

LAPORAN KERJA PRAKTIK

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN PENDIDIKAN PADA PT. BPRS HIKMAH WAKILAH



Disusun Oleh:

**RAHMAD IKHWAN
NIM. 140601175**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2019 M/1440 H**

**LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL
LAPORAN KERJA PRAKTIK**

Disusun Oleh

Rahmad Ikhwan
NIM: 140601175

Dengan Judul:

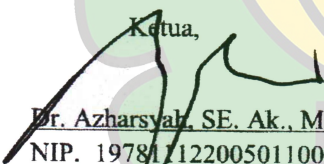
**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
NASABAH TABUNGAN PENDIDIKAN PADA PT. BPRS HIKMAH
WAKILAH**

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

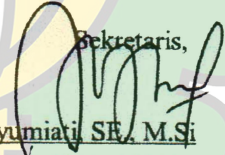
Pada Hari/Tanggal: Senin 30 Juli 2018

Di Darussalam, Banda Aceh
Tim Penilai Laporan Kerja Praktik

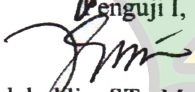
Ketua,


Dr. Azharsyah, SE. Ak., MS.OM
NIP. 197811122005011003

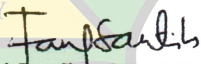
Bekretaris,


Ayumiaty, SE., M.Si
NIP. 197806152009122002

Penguji I,


Jalaluddin, ST., M.A
NIDN. 2030126502

Penguji II,


Fani Sartika, SE., MM
NIDN. 1330098101

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


Dr. Zaki Fuad, M. Ag
NIP. 196403141962031008

LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR HASIL

LAPORAN KERJA PRAKTIK

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

Dengan Judul:

**Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah
Tabungan Pendidikan Pada PT. BPRS Hikmah wakilah**

Disusun Oleh:

Rahmad Ikhwani
NIM: 140601175

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

Dr. Azharsyah, SE, Ak., MS.OM
NIP. 197811121005011003

Pembimbing II

Ayumiati, SE., M. Si
NIP. 197806152009122002

Mengetahui
Ketua Prodi D-III Perbankan
Syariah

Dr. Nilam Sari, M.Ag
NIP. 197103172008012007

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN LAPORAN KERJA PRAKTIK

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Rahmad Ikhwan
NIM : 140601175
Jurusan : Diploma III Perbankan Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan LKP ini, saya:

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

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

AR - RANIRY

Banda Aceh, 30 Juli 2018

Yang Menyatakan,



Rahmad Ikhwan

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik ini. Shalawat dan salam penulis sanjungkan kepangkuan Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan sahabat beliau yang telah memberikan pencerahan bagi kita hingga dapat merasakan nikmatnya iman dalam Islam, serta nikmat kemuliaan dalam ilmu pengetahuan. Penulisan Laporan Kerja Praktik ini yang berjudul **“Strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan pendidikan pada PT. BPRS Hikmah Wakilah”** bertujuan untuk melengkapi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi pada Program Diploma III Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam penyusunan Laporan Kerja Praktik ini, penulis mendapat bimbingan, arahan dan bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ungkapan terima kasih kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry serta seluruh staf pengajar dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
2. Dr. Nilam Sari, M.Ag selaku Ketua Prodi Diploma III Perbankan Syariah.
3. Muhammad Arifin P.hD Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Dr. Azharsyah, SE . Ak., M .S .O .M selaku pembimbing 1 dan Ayumiati, SE., M.Si selaku pembimbing 2 yang telah banyak

membimbing dan meluangkan waktunya untuk membimbing penulis.

5. Syahminan, S. Ag., M.Ag selaku penasehat Akademik (PA) penulis selama menempuh pendidikan di jurusan Diploma III Perbankan Syariah, Seluruh dosen dan staf akademik Prodi Diploma III Perbankan Syariah.
6. Karyawan dan karyawanati BPRS Hikmah Wakilah kantor kas keutapang Aceh besar (Bapak Muni Amin, Bilal Subarqah, Kamarina, Tomy Afrianto dan Yusriati) yang sudi kiranya meluangkan waktu dan ilmu, untuk kelancaran Proses pembuatan LKP penulis. serta kepada kawan seperjuangan ketika magang (Zikri, Padrin, Milna, Fadila Hafiz dan Rizkia)
7. Kepada Kedua orang tua tercinta Makjudin dan Hamimi yang senantiasa mendidik, memberi motifasi, yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada penulis. Kepada keluarga, Adik tercinta Noval, Ulta, Baitul, dan ayla Serta Kerabat Keluarga Abang Junardi, Asrimunir, Wisda Yani, Murlyati, untuk nasehat, yang menjadi tempat curahan hati dan selalu memberikan dukungan dalam menyusun LKP.
8. Sahabat-sahabatku (Sahibul Amri, fauzi dan Rahwan Nafsi) yang telah memberikan semangat, masukan dan bantuan serta menemani penulis selama penyusunan Laporan Kerja Praktik.
9. Teman-teman angkatan 2014 dari unit I sampai V.

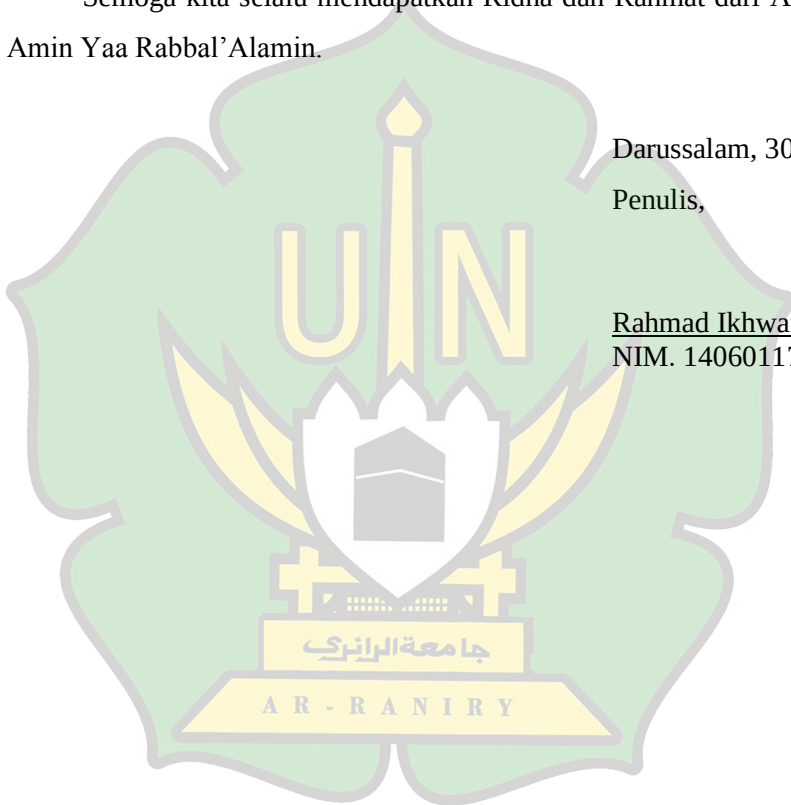
Meskipun segala usaha telah dilakukan untuk penyempurnaan Laporan Kerja Praktik ini, namun penulis menyadari masih banyak kekurangan baik dari segi penulisan maupun pembahasannya. Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi meningkatkan mutu dan menyempurnakan penyusunan Laporan Kerja Praktik kedepannya.

