BPRS Hareukat Lambaro Aceh Besar.

Selama mengikuti kegiatan kerja praktik berlangsung selama 30 hari kerja yang dihitung mulai tanggal 04 Mei s/d 16 Juni 2015 pada PT. BPRS Hareukat Lambaro Aceh Besar. Penulis ditempatkan dibagian AO (*Account Officer*). Di bagian ini penulis melakukan kegiatan sebagai berikut:

- a. Menjemput tabungan nasabah bersama tim marketing.
- b. Membantu nasabah mengisi data pada slip penarikan dan slip setoran.
- c. Mencetak hasil setoran dan penarikan nasabah pada buku tabungan
- d. Menghitung jumlah setoran nasabah.

3.2 Bidang Kerja Praktik

Setelah mendapat rekomendasi dari prodi, kemudian penulis menjalani kerja praktik pada PT. BPRS Hareukat Lambaro Aceh Besar. Penulis mengikuti peraturan serta kegiatan yang berlaku di BPRS Hareukat. Adapun kegiatan yang

dilakukan dibidang AO (*Account Officer*) penulis banyak melakukan kegiatan seperti mengutip setoran tabungan nasabah, memasarkan produk tabungan, menghitung uang setoran nasabah serta, melayani nasabah yang ingin membuka tabungan. Karena itulah, penulis mengambil fokus untuk menyusun laporan kerja praktik yang berhubungan dengan strategi pemasaran produk tabunganku.

Kegiatan utama PT. BPRS Hareukat Lambaro Aceh Besar yaitu mengumpulkan dana tabungan dari masyarakat selanjutnya menyalurkannya kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dana dalam bentuk pembiayaan, adapun cara yang digunakan untuk menghimpun dana ialah dengan cara memasarkan produk yang dimiliki oleh PT. BPRS Hareukat. Salah satu diantara produk tersebut ialah produk Tabunganku, produk ini mayoritas diminati oleh pedagang.

Produk Tabunganku merupakan produk yang ditawarkan kepada masyarakat dengan menggunakan akad *Mudharabah* atau bagi hasil. Nisbah bagi hasil yang ditawarkan kepada nasabah sebesar 35% sampai dengan 65%, dengan biaya transaksi sebesar Rp. 1000,- yang ditanggung oleh nasabah setiap bulannya. Artinya nasabah akan mendapat 35% dari hasil pengelolaan dana yang mereka tabung dan 65% untuk bank.⁹

3.3 Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Tabunganku di PT BPRS Hareukat Lambaro

⁹ PT. BPRS Lambaro, *Investasi Umat Yang Menguntungkan*, (Lambaro: PT. BPRS Hareukat).

Produk Tabunganku pertama dikeluarkan pada tanggal 20 Februari 2010 yang diterbitkan oleh Gubernur Bank BI, tanpa biaya administrasi dan memiliki kemudahan dengan setoran awal Rp 10.000 untuk membuka buku tabungan.¹⁰

Dengan mengandalkan setoran awal yang rendah yaitu sebesar Rp 10.000, produk tabunganku banyak diminati dikalangan pedagang, selain setoran awal yang rendah, lokasi kantor yang strategis juga memudahkan nasabah menjangkaunya.

Lokasi kantor strategis yang terletak pada Jl. Masjid No.18 Pasar Lambaro yang mayoritas penduduknya berprofesi sebagai pedagang menjadi acuan untuk memasarkan produk Tabunganku, pedagang yang berada di sekitar Pasar Lambaro dapat menjangkaunya dengan mudah sehingga dapat menyimpan uang hasil penjualannya di PT. BPRS Hareukat.

Pada prinsipnya ada lima macam strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh perbankan, yaitu:

1. Strategi Penetrasi Pasar

Penetrasi pasar atau penerobosan pasar merupakan usaha perusahaan (bank) meningkatkan jumlah nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas pada pasar saat ini melalui promosi dan distribusi secara aktif. Strategi ini cocok untuk pasar yang sedang tumbuh dengan lamban. Perusahaan berusaha melakukan strategi pemasaran yang mampu menjangkau atau menggairahkan pasar yang sedang tumbuh secara lamban agar mampu tumbuh secara cepat.

2. Strategi Pengembangan Produk

¹⁰ Brosur PT BPRS Hareukat Lambaro Aceh Besar.

Strategi pengembangan produk perbankan merupakan usaha meningkatkan jumlah nasabah dengan cara mengembangkan produk atau memperkenalkan produk-produk baru perbankan. Inovasi dan kreativitas dalam penciptaan produk menjadi salah satu kunci utama dalam strategi ini.

3. Strategi Pengembangan Pasar

Strategi pengembangan pasar merupakan salah satu usaha untuk membawa produk ke arah pasar baru dengan membuka atau mendirikan anak-anak cabang baru yang dianggap cukup strategis atau menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam rangka untuk menyerap nasabah baru. Manajemen menggunakan strategi ini bilamana pasar sudah padat dan peningkatan bagian pasar sudah sangat besar atau pesaing kuat.

4. Strategi Integrasi

Strategi integrasi merupakan strategi pilihan akhir yang biasanya ditempuh oleh para bank yang mengalami kesulitan likuiditas sangat parah. Biasanya yang akan dilakukan adalah strategi diversifikasi horisontal, yaitu penggabungan bank-bank (*merger*).

5. Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi baik diversifikasi konsentrasi maupun diversifikasi konglomerat. Diversifikasi konsentrasi yang dimaksud di sini adalah bank menfokuskan pada suatu segmen pasar tertentu dengan menawarkan berbagai

varian produk perbankan memfokuskan dirinya dalam memberikan berbagai varian produk perbankan kepada kelompok konglomerat (*korporat*).¹¹

Adapun strategi yang digunakan oleh PT. BPRS untuk menghimpun dana produk Tabunganku adalah sebagai berikut :

1. Sistem Pengambilan langsung

Sistem pengambilan langsung adalah salah satu keunggulan yang dimiliki oleh PT. BPRS Hareukat dalam menghimpun dana masyarakat. Dengan adanya sistem ini memudahkan nasabah untuk menabung, petugas bank yang sudah memiliki nasabah tetap turun ke lapangan untuk melayani nasabah akan kebutuhan penyimpanan uang, sehingga nasabah tidak susah payah untuk datang ke bank.

Dengan adanya sistem ini memungkinkan menarik minat calon nasabah baru untuk ikut serta menyimpan dananya pada PT. BPRS Hareukat, sehingga jumlah nasabah setiap tahunnya terus meningkat.