Semoga kita selalu mendapatkan Ridha dan Rahmat dari Allah SWT, Amin Yaa Rabbal'Alamin.

Darussalam, 30 Juli 2018

Penulis,

Rahmad Ikhwan
NIM. 140601175



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	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	ṭ
2	ب	B	17	ظ	ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	ṡ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	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	ء	’
14	ص	ṡ	29	ي	Y
15	ض	ḍ			

2. Vokal

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>Fathah</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
◌ِي	<i>Fhatah dan ya</i>	Ai
◌ِو	<i>Fhatah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف: *kaifa*

هول: *haua*

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
اِيْ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
يُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ: qāla

رَمَى: ramā

قِيلَ: qīla

يَقُولُ: yaqūlu

4. **Ta Marbutah (ة)**

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- Ta marbutah (ة) hidup Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.
- Ta marbutah (ة) mati Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.
- Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K Nomor : 158

Tahun 1987 – Nomor : 0543 b / u / 1987

5. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	ṭ
2	ب	B	17	ظ	ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	ṡ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	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	ء	’
14	ص	ṡ	29	ي	Y
15	ض	ḍ			

6. Vokal

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

c. Vokal Tunggal

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

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

d. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fhatah dan ya</i>	Ai
◌ِ و	<i>Fhatah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف: *kaifa*

هول: *haua*

7. *Maddah*

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اِيْ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
يُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

لَقَا: qāla

رَمَى: ramā

قِيلَ: qīla

لَيَقُولُ: yaqūlu

8. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

- Ta marbutah* (ة) hidup *Ta marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah *t*.
- Ta marbutah* (ة) mati *Ta marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat *sukun*, transliterasinya adalah *h*.
- Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan *h*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ: *rauḍah al-atfāl / rauḍatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ: *al-Madīnah al-Munawwarah/ al-Madīnatul
Munawwarah*

طُلْحَة: *Ṭalḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail. Sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr ; Beirut, bukan Bayrut ; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ: *rauḍah al-atfāl / rauḍatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ: *al-Madīnah al-Munawwarah/ al-Madīnatul
Munawwarah*

طُلْحَة: *Ṭalḥah*

Catatan:

Modifikasi

4. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail. Sedangkan nama-nama

lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.

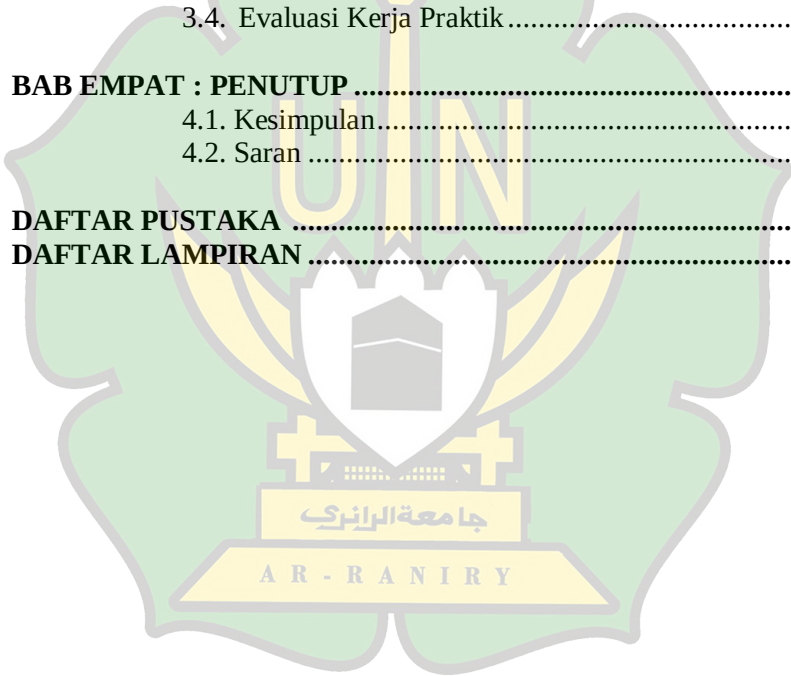
5. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr ; Beirut, bukan Bayrut ; dan sebagainya.
6. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	i
LEMBARAN PERSETUJUAN SEMINAR.....	ii
LEMBARAN PENGESAHAN SEMINAR HASIL	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN TRANSLITERASI.....	vii
DAFTAR ISI	xi
RINGKASAN LAPORAN	xiii
BAB SATU : PENDAHULUAN	1
1.1. LatarBelakang.....	1
1.2. TujuanKerjaPraktik	3
1.3. Kegunaan Kerja Praktik.....	3
1.4. Sistematika Penulisan LaporanKerjaPraktik.....	5
BAB DUA : TINJAUAN LOKASI KERJA PRAKTIK.....	7
2.1. Sejarah Singkat PT. BPRS Hikmah Wakilah.....	7
2.2. Visi dan Misi PT. BPRS Hikmah Wakilah Banda Aceh	8
2.3. Struktur Organisasi PT. BPRS Hikmah Wakilah.....	9
2.4. Kegiatan Usaha PT. BPRS Hikmah Wakilah.....	13
2.4.1. Penghimpunan Dana	13
2.4.2. Penyaluran Dana.....	14
2.4.3. Jasa Lainnya.....	17
2.5. Keadaan Personalia PT. BPRS Hikmah Wakilah.....	17
BAB TIGA : HASIL KEGIATAN KERJA PRAKTIK	19
3.1. Kegiatan KerjaPraktik	19
3.1.1. BagianMarketing	19
3.1.2. Bagian Teller.....	20
3.1.3. Bagian Security	20
3.2. Bidang Kerja Praktik	20
3.2.1. Pengertian Tabungan Pendidikan Pada PT. BPRS Hikmah Wakilah.....	21
3.2.2. Persyaratan Bagi Nasabah Tabungan Pendidikan Pada PT. BPRS Hikmah Wakilah.....	22

3.2.3 Keunggulan Tabungan Pendidikan Pada PT. BPRS Hikmah Wakilah.....	23
3.2.4 Manfaat Tabungan Pendidikan PT. BPRS Hikmah Wakilah.....	24
3.2.5 Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pendidikan Pada PT. BPRS Hikmah Wakilah	25
3.3. Teori yang Berkaitan	32
3.4.1 Pengertian Strategi Pemasaran	32
3.4.2 Konsep Pemasaran.....	34
3.4.3 Landasan Hukum.....	38
3.4.4 Tujuan Strategi pemasaran	39
3.4. Evaluasi Kerja Praktik.....	41
BAB EMPAT : PENUTUP	41
4.1. Kesimpulan.....	41
4.2. Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	44
DAFTAR LAMPIRAN	



Ringkasan Laporan

Nama	: Rahmad ikhwan
NIM	: 1406011755
Fakultas/Jurusan	: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam / D-III Perbankan syariah
Judul	: Strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan pendidikan pada PT. BPRS Hikmah Wakilah
Tanggal Sidang	: 30 Juli 2018
Tebal LKP	: 44 Halaman
Pembimbing I	: Dr. Azharsyah, SE. Ak., M.S.O.M
Pembimbing II	: Ayumiati, SE., M.Si