2. Mengoptimalkan layanan

Mengoptimalkan layanan bagi nasabah juga salah satu strategi penghimpunan dana, seperti membantu nasabah membukakan pintu bank, membantu nasabah yang tidak bisa menulis untuk mengisi slip penarikan atau slip setoran serta ramah terhadap nasabah sehingga nasabah lebih nyaman untuk melakukan transaksi di bank. Dengan adanya pelayanan yang memuaskan juga akan menjadikan promosi yang menarik bagi bank karena nasabah tersebut dapat

¹¹ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 79.

menyampaikan kepada keluarga, teman dekat dan orang lain mengenai pelayanan yang didapatkannya pada PT. BPRS Hareukat. Sehingga dapat menaikkan citra PT. BPRS tersebut di mata masyarakat.

3. Memberikan pembiayaan

PT. BPRS Hareukat juga memberikan pembiayaan kepada nasabah yang sedang membutuhkan dana dengan syarat harus membuka rekening tabungan terlebih dahulu. Dengan pembukaan rekening tabungan, maka cicilan kredit setiap bulannya bisa dipotong melalui buku tabungan tersebut. Akad yang digunakan dalam melakukan pembiayaan adalah *mudharabah*, *murabahah*, dan *qardul hasan*.

4. Lokasi kantor yang strategis

Lokasi kantor strategis yang terletak pada Jl. Masjid No.18 Pasar Lambaro memudahkan masyarakat menjangkaunya, ini mudah didatangi baik dengan kendaraan umum ataupun kendaraan pribadi karena untuk menjangkau PT. BPRS Hareukat tidak terlalu jauh masuk ke dalam pasar terutama para pedagang yang berada di sekitar Pasar Lambaro dapat menjangkaunya dengan mudah sehingga dapat menyimpan uang hasil penjualannya di PT. BPRS Hareukat.

5. Setoran pertama pembukaan rekening tabungan rendah

Setoran awal untuk pembukaan rekening Tabunganku pada PT. BPRS Hareukat yaitu sebesar Rp. 10.000,-. Sedangkan pada bank-bank BUMN setoran awal untuk pembukaan rekening tabungan lebih tinggi, ini memungkinkan menarik minat nasabah untuk membuka rekening tabungan baru pada PT. BPRS Hareukat.

Dari beberapa uraian yang penulis sampaikan di atas merupakan strategi PT. BPRS Hareukat dalam menghimpun dana. Strategi tersebut merupakan keunggulan yang diterapkan oleh PT. BPRS untuk menarik minat nasabah.

3.4 Teori yang berkaitan

3.4.1 Pengertian pemasaran bank

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.¹² Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk dan jasa.

Untuk menghadapi pasar sasaran yang ada, perbankan menghadapi banyak kesulitan, seperti munculnya bank baru, pembaharuan teknologi, kemudahan bertransaksi, aneka ragam hadiah dan promosi yang ditawarkan oleh bank, dan sebagainya. Untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah, stabilitas dan kemampuan laba, maka pemasaran dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan tetap fokus pada pasar yang sudah ada. Selain itu bank juga harus memikirkan kemungkinan-kemungkinan untuk membuka cabang-cabang baru atau mendirikan beberapa perwakilan di berbagai tempat yang cukup strategis bagi pengembangan organisasi.

¹² Kasmir. *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008), hlm. 54.

Dalam kegiatan pemasaran terdapat beberapa konsep yang mana masing-masing konsep memiliki tujuan yang berbeda, adapun konsep-konsep yang dimaksud adalah:

1. Konsep Produksi

Konsep ini menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dan selaras dengan kemampuan mereka, konsep ini menekankan kepada 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 memiliki keistimewaan yang mencolok.

3. Konsep Penjualan

Konsep ini kegiatan pemasaran ditekankan lebih agresif melalui usaha-usaha promosi yang gencar. Oleh karena itu, perusahaan harus menjalankan usaha-usaha promosi dan penjualan dalam rangka memengaruhi nasabah.

4. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk mencapai sasaran tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran. Kemudian kunci yang kedua adalah pemberian kepuasan seperti yang diinginkan oleh nasabah.

5. Konsep Pemasaran Kemasyarakatan

Konsep pemasaran kemasyarakatan merupakan konsep pemasaran yang bersifat kemasyarakatan, konsep ini menekankan kepada penentuan kebutuhan, keinginan, dan minat pasar serta memberikan kepuasan, sehingga memberikan kesejahteraan nasabah dan masyarakat.¹³

3.4.2 Karakteristik Pemasaran Syariah

Setiap manusia dapat melakukan apa saja yang diinginkannya, akan tetapi harus selalu sesuai dengan prinsip syariah. Hal hal ini pula yang harus dilakukan oleh seorang *marketing* yaitu memasarkan produk atau jasa serta menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan nilai-nilai syariah, yaitu shiddiq, fathanah, amanah, tabliq, dan istiqamah.¹⁴

Hermawan menguraikan karakteristik dari syariah *marketing* ini terdiridari atas beberapa unsur yaitu:¹⁵

1. Theistis (Rabbaniryah) atau ketuhanan

Theistis yaitu suatu keyakinan yang bulat, bahwa semua gerak gerak manusia selalu berada di bawah pengawasan Ilahi. Oleh sebab itu semua insan harus berperilaku sebaik mungkin, tidak berperilaku licik, suka menipu, mencuri milik orang lain, suka memakan harta orang lain dengan jalan bathil, dan lain-lain, sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an sebagai berikut:

2. Etis

¹³ Kasmir, *Dasar Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2002), hlm 60

¹⁴ M. Nur Rianto Al arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syari'ah*. (Jakarta Alfabeta, 2012) hlm 25-28.

Etis artinya semua perilaku berjalan diatas norma etika yang berlaku umum. Etika adalah kata hati, dan kata hati ini adalah kata yang sebenarnya, *the will of god* , tidak bisa dibohongi. Seorang penipu yang mengoplos barang, menimbun barang, mengambil harta orang lain, dengan jalan yang bathil pasti hati kecilnya berkata lain, akan tetapi karena rayuan setan maka ia tergoda berbuat curang, ini artinya ia melanggar etika, ia tidak mengikuti kata hati sebenarnya.