Penulis melakukan Kerja Praktik pada PT. BPRS Hikmah Wakilah, yaitu merupakan sebuah lembaga keuangan yang berfungsi menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat. Penulisan Laporan kerja praktik ini dilatar belakangi oleh pemasaran sangat penting dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga bisa dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu yang semakin meningkat. Adapun tujuan dari Laporan Kerja Praktik ini ialah untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan pendidikan pada PT. BPRS Hikmah Wakilah. Berdasarkan hasil evaluasi ditemukan beberapa hambatan dalam tabungan pendidikan ini, salah satunya ialah kurangnya media promosi (baik itu cetak maupun online), dan juga belum tersedianya fasilitas ATM. Kesimpulannya bahwa strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan pendidikan oleh PT. BPRS Hikmah Wakilah dilakukan dengan beberapa cara, yaitu: 1) menyediakan layanan antar jemput bola, 2) setoran awal yang lebih rendah, 3) melakukan sosialisasi kepada masyarakat umum. Adapun saran yang ingin penulis sampaikan kepada pihak PT. BPRS Hikmah Wakilah ialah hendaklah lebih memaksimalkan kinerja seperti sosialisai dan promosi, dan juga diharapkan kedepannya dapat menyediakan fasilitas ATM agar nasabah dapat lebih mudah menarik uang.

BAB SATU

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran sangat penting dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga bisa dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat. Para pesaing justru semakin gencar melakukan usaha pemasaran dalam rangka memasarkan produknya. Dalam melakukan kegiatan pemasaran, terdapat tujuan yang ingin dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang (Kasmir, 2008: 51).

Pemasaran bank merupakan suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan (Kasmir, 2008: 54). Dalam kegiatan pemasaran terdapat beberapa konsep yang mana masing-masing konsep memiliki tujuan yang berbeda. Saat ini, ada lima konsep dalam pemasaran dimana masing-masing konsep saling bersaing satu sama lainnya. Adapun konsep-konsep yang dimaksud ialah 1) konsep produksi, 2) konsep produk, 3) konsep penjualan, 4) konsep pemasaran, dan 5) konsep pemasaran kemasyarakatan.

Bagi dunia perbankan, konsep yang paling tepat untuk diaplikasikan adalah konsep pemasaran yang bersifat kemasyarakatan atau paling tidak menggunakan konsep pemasaran. Dalam kedua konsep itu jelas tertuang bahwa nasabah benar-benar harus diperhatikan. Tujuannya ialah agar nasabah tetap setia menggunakan produk atau jasa-jasa yang dihasilkan oleh bank (Kasmir, 2008: 60)

Pemasaran berhubungan dengan suatu proses mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat. Salah satu dari definisi pemasaran yang terpendek ialah “memenuhi kebutuhan secara menguntungkan”. Tidak ada yang terlalu membedakan pemasaran bank dengan pemasaran lainnya, melainkan karakteristik produknya, dimana produk yang dijual oleh bank ialah lebih bersifat jasa dan bukan barang, sehingga barang yang dijual sedikit abstrak atau tidak dapat dilihat secara nyata namun tetap dapat dirasakan oleh nasabah. Karena perbedaan tersebut strategi yang diterapkan haruslah yang tepat agar nasabah merasa puas terhadap transaksi yang dilakukan.

Dalam melakukan kegiatan usahanya, PT.BPRS Hikmah Wakilah memiliki produk penghimpunan maupun penyaluran dana dalam aktivitas operasionalnya sebagai lembaga intermediasi bagi masyarakat. Dimana produk-produk tersebut dipasarkan kepada masyarakat dengan berbagai strategi, strategi yang digunakan haruslah mampu membuat nasabah merasakan pelayanan yang maksimal terhadap produk-produk yang ditawarkan sehingga nasabah akan terus menggunakan produk-produk tersebut dalam hal keuangannya.

Andrews(1985: 19-22) mengatakan Strategi perusahaan adalah pola keputusan dalam perusahaan-perusahaan yang menentukan sasaran, maksud atau tujuan, yang menghasilkan kebijaksanaan utama dan perencanaan untuk mencapai tujuan, serta memperinci ruang lingkup bisnis yang akan diraih oleh perusahaan. Strategi akan memberikan ciri-ciri dari jenis produk dan pelayanan yang ditawarkan atau direncanakan oleh perusahaan, pasar-pasar, dan menentukan segmen pasar untuk apa dan siapa produk dan jasa sekarang dibuat atau yang akan dibuat. PT. BPRS Hikmah Wakilah memiliki produk-produk penghimpunan dan

penyaluran dana, salah satu produk penghimpunan dana yang terdapat pada BPRS ini ialah tabungan pendidikan, dimana produk ini dimaksudkan untuk memudahkan nasabah dalam hal pendidikan, yaitu dana yang dihimpun dari nasabah akan digunakan untuk keperluan biaya pendidikan anak dimasa yang akan datang, dengan adanya produk tabungan pendidikan, biaya pendidikan anak akan lebih ringan. Dalam menjalankan usahanya sebagai penghimpun dan penyalur dana kepada masyarakat, PT. BPRS Hikmah Wakilah menganut sistem yang sesuai dengan prinsip syariah yaitu kegiatan yang dilakukan sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadist, dan tentunya dalam menghimpun dananya melalui produk tabungan pendidikan ini PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam transaksinya tidak mengandung unsur gharar, riba, dan yang lainnya.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis tertarik untuk menyusun sebuah Laporan Kerja Pratik (LKP) dengan judul **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pendidikan Pada PT. BPRS Hikmah Wakilah.”**

1.2 Tujuan Kerja Praktik

Adapun tujuan Laporan Kerja Praktik adalah untuk menjelaskan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan pendidikan pada PT.BPRS Hikmah Wakilah.

1.3 Kegunaan Kerja Praktik

Laporan Kerja Praktik merupakan salah satu bukti bahwa penulis telah melakukan Kerja Praktik pada instansi tersebut dan telah mengaplikasikan ilmu yang diperoleh di bangku perkuliahan pada tempat Kerja Praktik (KP). Adapun kegunaan Kerja Praktik sebagai berikut:

1. Khazanah Ilmu Pengetahuan

Hasil Laporan Kerja Praktik dapat memberikan acuan kepada mahasiswa/i D-III Perbankan Syariah untuk mengetahui seberapa besar ruang lingkup dunia perbankan, dan penulis bisa mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan pendidikan pada PT.BPRS Hikmah Wakilah. Laporan Kerja Praktik ini juga bisa dijadikan bahan bacaan untuk menambah ilmu pengetahuan dan acuan untuk referensi.

2. Masyarakat

Laporan Kerja Praktik ini dapat memberikan informasi bagi masyarakat tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan pendidikan pada PT. BPRS Hikmah Wakilah. Untuk meningkatkan minat masyarakat dalam melakukan penabungan khususnya tabungan pendidikan.

3. Instansi Tempat Kerja Praktik

Laporan Kerja Praktik ini, diharapkan dapat menjadi acuan bagi pegawai pada PT. BPRS Hikmah Wakilah serta dapat memberikan informasi mengenai Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pendidikan.