3. Realistis

Realistis artinya sesuai sesuaidengan kenyataan, jangan mengada-ngada apalagi yang menjurus kepada kebohongan. Semua tindakan penuh dengan kejujuran. Bahkan Rasulullah mengatakan bahwa jika ada menjual barang ada cacatnya, maka katakan kepada calon pembeli, bahwa barang ini sedikit cacat, dan transaksi lainnya.

4. Humanistis

Humanistis artinya berperilaku kemanusiaan, hormat menghormati sesama, *marketing* berusaha membuat kehidupan menjadi lebih baik.

3.4.3. Landasan Pemasaran dalam Islam

Pengertian pemasaran syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategi suatu inisiator kepada stakeholdernya. Oleh karena itu dalam seluruh proses baik penciptaan, penawaran maupun perubahan nilai tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah, maka transaksi apapun dalam islam dibolehkan, selama tidak bertentangan dengan syariah. Oleh karena

itu Allah mengingatkan agar senantiasa menghindari perbuatan dzalim dalam bisnis.¹⁶

Dalam Islam, kriteria dalam pemasaran tentunya perlu didasari pada nilai-nilai yang dikandung dalam Al-Quran, sesuai dengan firman Allah SWT dalam surat

Memakan harta secara batil ini meliputi semua cara mendapatkan harta yang tidak diizinkan atau tidak dibenarkan Allah, yakni dilarang oleh-Nya. Diantaranya dengan cara menipu, menyuap, berjudi, menimbun barang-barang kebutuhan pokok untuk menaikkan harganya, dan semua bentuk jual beli yang haram.

3.4.4. Pengertian Penghimpunan Dana

Kegiatan menghimpun dana merupakan suatu usaha membeli dana dari masyarakat. Kegiatan ini dikenal juga dengan kegiatan *funding*. Kegiatan membeli dana ini dapat dilakukan dengan cara menawarkan berbagai jenis produk simpanan.¹⁷ Adapun maksud dan tujuan bank menghimpun dana masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Sebagai Dana Operasional Bank

Dana yang dihimpun bank dari masyarakat dari jumlah kecil sampai dengan jumlah yang besar selanjutnya akan dikelola dan disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan serta layak untuk mendapatkan pinjaman dalam bentuk pembiayaan. Dengan memberikan pembiayaan kepada masyarakat,

¹⁶ Hanan Wihasto, *Modul Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm.10.

¹⁷ Kasmir, *Dasar Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2002), hlm. 30.

maka bank dapat memperoleh pendapatan dari peminjam atau bagi hasil. Bagi hasil inilah yang merupakan sumber pendapatan utama dari suatu bank. Sehingga kegiatan operasional bank mengalami perkembangan.

2. Sebagai Alat/ Cara Pemerintah dalam Melaksanakan Kebijakan Moneter

Menarik uang yang beredar dari masyarakat, khususnya uang kartal berarti mengurangi jumlah yang beredar, merupakan salah satu cara pemerintah dalam mengendalikan inflasi.

3. Produktivitas Dana

Menghimpun dana melalui lembaga perbankan berarti menghimpun dana yang menganggur untuk dijadikan dana yang lebih produktif dengan jalan disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan modal untuk membiayai usaha-usaha yang produktif atau menghasilkan.¹⁸

Dengan adanya tujuan bank menghimpun dana tersebut, maka akan mempermudah bank dalam mewujudkan pencapaian terhadap rencana penghimpunan dana. Strategi penghimpunan dana bank merupakan suatu langkah kegiatan bank dan merupakan petunjuk bagi bank dalam melangkah untuk mencapai rencana penghimpunan dana. Strategi penghimpunan dana yang diterapkan oleh suatu bank merupakan gambaran dari pelaksanaan rencana kegiatan atau program kerja bank dalam penghimpunan dana untuk mencapai target. Program kerja bank dalam menghimpun dana merupakan penentuan target

¹⁸ Frianto Pandia, *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), hlm.11

dana yang ingin dihimpun oleh bank sehingga dengan target tersebut dapat diukur apakah bank dapat mencapai rencana kerja atau tidak.¹⁹

3.4.5. Sistem Penghimpunan Dana Bank Syariah

Bank Syariah tidak melakukan pendekatan tunggal dalam menyediakan produk penghimpunan dana bagi nasabahnya. Pada dasarnya, dilihat dari sumbernya, dana bank syariah terdiri atas:

a. Modal

Modal adalah dana yang diserahkan oleh para pemilik (*owner*). Dana modal dapat digunakan untuk pembelian gedung, tanah, perlengkapan, dan sebagainya yang secara tidak langsung menghasilkan. Selain itu, modal juga dapat digunakan untuk hal-hal yang produktif, yaitu disalurkan menjadi pembiayaan. Pembiayaan yang berasal dari modal, hasilnya tentu saja bagi pemilik modal, tidak dibagikan kepada pemilik dana lainnya.

b. Titipan (*wadi'ah*)

Salah satu prinsip yang digunakan bank syariah dalam memobilisasi dana adalah dengan menggunakan prinsip titipan. Akad yang sesuai dengan prinsip ini ialah *al-wadi'ah*.

Dalam prinsip ini, bank menerima titipan dari nasabah dan bertanggung jawab penuh atas titipan tersebut. Nasabah sebagai penitip berhak untuk mengambil setiap saat, sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

c. Investasi (*mudharabah*)

¹⁹ Wayan Sudirman, *Manajemen Perbankan Menuju Bankir Konvensional yang Profesional*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 82.

Akad yang sesuai dengan prinsip investasi adalah mudharabah yang mempunyai tujuan kerjasama antara pemilik dana (*shahibul maal*) dengan pengelola dana (*mudharib*), dalam hal ini adalah bank. Pemilik dana sebagai deposan di bank syariah berperan sebagai investor murni yang menanggung aspek *sharing risk* dan return dari bank. Deposan, dengan demikian bukanlah kreditor bagi bank seperti halnya pada bank konvensional.²⁰

Adapun target untuk mencapai tujuan operasional pada BPR Syariah, diperlukan beberapa strategi operasional sebagai berikut:

- a. BPR Syariah tidak bersifat menunggu (pasif) terhadap datangnya permintaan fasilitas, melainkan bersifat aktif dengan melakukan solisitasi/ penelitian kepada usaha-usaha yang berskala kecil yang perlu dibantu tambahan modal, sehingga memiliki prospek bisnis yang baik.
- b. BPR Syariah memiliki jenis usaha yang waktu perputaran uangnya jangka pendek dengan mengutamakan usaha skala menengah dan kecil.
- c. BPR mengkaji pangsa pasar, tingkat kejenuhan serta tingkat kompetitifnya produk yang akan diberi pembiayaan.²¹

Pada prinsipnya ada lima macam strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh perbankan, yaitu:

6. Strategi Penetrasi Pasar

Penetrasi pasar atau penerobosan pasar merupakan usaha perusahaan (bank) meningkatkan jumlah nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas pada

²⁰ M. Sulhan dan Ely Siswanto, *Manajemen Bank Konvensional dan Syariah* (Malang: UIN Malang Press, 2008), hlm. 147.

²¹ Warkum Sumitro, *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait BMI dan Takaful di Indonesia* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), hlm.120.

pasar saat ini melalui promosi dan distribusi secara aktif. Strategi ini cocok untuk pasar yang sedang tumbuh dengan lamban. Perusahaan berusaha melakukan strategi pemasaran yang mampu menjangkau atau menggairahkan pasar yang sedang tumbuh secara lamban agar mampu tumbuh secara cepat.

7. Strategi Pengembangan Produk

Strategi pengembangan produk perbankan merupakan usaha meningkatkan jumlah nasabah dengan cara mengembangkan produk atau memperkenalkan produk-produk baru perbankan. Inovasi dan kreativitas dalam penciptaan produk menjadi salah satu kunci utama dalam strategi ini.

8. Strategi Pengembangan Pasar

Strategi pengembangan pasar merupakan salah satu usaha untuk membawa produk ke arah pasar baru dengan membuka atau mendirikan anak-anak cabang baru yang dianggap cukup strategis atau menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam rangka untuk menyerap nasabah baru. Manajemen menggunakan strategi ini bilamana pasar sudah padat dan peningkatan bagian pasar sudah sangat besar atau pesaing kuat.

9. Strategi Integrasi

Strategi integrasi merupakan strategi pilihan akhir yang biasanya ditempuh oleh para bank yang mengalami kesulitan likuiditas sangat parah. Biasanya yang akan dilakukan adalah strategi diversifikasi horisontal, yaitu penggabungan bank-bank (*merger*).

10. Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi baik diversifikasi konsentrasi maupun diversifikasi konglomerat. Diversifikasi konsentrasi yang dimaksud di sini adalah bank memfokuskan pada suatu segmen pasar tertentu dengan menawarkan berbagai varian produk perbankan memfokuskan dirinya dalam memberikan berbagai varian produk perbankan kepada kelompok konglomerat (*korporat*).²²

3.4 Evaluasi Kerja Praktik

Dari hasil kerja praktik yang penulis dapatkan tentang strategi pemasaran produk tabungan pada BPRS Hareukat dalam menghimpun dana, khususnya produk tabunganku sudah sesuai dengan teori yang penulis dapatkan. Dalam kegiatannya melakukan pemasaran, PT BPRS Hareukat selalu berperan aktif terhadap permintaan nasabah akan kebutuhan fasilitas yang akan memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi keuangan, seperti adanya sistem jemput bola yang memudahkan nasabah untuk menabung, serta adanya pengoptimalan layanan terhadap nasabah. PT BPRS juga sudah mengkaji pangsa pasar akan kebutuhan masyarakat terhadap fasilitas penyimpanan uang yang aman, terutama masyarakat sekitar yang berada di sekitar Pasar Lambaro.

Perusahaan perlu mendirikan kantor cabang di setiap kabupaten, agar masyarakat lain bisa menjadi nasabah di PT. BPRS, dan meningkatkan tingkat promosi ke daerah-daerah lain.

²² M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 79.

BAB EMPAT

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil kerja praktik di BPRS Hareukat Lambaro selama satu bulan setengah atau 30 hari kerja dari 04 Mai 2015 sampai 16 Juni 2015 penulis dapat menyimpulkan beberapa hal yang berhubungan dengan hasil LKP yang sudah penulis paparkan tentang “Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Tabunganku di PT. BPRS Hareukat Lambaro”, lembaga Hareukat menggunakan beberapa strategi diantaranya:

1. Penyediaan sistem jemput bola
2. Pengoptimalan layanan
3. Pemberian pembiayaan
4. Penyediaan lokasi kantor yang strategis
5. Penerapan sistem bagi hasil yang lebih tinggi
6. Pengambilan setoran pertama pembukaan rekening tabungan rendah

Strategi tersebut merupakan keunggulan yang ditawarkan oleh bank BPRS hareukat untuk menarik minat nasabah, sehingga nasabah tertarik untuk menyimpan dananya pada BPRS Hareukat.

Saran

Berdasarkan hasil pengamatan penulis pada PT. BPRS Hareukat Lambaro selama melakukan kegiatan kerja praktik maka penulis memberikan beberapa rekomendasi berikut:

1. Mendirikan kantor cabang di setiap kabupaten sehingga tidak hanya warga di sekitar kantor BPRS yang menjadi nasabahnya.
2. Lebih gencar melakukan promosi kepada masyarakat tentang produk yang dimiliki oleh PT. BPRS Hareukat kepada semua kalangan masyarakat yang dapat dilakukan bertahap kepada masing-masing objek nasabah.
3. Meningkatkan promosi melalui media sosial seperti website, karena saat ini halaman website PT. BPRS Hareukat tidak memuat tentang produk-produk yang dimiliki oleh PT. BPRS Hareukat sendiri.
4. Lebih giat dalam penyebaran brosur PT. BPRS Hareukat di tempat keramaian supaya dapat menjaring nasabah-nasabah baru.

BAB TIGA

HASIL KEGIATAN KERJA PRAKTIK

3.1 Kegiatan Kerja Praktik

Kerja Praktik yang dilaksanakan di PT. BPRS Hareukat Lambaro Aceh Besar berlangsung sesuai prosedur yang telah ditentukan oleh kedua belah pihak yaitu jurusan Diploma III Perbankan Syariah dengan tempat kerja praktik yaitu PT. BPRS Hareukat Lambaro Aceh Besar.

Selama mengikuti kegiatan kerja praktik berlangsung selama 30 hari kerja yang dihitung mulai tanggal 04 Mei s/d 16 Juni 2015 pada PT. BPRS Hareukat Lambaro Aceh Besar. Penulis ditempatkan dibagian AO (*Account Officer*). Di bagian ini penulis melakukan kegiatan sebagai berikut:

- a. Mencari nasabah baru.
- b. Menjemput tabungan nasabah bersama tim marketing.
- c. Membantu nasabah mengisi data pada slip penarikan dan slip setoran.
- d. Mencetak hasil setoran dan penarikan nasabah pada buku tabungan
- e. Menghitung jumlah setoran nasabah.