4. Penulis

Tujuan LKP ini supaya penulis memperoleh pengetahuan, ketrampilan, pengalaman, dan wawasan baru tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan pendidikan pada PT. BPRS Hikmah agar dapat menerapkannya pada saat penulis terjun ke dunia kerja sesungguhnya

1.4 Sistematika Penulisan Laporan Kerja Praktik

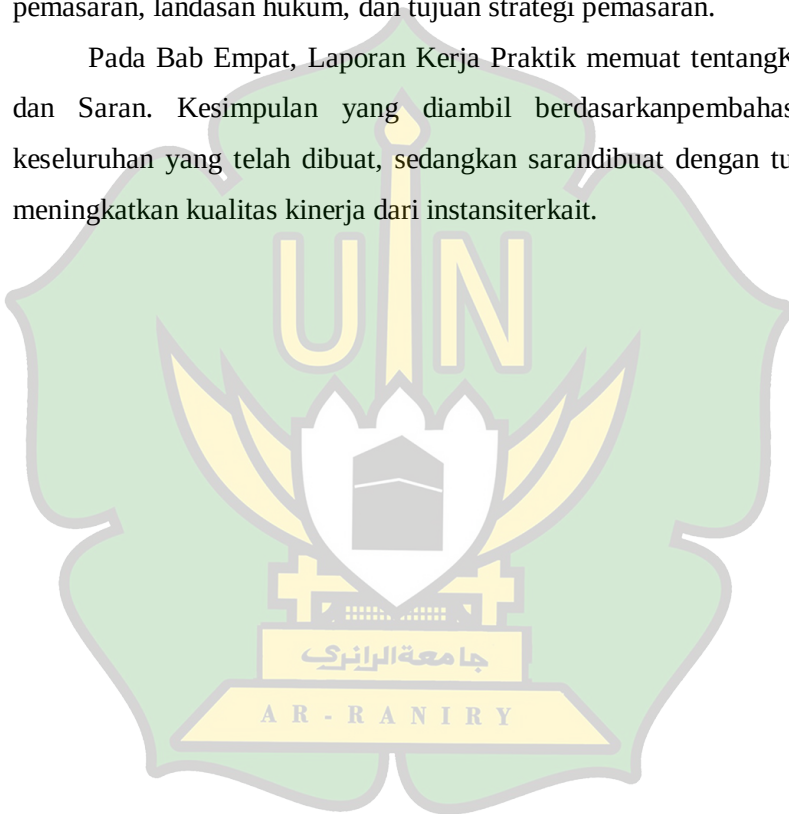
Pada bab satu laporan kerja praktik membahas mengenai, latar belakang masalah, tujuan laporan kerja praktik, kegunaan kerja praktik, dan juga sistematika penulisan laporan kerja praktik. Pada latar belakang dijelaskan alasan bahwa judul yang diangkat menarik untuk dibahas. Pada tujuan laporan kerja praktik dibahas tujuan dituliskannya laporan sesuai dengan judul yang dibuat. Adapun kegunaan kerja praktik ditujukan pada empat kategori yaitu kegunaannya bagi khazanah ilmu pengetahuan, masyarakat, instansi tempat kerja praktik, dan kegunaan kerja praktik bagi penulis. Sedangkan pada sistematika penulisan kerja praktik dijelaskan apa saja yang akan dibahas pada setiap babnya.

Pada bab dua, laporan kerja praktik memuat tentang tinjauan lokasi kerja praktik, yaitu mengenai sejarah singkat PT. BPRS Hikmah Wakilah, mulai dari awal pendirian kantor, badan hukum, dan lokasi kerja praktik, pada bab ini juga dibuat struktur organisasi dari instansi, kemudian dijelaskan tugas dan wewenang pada setiap bagian dilihat dari struktur organisasi yang telah dibuat. Di bagian ini juga dijelaskan kegiatan usaha PT. BPRS Hikmah Wakilah yaitu menghimpun dan menyalurkan dana bagi masyarakat, dan bagian terakhir yaitu menuliskan bagian personalia setiap bidang pada PT. BPRS Hikmah Wakilah.

Pada bab tiga, laporan kerja praktik memuat hasil kegiatan kerja praktik yaitu tentang kegiatan selama mengikuti kerja praktik, baik kegiatan yang dilakukan sehari-hari yaitu di bagian marketing dan *teller*, kegiatan yang dilakukan pada bagian *teller* ialah melayani pembayaran *payment point*, pembayaran listrik, PDAM, telkom, indovision, dan *speedy*, juga melayani transfer *online* antar bank, kegiatan yang dilakukan pada bagian marketing ialah menjemput setoran nasabah penabung dan pembiayaan, dan

memfoto jaminan pembiayaan. maupun kegiatan yang dilakukan berdasarkan topik yang diangkat. Dalam bab ini juga dijelaskan teori-teori yang berkaitan dengan judul, teori yang ditulis harus memiliki referensi memadai baik teori dari buku, jurnal, majalah, dan lain-lain. Teori yang berkaitan yaitu membahas tentang pengertian strategi pemasaran, konsep pemasaran, landasan hukum, dan tujuan strategi pemasaran.

Pada Bab Empat, Laporan Kerja Praktik memuat tentang Kesimpulan dan Saran. Kesimpulan yang diambil berdasarkan pembahasan secara keseluruhan yang telah dibuat, sedangkan saran dibuat dengan tujuan dapat meningkatkan kualitas kinerja dari instansi terkait.



BAB DUA

TINJAUAN LOKASI KERJA PRAKTIK

2.1 Sejarah Singkat PT. BPRS Hikmah Wakilah

Hikmah Wakilah didirikan pada tanggal 14 September 1994 dan mendapat izin operasional sebagai BPR Syariah dari Menteri Keuangan RI tanggal 18 Juli 1995. Masa konflik dan tsunami yang melanda Aceh saat itu dampaknya sangat besar terhadap perkembangan tingkat kesehatan Hikmah Wakilah, namun badai tersebut kini telah berlalu dan insya Allah masa depan akan kami jalankan dengan penuh keyakinan, dengan menjalankan tata kelola manajemen bank secara baik, amanah, dan transparan.

Hikmah Wakilah akan terus melakukan pengembangan jaringan kantor, inovasi dan penyempurnaan produk serta meningkatkan kualitas pelayanan demi mewujudkan harapan seluruh nasabah sehingga kepercayaan akan terus terbangun dan peran Hikmah Wakilah sebagai Bank untuk membantu permodalan bagi pelaku usaha mikro dan kecil akan semakin luas jangkauannya.

Untuk menjangkau para pengusaha mikro dan kecil yang ada di Banda Aceh dan Aceh Besar saat ini Hikmah Wakilah memiliki 5 (lima) jaringan kantor yang terdiri dari 1 (satu) kantor pusat, 1 (satu) kantor cabang dan 3 (tiga) kantor kas dan insya Allah ditahun-tahun mendatang akan terus dikembangkan sampai ke wilayah kabupaten lainnya yang ada di Provinsi Aceh.

Di usia Hikmah Wakilah yang genap 23 tahun pada bulan Desember 2017, seluruh jajaran Dewan Direksi untuk jangka menengah dan panjang berkomitmen akan terus mengembangkan/ membuka jaringan kantor sampai keseluruhan Kabupaten daerah tingkat II di Provinsi Aceh. Sehingga dapat melayani nasabah kecil dan mikro di seluruh wilayah Aceh.