3.2 Bidang Kerja Praktik

Setelah mendapat rekomendasi dari prodi, kemudian penulis menjalani kerja praktik pada PT. BPRS Hareukat Lambaro Aceh Besar. Penulis mengikuti peraturan serta kegiatan yang berlaku di BPRS Hareukat. Adapun kegiatan yang dilakukan dibidang AO (*Account Officer*) penulis banyak melakukan kegiatan seperti mengutip setoran tabungan nasabah, memasarkan produk tabungan serta, melayani nasabah yang ingin membuka tabungan. Karena itulah, penulis

mengambil fokus untuk menyusun laporan kerja praktik yang berhubungan dengan strategi pemasaran produk tabunganku.

Kegiatan utama PT. BPRS Hareukat Lambaro Aceh Besar yaitu mengumpulkan dana tabungan dari masyarakat selanjutnya menyalurkannya kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dana dalam bentuk pembiayaan, adapun cara yang digunakan untuk menghimpun dana ialah dengan cara memasarkan produk yang dimiliki oleh PT. BPRS Hareukat. Salah satu diantara produk tersebut ialah produk Tabunganku, produk ini mayoritas diminati oleh pedagang.

Produk Tabunganku merupakan produk yang ditawarkan kepada masyarakat dengan menggunakan akad *Mudharabah* atau bagi hasil. Nisbah bagi hasil yang ditawarkan kepada nasabah sebesar 35% sampai dengan 65%, dengan biaya transaksi sebesar Rp. 1000,- yang ditanggung oleh nasabah setiap bulannya. Artinya nasabah akan mendapat 35% dari hasil pengelolaan dana yang mereka tabung dan 65% untuk bank.¹¹

Produk Tabunganku merupakan salah satu produk unggulan pada PT. BPRS Hareukat Lambaro Aceh Besar, hal ini dapat dilihat dari peningkatan jumlah nasabah produk tabunganku setiap tahunnya, dari data dokumentasi yang penulis dapatkan pada PT. BPRS Hareukat Lambaro dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2015, sebagai berikut:

¹¹ PT. BPRS Lambaro, *Investasi Umat Yang Menguntungkan*, (Lambaro: PT. BPRS Hareukat).

Tabel 3.1
Data dokumentasi produk tabungan PT. BPRS Hareukat
Tahun 2012-2014

Nama Tabungan	Jumlah Nasabah		
	2012	2013	2014
SIMPELIS	1092	1159	1249
Tabunganku	609	738	776
TAHAJ	36	36	36
TAHARA	2643	2733	2626

Sumber : PT. BPRS Hareukat (2015)

Dari data dokumentasi tersebut dapat dilihat bahwa jumlah nasabah produk Tabunganku meningkat setiap tahunnya. Untuk itu diperlukan sebuah strategi penghimpunan dana agar lebih banyak dana yang dihimpun oleh PT. BPRS Hareukat.

3.3 Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Tabunganku di PT BPRS Hareukat Lambaro

Produk Tabunganku pertama dikeluarkan pada tanggal 20 Februari 2010 yang diterbitkan oleh Gubernur Bank BI, tanpa biaya administrasi dan memiliki kemudahan dengan setoran awal Rp 10.000 untuk membuka buku tabungan.¹²

Dengan mengandalkan setoran awal yang rendah yaitu sebesar Rp 10.0000, produk tabunganku banyak diminati dikalangan pedagang, selain setoran awal yang rendah, lokasi kantor yang strategis juga memudahkan nasabah menjangkaunya.

¹² Brosur PT BPRS Hareukat Lambaro Aceh Besar.

Lokasi kantor strategis yang terletak pada Jl. Masjid No.18 Pasar Lambaro yang mayoritas penduduknya berprofesi sebagai pedagang menjadi acuan untuk memasarkan produk Tabunganku, pedagang yang berada di sekitar Pasar Lambaro dapat menjangkaunya dengan mudah sehingga dapat menyimpan uang hasil penjualannya di PT. BPRS Hareukat.

Pada prinsipnya ada lima macam strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh perbankan, yaitu:

1. Strategi Penetrasi Pasar

Penetrasi pasar atau penerobosan pasar merupakan usaha perusahaan (bank) meningkatkan jumlah nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas pada pasar saat ini melalui promosi dan distribusi secara aktif. Strategi ini cocok untuk pasar yang sedang tumbuh dengan lamban. Perusahaan berusaha melakukan strategi pemasaran yang mampu menjangkau atau menggairahkan pasar yang sedang tumbuh secara lamban agar mampu tumbuh secara cepat.

2. Strategi Pengembangan Produk

Strategi pengembangan produk perbankan merupakan usaha meningkatkan jumlah nasabah dengan cara mengembangkan produk atau memperkenalkan produk-produk baru perbankan. Inovasi dan kreativitas dalam penciptaan produk menjadi salah satu kunci utama dalam strategi ini.

3. Strategi Pengembangan Pasar

Strategi pengembangan pasar merupakan salah satu usaha untuk membawa produk ke arah pasar baru dengan membuka atau mendirikan anak-anak cabang baru yang dianggap cukup strategis atau menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam rangka untuk menyerap nasabah baru. Manajemen menggunakan strategi ini bilamana pasar sudah padat dan peningkatan bagian pasar sudah sangat besar atau pesaing kuat.

4. Strategi Integrasi

Strategi integrasi merupakan strategi pilihan akhir yang biasanya ditempuh oleh para bank yang mengalami kesulitan likuiditas sangat parah. Biasanya yang akan dilakukan adalah strategi diversifikasi horisontal, yaitu penggabungan bank-bank (*merger*).

5. Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi baik diversifikasi konsentrasi maupun diversifikasi konglomerat. Diversifikasi konsentrasi yang dimaksud di sini adalah bank memfokuskan pada suatu segmen pasar tertentu dengan menawarkan berbagai varian produk perbankan memfokuskan dirinya dalam memberikan berbagai varian produk perbankan kepada kelompok konglomerat (*korporat*).¹³

Adapun strategi yang digunakan oleh PT. BPRS untuk menghimpun dana produk Tabunganku adalah sebagai berikut :

1. Sistem jemput bola

¹³ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 79.

Sistem jemput bola adalah salah satu keunggulan yang dimiliki oleh PT. BPRS Hareukat dalam menghimpun dana masyarakat. Dengan adanya sistem ini memudahkan nasabah untuk menabung, petugas bank yang sudah memiliki nasabah tetap turun ke lapangan untuk melayani nasabah akan kebutuhan penyimpanan uang, sehingga nasabah tidak susah payah untuk datang ke bank.

Dengan adanya sistem ini memungkinkan menarik minat calon nasabah baru untuk ikut serta menyimpan dananya pada PT. BPRS Hareukat, sehingga jumlah nasabah setiap tahunnya terus meningkat.

2. Mengoptimalkan layanan

Mengoptimalkan layanan bagi nasabah juga salah satu strategi penghimpunan dana, seperti membantu nasabah membukakan pintu bank, membantu nasabah yang tidak bisa menulis untuk mengisi slip penarikan atau slip setoran serta ramah terhadap nasabah sehingga nasabah lebih nyaman untuk melakukan transaksi di bank. Dengan adanya pelayanan yang memuaskan juga akan menjadikan promosi yang menarik bagi bank karena nasabah tersebut dapat menyampaikan kepada keluarga, teman dekat dan orang lain mengenai pelayanan yang didapatkannya pada PT. BPRS Hareukat. Sehingga dapat menaikkan citra PT. BPRS tersebut di mata masyarakat.

3. Memberikan pembiayaan

PT. BPRS Hareukat juga memberikan pembiayaan kepada nasabah yang sedang membutuhkan dana dengan syarat harus membuka rekening tabungan terlebih dahulu. Dengan pembukaan rekening tabungan, maka cicilan kredit setiap bulannya bisa dipotong melalui buku tabungan tersebut. Akad yang digunakan

dalam melakukan pembiayaan adalah *mudharabah*, *murabahah*, dan *qardul hasan*.

4. Lokasi kantor yang strategis

Lokasi kantor strategis yang terletak pada Jl. Masjid No.18 Pasar Lambaro memudahkan masyarakat menjangkaunya, ini mudah didatangi baik dengan kendaraan umum ataupun kendaraan pribadi karena untuk menjangkau PT. BPRS Hareukat tidak terlalu jauh masuk ke dalam pasar terutama para pedagang yang berada di sekitar Pasar Lambaro dapat menjangkaunya dengan mudah sehingga dapat menyimpan uang hasil penjualannya di PT. BPRS Hareukat.

5. Setoran pertama pembukaan rekening tabungan rendah

Setoran awal untuk pembukaan rekening Tabunganku pada PT. BPRS Hareukat yaitu sebesar Rp. 10.000,-. Sedangkan pada bank-bank BUMN setoran awal untuk pembukaan rekening tabungan lebih tinggi, ini memungkinkan menarik minat nasabah untuk membuka rekening tabungan baru pada PT. BPRS Hareukat.

Dari beberapa uraian yang penulis sampaikan di atas merupakan strategi PT. BPRS Hareukat dalam menghimpun dana. Strategi tersebut merupakan keunggulan yang diterapkan oleh PT. BPRS untuk menarik minat nasabah.

3.4 Teori yang berkaitan

3.4.1 Pengertian pemasaran bank

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.¹⁴ Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk dan jasa.

Untuk menghadapi pasar sasaran yang ada, perbankan menghadapi banyak kesulitan, seperti munculnya bank baru, pembaharuan teknologi, kemudahan bertransaksi, aneka ragam hadiah dan promosi yang ditawarkan oleh bank, dan sebagainya. Untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah, stabilitas dan kemampuan laba, maka pemasaran dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan tetap fokus pada pasar yang sudah ada. Selain itu bank juga harus memikirkan kemungkinan-kemungkinan untuk membuka cabang-cabang baru atau mendirikan beberapa perwakilan di berbagai tempat yang cukup strategis bagi pengembangan organisasi.

Dalam kegiatan pemasaran terdapat beberapa konsep yang mana masing-masing konsep memiliki tujuan yang berbeda, adapun konsep-konsep yang dimaksud adalah:

1. Konsep Produksi

¹⁴ Kasmir. *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008), hlm. 54.

Konsep ini menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dan selaras dengan kemampuan mereka, konsep ini menekankan kepada 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 memiliki keistimewaan yang mencolok.

3. Konsep Penjualan

Konsep ini kegiatan pemasaran ditekankan lebih agresif melalui usaha-usaha promosi yang gencar. Oleh karena itu, perusahaan harus menjalankan usaha-usaha promosi dan penjualan dalam rangka memengaruhi nasabah.

4. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk mencapai sasaran tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran. Kemudian kunci yang kedua adalah pemberian kepuasan seperti yang diinginkan oleh nasabah.

5. Konsep Pemasaran Kemasyarakatan

Konsep pemasaran kemasyarakatan merupakan konsep pemasaran yang bersifat kemasyarakatan, konsep ini menekankan kepada penentuan kebutuhan, keinginan, dan minat pasar serta memberikan kepuasan, sehingga memberikan kesejahteraan nasabah dan masyarakat.¹⁵

¹⁵ Kasmir, *Dasar Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2002), hlm 60

3.4.2. Landasan Pemasaran dalam Islam

Pengertian pemasaran syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategi suatu inisiator kepada stakeholdernya. Oleh karena itu dalam seluruh proses baik penciptaan, penawaran maupun perubahan nilai tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah, maka transaksi apapun dalam islam dibolehkan, selama tidak bertentangan dengan syariah. Oleh karena itu Allah mengingatkan agar senantiasa menghindari perbuatan dzalim dalam bisnis.¹⁶

Dalam Islam, kriteria dalam pemasaran tentunya perlu didasari pada nilai-nilai yang dikandung dalam Al-Quran, sesuai dengan firman Allah SWT dalam surat An-nisa ayat 29:



¹⁶ Hanan Wihasto, *Modul Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm.10.

Artinya : “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu, dan janganlah membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu.*”

Memakan harta secara batil ini meliputi semua cara mendapatkan harta yang tidak diizinkan atau tidak dibenarkan Allah, yakni dilarang oleh-Nya. Diantaranya dengan cara menipu, menyuap, berjudi, menimbun barang-barang kebutuhan pokok untuk menaikkan harganya, dan semua bentuk jual beli yang haram.