2.2 Visi dan misi PT. BPRS Hikmah Wakilah Banda Aceh

Visi PT. BPRS Hikmah Wakilah yaitu menjadikan BPR Syariah yang terbaik diprovinsi Aceh dan Indonesia dan Menjadikan BPR Syariah yang bisa melayani masyarakat ekonomi kecil di Provinsi Aceh.

PT. BPRS Hikmah Wakilah memiliki misi yaitu sebagai berikut:

- a. Menjalankan prinsip syariah secara konsisten
- b. Fokus terhadap usaha kecil dan mikro
- c. Menjadikan pasar-pasar tradisional merupakan captive market
- d. Membuka jaringan pemasaran/kantor Cabang dan Kas di seluruh Provinsi Aceh yang memiliki potensi ekonomi yang baik.

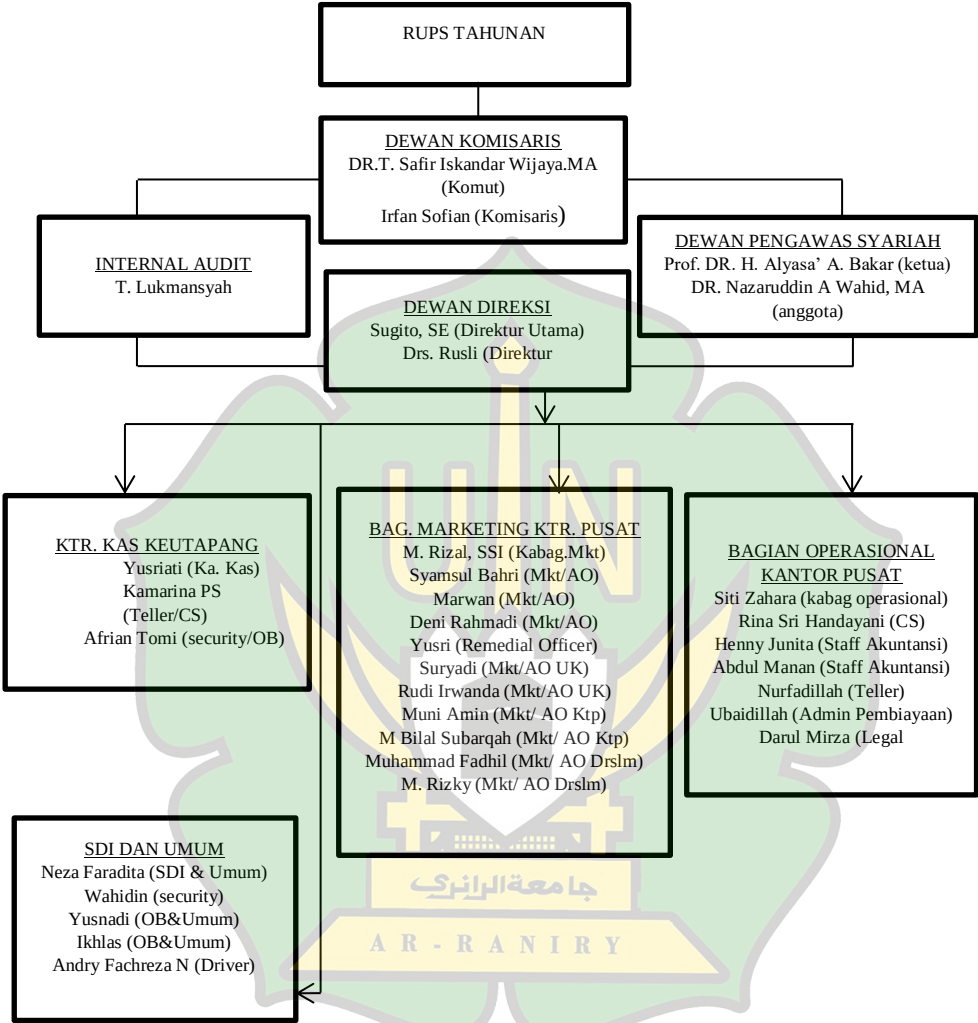
PT. BPRS Hikmah Wakilah memiliki beberapa *reward* atau Penghargaan terkait kinerja bank. Atas kinerja yang baik selama tahun 2012 sampai dengan tahun 2015 PT. BPRS Hikmah Wakilah secara Nasional mendapatkan penghargaan dari majalah *infobank Award* 4 tahun berturut-turut dengan kriteria sebagai berikut:

1. Penghargaan Nasional dari *infobank* dengan Predikat “BPR Syariah berkinerja Sangat Bagus di Indonesia untuk kategori aset Rp 10 sd Rp25 Milyar”, untuk tahun buku 2012.
2. Penghargaan dari *infobank* dengan predikat “BPR Syariah berkinerja Sangat Bagus di Indonesia untuk kategori aset Rp 10 sd Rp25 Milyar”, untuk tahun buku 2013.
3. Penghargaan dari *infobank* dengan predikat “BPR Syariah berkinerja Sangat Bagus di Indonesia untuk kategori aset Rp 25 sd Rp50 Milyar”, untuk tahun buku 2014.
4. Penghargaan dari *infobank* dengan predikat “BPR Syariah berkinerja Sangat Bagus di Indonesia untuk kategori aset Rp 25 sd Rp50 Milyar”, untuk tahun buku 2015.

2.3 Struktur Organisasi PT. BPRS Hikmah Wakilah

Dalam suatu institusi, perbankan harus mempunyai struktur organisasi yang jelas dalam menjalankan kegiatan usaha. Tujuan dari adanya struktur organisasi yaitu untuk mengendalikan, menyalurkan, dan mengarahkan perilaku untuk mencapai tujuan perusahaan.





Sumber : (PT. BPRS Hikmah Wakilah Banda Aceh, 2017)

Gmbar 2.1
Struktur Organsasi Karyawan PT. BPRS Hikmah wakilah pada Tahun 2017.

Adapun Tugas dan bagian-bagian yang ada pada PT. BPRS Hikmah Wakilah bertanggung jawab di bidangnya masing-masing yaitu sebagai berikut:

1. Dewan Pengawas Syariah dan Dewan Komisaris

a) Dewan Pengawas Syariah

Dewan ini bertugas untuk mendiskusikan masalah dan transaksi bisnis yang dihadapi bank, untuk kemudian melihat kesesuaiannya dengan syariat (hukum) Islam. Dewan ini mempunyai wewenang:

- 1) Memberi pedoman/garis-garis besar syariah baik untuk mengarahkan dana maupun untuk penyaluran dana serta kegiatan bank lainnya.
- 2) Mengadakan perbaikan seandainya suatu produk yang sedang dijalankan bertentangan dengan hukum Islam.

b) Dewan Komisaris

Cara pelaksanaan tugas Dewan Komisaris ditetapkan berdasarkan akte pendirian BPRS yang disetujui atau disahkan oleh Menteri Kehakiman RI. Adapun tugas Dewan Komisaris adalah menggariskan kebijaksanaan umum bank dan pengawasan terhadap pelaksanaan kegiatan operasional bank. Kedudukan Dewan Komisaris sejajar dengan Dewan Pengawasan Syariah.