3.4.3. Pengertian Penghimpunan Dana

Kegiatan menghimpun dana merupakan suatu usaha membeli dana dari masyarakat. Kegiatan ini dikenal juga dengan kegiatan *funding*. Kegiatan membeli dana ini dapat dilakukan dengan cara menawarkan berbagai jenis produk simpanan.¹⁷ Adapun maksud dan tujuan bank menghimpun dana masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Sebagai Dana Operasional Bank

Dana yang dihimpun bank dari masyarakat dari jumlah kecil sampai dengan jumlah yang besar selanjutnya akan dikelola dan disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan serta layak untuk mendapatkan pinjaman dalam bentuk pembiayaan. Dengan memberikan pembiayaan kepada masyarakat, maka bank dapat memperoleh pendapatan dari peminjam atau bagi hasil. Bagi

¹⁷ Kasmir, *Dasar Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2002), hlm. 30.

hasil inilah yang merupakan sumber pendapatan utama dari suatu bank. Sehingga kegiatan operasional bank mengalami perkembangan.

2. Sebagai Alat/ Cara Pemerintah dalam Melaksanakan Kebijakan Moneter

Menarik uang yang beredar dari masyarakat, khususnya uang kartal berarti mengurangi jumlah yang beredar, merupakan salah satu cara pemerintah dalam mengendalikan inflasi.

3. Produktivitas Dana

Menghimpun dana melalui lembaga perbankan berarti menghimpun dana yang menganggur untuk dijadikan dana yang lebih produktif dengan jalan disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan modal untuk membiayai usaha-usaha yang produktif atau menghasilkan.¹⁸

Dengan adanya tujuan bank menghimpun dana tersebut, maka akan mempermudah bank dalam mewujudkan pencapaian terhadap rencana penghimpunan dana. Strategi penghimpunan dana bank merupakan suatu langkah kegiatan bank dan merupakan petunjuk bagi bank dalam melangkah untuk mencapai rencana penghimpunan dana. Strategi penghimpunan dana yang diterapkan oleh suatu bank merupakan gambaran dari pelaksanaan rencana kegiatan atau program kerja bank dalam penghimpunan dana untuk mencapai target. Program kerja bank dalam menghimpun dana merupakan penentuan target dana yang ingin dihimpun oleh bank sehingga dengan target tersebut dapat diukur apakah bank dapat mencapai rencana kerja atau tidak.¹⁹

¹⁸ Frianto Pandia, *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), hlm.11

¹⁹ Wayan Sudirman, *Manajemen Perbankan Menuju Bankir Konvensional yang Profesional*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 82.

3.4.4. Sistem Penghimpunan Dana Bank Syariah

Bank Syariah tidak melakukan pendekatan tunggal dalam menyediakan produk penghimpunan dana bagi nasabahnya. Pada dasarnya, dilihat dari sumbernya, dana bank syariah terdiri atas:

a. Modal

Modal adalah dana yang diserahkan oleh para pemilik (*owner*). Dana modal dapat digunakan untuk pembelian gedung, tanah, perlengkapan, dan sebagainya yang secara tidak langsung menghasilkan. Selain itu, modal juag dapat digunakan untuk hal-hal yang produktif, yaitu disalurkan menjadi pembiayaan. Pembiayaan yang berasal dari modal, hasilnya tentu saja bagi pemilik modal, tidak dibagikan kepada pemilik dana lainnya.

b. Titipan (*wadi'ah*)

Salah satu prinsip yang digunakan bank syariah dalam memobilisasi dana adalah dengan menggunakan prinsip titipan. Akad yang sesuai dengan prinsip ini ialah *al-wadi'ah*.

Dalam prinsip ini, bank menerima titipan dari nasabah dan bertanggung jawab penuh atas titipan tersebut. Nasabah sebagai penitip berhak untuk mengambil setiap saat, sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

c. Investasi (*mudharabah*)

Akad yang sesuai dengan prinsip investasi adalah *mudharabah* yang mempunyai tujuan kerjasama antara pemilik dana (*shahibul maal*) dengan

pengelola dana (*mudharib*), dalam hal ini adalah bank. Pemilik dana sebagai deposan di bank syariah berperan sebagai investor murni yang menanggung aspek *sharing risk* dan return dari bank. Deposan, dengan demikian bukanlah kreditor bagi bank seperti halnya pada bank konvensional.²⁰

Adapun target untuk mencapai tujuan operasional pada BPR Syariah, diperlukan beberapa strategi operasional sebagai berikut:

- a. BPR Syariah tidak bersifat menunggu (pasif) terhadap datangnya permintaan fasilitas, melainkan bersifat aktif dengan melakukan solisitasi/ penelitian kepada usaha-usaha yang berskala kecil yang perlu dibantu tambahan modal, sehingga memiliki prospek bisnis yang baik.
- b. BPR Syariah memiliki jenis usaha yang waktu perputaran uangnya jangka pendek dengan mengutamakan usaha skala menengah dan kecil.
- c. BPR mengkaji pangsa pasar, tingkat kejenuhan serta tingkat kompetitifnya produk yang akan diberi pembiayaan.²¹

Pada prinsipnya ada lima macam strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh perbankan, yaitu:

6. Strategi Penetrasi Pasar

Penetrasi pasar atau penerobosan pasar merupakan usaha perusahaan (bank) meningkatkan jumlah nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas pada pasar saat ini melalui promosi dan distribusi secara aktif. Strategi ini cocok untuk pasar yang sedang tumbuh dengan lambat. Perusahaan berusaha melakukan

²⁰ M. Sulhan dan Ely Siswanto, *Manajemen Bank Konvensional dan Syariah* (Malang: UIN Malang Press, 2008), hlm. 147.

²¹ Warkum Sumitro, *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait BMI dan Takaful di Indonesia* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), hlm.120.

strategi pemasaran yang mampu menjangkau atau menggairahkan pasar yang sedang tumbuh secara lambat agar mampu tumbuh secara cepat.

7. Strategi Pengembangan Produk

Strategi pengembangan produk perbankan merupakan usaha meningkatkan jumlah nasabah dengan cara mengembangkan produk atau memperkenalkan produk-produk baru perbankan. Inovasi dan kreativitas dalam penciptaan produk menjadi salah satu kunci utama dalam strategi ini.

8. Strategi Pengembangan Pasar

Strategi pengembangan pasar merupakan salah satu usaha untuk membawa produk ke arah pasar baru dengan membuka atau mendirikan anak-anak cabang baru yang dianggap cukup strategis atau menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam rangka untuk menyerap nasabah baru. Manajemen menggunakan strategi ini bilamana pasar sudah padat dan peningkatan bagian pasar sudah sangat besar atau pesaing kuat.