2. Direksi

Tugas dan wewenang Direksi ialah :

- 1) Menjalankan pengurusan bank sehari-hari
- 2) Membuat dan menyampaikan laporan utama dan laporan laba rugi kepada Dewan Komisaris untuk mendapatkan pengesahan dan selanjutnya disampaikan kepada Bank Indonesia.
- 3) Memberikan keterangan yang diminta oleh Dewan Komisaris mengenai hal-hal yang berhubungan dengan pengelolaan bank.

4) Mewakili bank di dalam dan di luar pengadilan

3. Bidang marketing

Dibagi atas dua bagian, yaitu *Account Officer*, dan *Remedial Officer*.

a) *Account Officer* memiliki tugas :

- 1) Memimpin, mengawasi, dan mengkoordinir bagian-bagian administrasi pembiayaan, analisa dan supervise pembiayaan.
- 2) Menempatkan sasaran dalam pengumpulan dan rencana pemasaran pembiayaan sesuai dengan kondisi dan dana yang berhasil dihimpun.
- 3) Merencanakan promosi pemasaran antara lain dengan brosur-brosur, iklan, dan mengadakan penyuluhan ke instansi, sekolah, dan tempat yang dipandang tepat.
- 4) Mereview pinjaman-pinjaman yang telah diberikan.
- 5) Memperhatikan dan mengawasi kelengkapan surat-surat pengikat pinjaman tentang kebenaran dan keasliannya.
- 6) Bertanggung jawab terhadap penyaluran pembiayaan baik aktivitasnya maupun administrasi pembiayaan.

b) Bagian *Remedial Officer* bertugas

- 1) Membina hubungan baik dengan pihak Agraria dan Kepolisian.
- 2) Mengusahakan surat kendaraan dapat diblokir pada kantor kepolisian dan surat-surat tanah di kantor Agraria.
- 3) Mempelajari semua data tentang harga, jenis barang jaminan baik terhadap barang bergerak maupun barang yang tidak bergerak.
- 4) Melaksanakan kegiatan penilaian dan pemberian harga taksiran atas benda jaminan yang diajukan nasabah.

- 5) Melaporkan hasil kunjungan atau peninjauan terhadap benda-benda jaminan kepada kepala bagian pembiayaan atau nasabah

2.4 Kegiatan usaha PT BPRS Hikmah Wakilah

PT. BPRS Hikmah Wakilah adalah sebuah badan usaha yang bergerak dibidang keuangan perbankan yang berbentuk badan hukum. PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam kegiatan sehari-hari baik pengerahan maupun penyaluran dananya mengikuti tuntutan hukum Islam, yaitu tidak menggunakan perangkat bunga baik pemberi profit/keuntungan kepada penabung maupun menarik profit dari debitur, seluruh kegiatan berdasarkan pada sistem bagi hasil, atau disebut juga sistem *mudharabah* atau *trust financing*.

2.4.1 Penghimpunan dana

Berdasarkan data fungsinya sebagai lembaga keuangan PT. BPRS Hikmah Wakilah memiliki produk-produk tabungan dan deposito dalam menghimpun dana dari masyarakat luas. Adapun produk tabungan dan deposito yang digunakan adalah sebagai berikut:

1) Tabungan Hikmah IB

Merupakan tabungan yang dapat disetor dan ditarik kapan saja, tabungan ini dapat digunakan untuk lalu lintas pembayaran dengan saldo awal tabungan hikmah sebesar Rp 20.000,- (*Dua puluh ribu rupiah*).

1) Tabungan Pendidikan IB

Merupakan tabungan yang diperuntukkan untuk anak sekolah. Dapat disetor atau ditarik kapan saja. Saldo awal tabungan pendidikan sebesar Rp 5.000,- (*Lima ribu rupiah*)

2) Tabungan Ku

Merupakan tabungan yang ditetapkan oleh BI kepada seluruh bank. Tabungan dapat disetor kapan saja, namun tidak dapat ditarik kapan saja, penarikan dapat dilakukan maksimalnya 2 kali dalam sebulan. Tabungan ini tanpa biaya administrasi dengan saldo awal minimal Rp 10.000,- (*Sepuluh ribu rupiah*)

3) Deposito *Mudharabah* IB

Deposito mudharabah berjangka waktu 1, 3, 6, dan 12 bulan. Apabila nasabah ingin menarik uangnya sebelum jatuh tempo pada PT. BPRS Hikmah Wakilah tidak diberlakukan sanksi pinalti (*denda*)

Setiap tabungan maupun deposito yang disimpan pada PT. BPRS Hikmah Wakilah mendapat jaminan dari Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), sehingga masyarakat akan merasa aman untuk menyimpan dananya pada PT. BPRS Hikmah Wakilah.

2.4.2 **Penyaluran Dana**

BPRS Hikmah Wakilah tidak hanya menjalankan fungsi sebagai penghimpun dana, namun juga sebagai tempat dimana masyarakat dapat memperoleh pembiayaan untuk keperluan peningkatan usaha ataupun untuk pemenuhan kebutuhan yang sifatnya konsumtif seperti rumah dan kendaraan bermotor.

1. Pembiayaan *Murabahah* (Jual Beli), suatu perjanjian pembiayaan nasabah berdasarkan sistem jual beli, dimana bank membiayai kebutuhan investasi nasabah yang kemudian dijual ke nasabah dengan harga jual tertentu yang disepakati dan dituangkan pada akad pembiayaan, atau sama dengan akad jual-beli barang

dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan yang telah disepakati penjual dan pembeli, (Karim, 2011 : 113).

Adapun jenis-jenis pembiayaan *Al-Murabahah* yaitu:

- a. Pembiayaan konsumtif adalah jenis pembiayaan yang diberikan untuk tujuan diluar usaha dan umumnya bersifat perorangan.
 - b. Pembiayaan investasi adalah pembiayaan jangka menengah atau panjang untuk pembelian barang-barang modal yang diperlukan untuk Rehabilitas, Modernisasi, dan Ekspansi, (Karim, 2011 : 113).
 - c. Pembiayaan modal usaha adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.
2. Pembiayaan *Mudharabah*, akad kerjasama antara bank sebagai penyedia dana dengan nasabah (*mudharib*) yang mempunyai keahlian atau keterampilan untuk mengelola suatu usaha yang produktif dan halal. Keuntungan dari penggunaan dana bank yang dikelola oleh *mudharib* dibagi bersama berdasarkan nisbah yang telah disepakati. Atau biasa juga diartikan sebagai persetujuan kongsi antara harta dari salah satu pihak dengan kerja pihak lain, (Karim, 2011: 113).
 3. Pembiayaan *Musarakah*, akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. Penyertaan modal tersebut digunakan untuk usaha atau proyek yang menguntungkan dan sesuai dengan prinsip syariah. Pembagian keuntungan akan dibagi berdasarkan nisbah yang telah disetujui

serta dituangkan dalam akad pembiayaan sedangkan kerugian berdasarkan kontribusi dana.

4. Pembiayaan *Ijarah*, pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa/upah, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri.
5. Pembiayaan *Al-Qardhul Hasan* (kebajikan), akad perjanjian pinjam meminjam dari lembaga yang wajib dikembalikan dengan jumlah yang sama selama jangka waktu yang telah ditentukan dengan tujuan saling tolong-menolong tanpa mengharapkan imbalan.