9. Strategi Integrasi

Strategi integrasi merupakan strategi pilihan akhir yang biasanya ditempuh oleh para bank yang mengalami kesulitan likuiditas sangat parah. Biasanya yang akan dilakukan adalah strategi diversifikasi horisontal, yaitu penggabungan bank-bank (*merger*).

10. Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi baik diversifikasi konsentrasi maupun diversifikasi konglomerat. Diversifikasi konsentrasi yang dimaksud di sini adalah bank menfokuskan pada suatu segmen pasar tertentu dengan menawarkan berbagai

varian produk perbankan memfokuskan dirinya dalam memberikan berbagai varian produk perbankan kepada kelompok konglomerat (*korporat*).²²

3.4 Evaluasi Kerja Praktik

Dari hasil kerja praktik yang penulis dapatkan tentang strategi pemasaran produk tabungan pada BPRS Hareukat dalam menghimpun dana, khususnya produk tabunganku sudah sesuai dengan teori yang penulis dapatkan. Dalam kegiatannya melakukan pemasaran, PT BPRS Hareukat selalu berperan aktif terhadap permintaan nasabah akan kebutuhan fasilitas yang akan memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi keuangan, seperti adanya sistem jemput bola yang memudahkan nasabah untuk menabung, serta adanya pengoptimalan layanan terhadap nasabah. PT BPRS juga sudah mengkaji pangsa pasar akan kebutuhan masyarakat terhadap fasilitas penyimpanan uang yang aman, terutama masyarakat yang sekitar seperti para pedagang yang berada di sekitar Pasar Lambaro.

Namun BPRS Hareukat juga harus lebih meningkatkan promosi melalui media sosial. Salah satunya seperti *website*. Perusahaan perlu membuat media online mengingat internet saat ini telah mencapai ke seluruh pelosok daerah dan dapat diakses dengan cepat sehingga informasi dapat tersalurkan dengan mudah kepada masyarakat.

²² M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 79.

BAB EMPAT

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil kerja praktik di BPRS Hareukat Lambaro selama satu bulan setengah atau 30 hari kerja dari 04 Mai 2015 sampai 16 Juni 2015 penulis dapat menyimpulkan beberapa hal yang berhubungan dengan hasil LKP yang sudah penulis paparkan tentang “Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Tabunganku Di PT. BPRS Hareukat Lambaro”, lembaga Hareukat menggunakan beberapa strategi diantaranya:

1. Penyediaan sistem jempot bola
2. Pengoptimalan layanan
3. Pemberian pembiayaan
4. Penyediaan lokasi kantor yang strategis
5. Penerapan sistem bagi hasil yang lebih tinggi
6. Pengambilan setoran pertama pembukaan rekening tabungan rendah

Strategi tersebut merupakan keunggulan yang ditawarkan oleh bank BPRS hareukat untuk menarik minat nasabah, sehingga nasabah tertarik untuk menyimpan dananya pada BPRS Hareukat.

Saran

Berdasarkan hasil pengamatan penulis pada PT. BPRS Hareukat Lambaro selama melakukan kegiatan kerja praktik maka penulis memberikan beberapa rekomendasi berikut:

1. Mendirikan kantor cabang di setiap kabupaten sehingga tidak hanya warga di sekitar kantor BPRS yang menjadi nasabahnya.
2. Lebih gencar melakukan promosi kepada masyarakat tentang produk yang dimiliki oleh PT. BPRS Hareukat kepada semua kalangan masyarakat yang dapat dilakukan bertahap kepada masing-masing objek nasabah.
3. Meningkatkan promosi melalui media sosial seperti website, karena saat ini halaman website PT. BPRS Hareukat tidak memuat tentang produk-produk yang dimiliki oleh PT. BPRS Hareukat sendiri.
4. Lebih giat dalam penyebaran brosur PT. BPRS Hareukat di tempat keramaian supaya dapat menjaring nasabah-nasabah baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2011.
- A. Karim, Adiwarmanto, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.
- Rasiam, *Konsep Perbankan Syariah*, Kalimantan Barat: STAIN Pontianak Press, 2012.
- Manan, Abdul, *Hukum Ekonomi Syariah*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Buku panduan BPRS Hareukat. 2005
- Mustafa Edwin Nasution, dkk., *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2006.
- Brosur PT BPRS Hareukat Lambaro Aceh Besar Tahun 2015.
- PT. BPRS Lambaro, *Investasi Umat Yang Menguntungkan*, Lambaro: PT. BPRS Hareukat.
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2004
- A. Karim, Adiwarmanto, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.
- Stanton, William J., *Prinsip Pemasaran*, Jakarta : Erlangga, 2001.

Abu Abdullah Muhammad bin Yazid Al-Qazwini Ibnu Majah, *Ensiklopedi Hadits 8 Sunan Ibnu Majah No 2185*, (terj. Saifuddin Zuhri), Jakarta: Almahira, 2013.

Kasmir. *Pemasaran Bank*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008

Kasmir, *Dasar Dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2002.

M. Nur Rianto Al arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syari'ah*. Jakarta Alfabeta, 2012

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Indra Lesmana
Tempat, Tgl. Lahir : Labuhanhaji, 2 Januari 1994
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Kebangsaan/Suku : Indonesia/ Aceh
E-Mail :
Nomor Handphone : 0852-6054-1430
Alamat :Desa Kuta Trieng, Kecamatan Labuhan haji Barat,
Kabupaten Aceh Selatan.

Riwayat Pendidikan

SD/MI : SD N 1 Blang Naleung Mameh Berijazah Tahun 2006
SMP/MTs : SMP N 1 Krueng Baru Berijazah Tahun 2009
SMA/MA : SMA N 1 Labuhan Haji Tahun 2012
Perguruan Tinggi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi
D-III Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Berijazah Tahun 2016

Identitas Orang Tua

Nama Ayah : M. Yunus Ak
Pekerjaan : Wiraswasta
Nama Ibu : Cut Titik Sandora
Pekerjaan : IRT
Alamat : Desa Kuta trieng, Kecamatan Labuhan Haji Barat,
Kabupaten Aceh Selatan.

Demikianlah daftar riwayat hidup singkat ini saya buat dengan sebenarnya, agar dapat dipergunakan sebagaimana perlunya.

Banda Aceh, 08
Maret 2016

(Indra Lesmana)