Nasabah pembiayaan PT. BPRS Hikmah Wakilah mayoritasnya adalah pengusaha mikro dan kecil yang tersebar hampir disulur pusat-pusat pasar tradisional Banda Aceh dan Aceh Besar, seperti: pasar Peunayong, pasar Neusu, pasar Setui, pasar Lambaro, pasar Peuniti, pasar Kampong Ateuk, TPI Lampulo dan lainnya.

2.4.3 Jasa Lainnya

Adapun jasa lainnya yang terdapat pada PT. BPRS Hikmah Wakilah yaitu:

1. Menerima setoran seperti: R Y
 - a. Pembayaran telepon
 - b. Pembayaran *speedy*
 - c. Pembelian listrik bayar/prabayar
 - d. Pembayaran PDAM
 - e. Pembelian *voucher* pulsa *handphone*

2. Transfer (pengiriman uang) merupakan salah satu jasa yang tersedia pada PT. BPRS Hikmah Wakilah yang bekerjasama dengan Bank Syariah Mandiri

2.5 Keadaan Personalia PT. BPRS Hikmah Wakilah

PT. BPRS Hikmah Wakilah memiliki beberapa bidang yaitu:

1. Bagian Operasional terdiri dari dua orang pegawai, yang mana terdapat satu orang *customer service* (CS), dan satu orang *teller*, Bagian Operasional berada langsung dibawah Dewan Direksi, sejajar dengan Kabag Pembiayaan.
2. Bagian Pembiayaan terdiri dari 5 orang karyawan, membawahi seksi-seksi *account officer* (AO) Pembiayaan, dan *Remedial Officer*. Bertugas merencanakan, mengarahkan serta mengevaluasi target pembiayaan dan pendanaan serta memastikan strategi yang digunakan sudah tepat dalam upaya mencapai sasaran termasuk dalam menyelesaikan pembiayaan bermasalah.
3. Internal Audit, terdapat satu orang auditor yang bertugas untuk memeriksa secara detail dan menyeluruh, melakukan analisis penilaian dan mengajukan saran-saran tentang kondisi keuangan bank. Internal Audit berada langsung dibawah Dewan Direksi, merupakan staff Dewan Komiaris dan Dewan Pengawas Syariah. Kedudukan jabatan sejajar dengan Kepala Bagian.
4. Bagian Keamanan dan Kebersihan bertugas menjaga keamanan dan ketertiban kantor, membantu nasabah mengalami kendala produk, bertanggung jawab atas kenyamanan, kebersihan kantor, serta membantu karyawan kantor pada saat jam kerja sesuai kebutuhan dan kepentingan mereka(PT. BPRS Hikmah Wakilah_2017).

Karyawan dan karyawan PT. BPRS Hikmah Wakilah mempunyai *background* pendidikan yang berdeda-beda, mulai dari Strata Satu (S1), Diploma III (D3), dan SMA

Berikut merupakan karakteristik karyawan PT. BPRS Hikmah Wakilah.

Tabel 2.2
Karakteristik karyawan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Hikmah Wakilah

Jenjang Pendidikan	Jumlah
Strata Satu (S1)	2
Diploma III	2
SMA/Sederajat	4

Sumber: PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Hikmah Wakilah

Tabel diatas merupakan karakteristik karyawan yang terdiri dari jenjang pendidikan Strata Satu (S1), Diploma III (D III), dan SMA. Pada Strata Satu terdapat 2 orang yaitu menjabat sebagai Dewan Direksi, Diploma III terdiri dari 2orang yaitu sebagai Ka Kas dan *Teller/ CS*,sedangkan karyawan yang berpendidikan SMA berjumlah 4 orang yaitu seorang Internal Audit, seorang *security*, dan 2 orang sebagai *Account Officer*. (PT. BPRS Hikmah Wakilah, 2017)

BAB TIGA

HASIL KEGIATAN KERJA PRAKTIK

3.1 Kegiatan Kerja Praktik

Selama menjalankan Kerja Praktik pada PT. BPRS Hikmah Wakilah terhitung dari tanggal 24 Maret 2017 sampai dengan 2017, penulis ditempatkan pada bagian marketing, *teller*, dan *security* untuk membantu para karyawan PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam melaksanakan tugasnya. Dan kegiatan strategi pemasaran yang dilakukan penulis yaitu pada bagian marketing, karena seorang marketing bertugas untuk memasarkan atau menjual produknya kepada nasabah. Berikut ini merupakan kegiatan yang dilakukan penulis selama melakukan kegiatan kerja praktik pada PT. BPRS Hikmah Wakilah.

3.1.1 Bagian Marketing

Kegiatan yang dilakukan pada bagian marketing ialah sebagai berikut:

1. Menyusun, menghitung dan menjumlahkan uang
2. Mendokumentasikan kendaraan untuk jaminan pembiayaan murabahah.
3. Melakukan jemput setoran nasabah penabung dan pembiayaan pada PT. BPRS Hikmah Wakilah
4. Melakukan survei dan mewawancarai nasabah pembiayaan murabahah
5. Melapor ke Bank Syariah Mandiri (BSM) karena terjadinya gagal transaksi saldo terdebit.

3.1.2 Bagian Teller

Selama melakukan kerja praktik penulis ditempatkan pada bagian *teller* terhitung dari tanggal 29 Maret 2017 sampai dengan 12 Mei 2017 untuk membantu pekerjaan *teller*. Adapun kegiatan yang dilakukan ialah

1. Melakukan transaksi pembayaran (listrik, PDAM, Telkom Speedy Indovision dan lain lain)
2. Mengisi formulir nasabah untuk pembukaan buku tabungan baru.
3. Melayani transaksi transfer online antar bank
4. Mengisi formulir untuk pembukaan buku tabungan baru

3.1.3 Bagian Security

Penulis ditempatkan pada bagian security terhitung dari tanggal 27 Maret 2017 sampai dengan 05 Mei 2017 untuk membantu security dalam melaksanakan tugasnya, pada bagian ini kegiatan tidak dilakukan setiap hari dari tanggal yang disebutkan, namun hanya pada saat security sedang membutuhkannya saja. Kegiatan yang dilakukan ialah menyeter uang ke Bank Aceh cabang Keutapang.

3.2 Bidang Kerja Praktik

Selama melaksanakan kerja praktik di PT. BPRS Hikmah Wakilah Aceh Besar, penulis melaksanakan kegiatan di bagian marketing, bagian *teller* dan *security*, dan penulis paling sering ditempatkan pada bagian marketing oleh karena itu, penulis membahas tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan pendidikan pada PT. BPRS Hikmah Wakilah.

Pemasaran tabungan pendidikan yang dilakukan oleh PT. BPRS Hikmah Wakilah sangat membantu memudahkannasabah dalam hal pendidikan anak. Keunggulan dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat.

Maksudnya ialah tabungan yang telah disetorkan oleh nasabah dapat ditarik kapanpun saat nasabah tersebut membutuhkan, baik untuk pembelian alat tulis belajar anak maupun pembayaran SPP dan lain sebagainya menyangkut keperluan sekolah anak. Hal ini sesuai dengan tujuannya yaitu tabungan pendidikan berfungsi untuk memudahkan nasabah dalam hal pendidikan anak mereka.

3.2.1 Pengertian Tabungan Pendidikan Pada PT. BPRS Hikmah Wakilah

Tabungan pendidikan adalah tabungan yang diperuntukkan untuk anak sekolah. Dapat disetor atau ditarik kapan saja. Saldo awal tabungan pendidikan sebesar Rp 5.000,- (*Lima ribu rupiah*) Tabungan pendidikan merupakan salah satu produk yang dimiliki oleh PT. BPRS Hikmah Wakilah Banda Aceh dalam menghimpun dananya dari masyarakat. Produk ini menjadi salah satu bentuk kepedulian PT. BPRS Hikmah Wakilah terhadap pentingnya pendidikan bagi masyarakat terutama di daerah Banda Aceh.¹

Produk tabungan pendidikan diberikan kepada siswa mulai dari tingkatan Sekolah Dasar (SD) sampai dengan Sekolah Menengah Atas (SMA/ Sederajat). Dengan peran PT. BPRS Hikmah Wakilah sebagai lembaga keuangan berbasis syariah produk tabungan pendidikan tentu saja tidak mengandung unsur riba dalam kegiatan transaksinya.

Untuk memperoleh produk ini nasabah harus membuka rekening terlebih dahulu. Lalu pada saat penyetoran tabungan, bagian marketing akan mendatangi nasabah tersebut untuk melakukan penjemputan setoran sehingga nasabah tidak perlu mendatangi kantor untuk menabung,

¹Wawancara dengan Kamariana, selaku *Teller* di PT. BPRS Hikmah Wakilah, pada tanggal 26 September 2017

sedangkan pada saat melakukan penarikan nasabah itu sendiri yang harus mendatangi PT. BPRS Hikmah Wakilah serta wajib membawa buku rekening pada saat transaksi penarikan.²

3.2.2 Persyaratan Bagi Nasabah Tabungan Pendidikan Pada PT. BPRS Hikmah Wakilah

Tabungan pendidikan pada PT. BPRS Hikmah Wakilah disalurkan kepada semua kalangan masyarakat tanpa ada pertimbangan golongan nasabah yang berekonomi rendah atau tinggi. Artinya siapa saja dapat menggunakan produk ini, maksudnya ialah produk ini dapat digunakan oleh semua nasabah tanpa harus berprofesi sebagai PNS ataupun yang lainnya. Namun karena BPRS Hikmah Wakilah merupakan sebuah lembaga keuangan yang berorientasi pada ekonomi mikro, maka nasabah yang mengambil produk tabungan pendidikan sebagian besar dan keseluruhan ialah nasabah yang memiliki perekonomian yang rendah.³

PT. BPRS Hikmah Wakilah telah menetapkan beberapa prosedur dalam produk tabungan pendidikan, salah satunya ialah ketentuan persyaratan yang harus dipenuhi oleh nasabah yang ingin memperoleh produk ini. Namun, walaupun demikian persyaratan yang ditetapkan sangat membantu nasabah karena syarat-syarat yang harus dipenuhi sangatlah mudah dan tidak memberatkan nasabah, yaitu nasabah hanya perlu menyerahkan fotokopi KTP (Kartu Tanda Penduduk) asli kepada petugas BPRS Hikmah Wakilah yaitu bagian *Customer Service*.⁴

²Wawancara dengan Bilal Subarkah, selaku *Account Officer*, pada tanggal 20 September 2017

³Wawancara dengan Bilal Subarkah, selaku *Account Officer*, pada tanggal 20 September 2017

⁴Wawancara dengan Bilal Subarkah, selaku *Account Officer*, pada tanggal 20 September 2017

Setelah menyerahkan Fotokopi KTP, maka nasabah harus membuka rekening tabungan setelah petugas sekaligus menjelaskan secara detail mengenai tabungan pendidikan kepada nasabah. Jumlah setoran awal pembukaan tabungan pendidikan ialah Rp 5.000,- (*Lima ribu rupiah*) jumlah ini tentunya sangatlah memudahkan nasabah karena tanpa perlu mengeluarkan biaya yang mahal untuk setoran awal pembukaan rekening tabungan. Setelah menyerahkan fotokopi KTP asli dan membuka rekening tabungan dengan setoran awal Rp 5.000,- (*Limaribu rupiah*) maka nasabah sudah dapat menggunakan produk tabungan pendidikan pada PT. BPRS Hikmah Wakilah.

3.2.3 Keunggulan Tabungan Pendidikan Pada PT. BPRS Hikmah Wakilah

Produk-produk yang dimiliki oleh perbankan baik produk penghimpunan maupun penyaluran dana memiliki fungsi dan kegunaan masing-masing, demikian juga produk tabungan pendidikan oleh PT. BRPS Hikmah Wakilah yang tentu saja produk memiliki fungsi bagi terjaminnya pendidikan anak dimasa yang akan datang akan.

Untuk setiap produk tentunya memiliki keunggulan masing-masing yang menjadi daya tarik untuk meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakannya. Adapun keunggulan yang dimiliki oleh produk tabungan pendidikan pada PT. BPRS Hikmah Wakilah adalah sebagai berikut:

1) Dapat ditarik/ diambil kapan saja.

Yaitu tabungan pendidikan yang telah disetor oleh nasabah bisa ditarik kapan saja tanpa penetapan jangka waktu, hal ini dilakukan agar memudahkan nasabah kapan pun nasabah membutuhkan biaya untuk pendidikan anaknya maka pada saat itu juga nasabah dapat menarik tabungannya.

2) Layanan antar jemput bola.

Layanan antar jemput bola ialah layanan yang dilakukan oleh petugas Account Officer yang secara langsung turun ke lapangan mendatangi tempat tinggal nasabah guna mengambil setoran tabungan pendidikan, pada kegiatan ini juga para petugas tidak memberikan patokan jumlah setoran yang harus dibayar oleh nasabah, jadi nasabah memiliki kebebasan untuk menyetor berapapun semampu mereka hanya saja jumlah setoran minimal ialah Rp 5.000,- (*Limaribu rupiah*) Artinya nasabah dapat menyetor berapapun jumlahnya diatas Rp 5000,- (*Lima ribu rupiah*) Tentu saja layanan jemput bola ini sangat memudahkan nasabah, karena nasabah tidak perlu mendatangi kantor untuk melakukan penyetoran tabungan atas produk tabungan pendidikan.⁵

3.2.4 Manfaat Tabungan Pendidikan Pada PT. BPRS Hikmah Wakilah

Banyak manfaat yang akan diperoleh nasabah ketika menggunakan produk tabungan pendidikan pada PT. BPRS Hikmah Wakilah, adapun manfaatnya yaitu sebagai berikut:

- 1) Simpanan tabungan yang disiapkan ialah untuk biaya pendidikan anak dimasa depan, ini berarti PT. BPRS Hikmah Wakilah menjamin kebutuhan biaya sekolah anak dimasa yang akan datang dengan adanya produk tabungan pendidikan ini.
- 2) Aman dan terjamin karena dijamin oleh LPS (Lembaga Penjamin Simpanan). Dengan demikian nasabah tidak perlu khawatir

⁵Wawancara dengan Bilal Subarkah, selaku *Account Officer*, pada tanggal 26 September 2017

karena dana yang disetor telah dijamin oleh LPS sehingga jika suatu saat apabila terjadi suatu masalah pada PT. BPRS Hikmah Wakilah LPS lah yang bertanggung jawab atas dana yang dimiliki oleh nasabah.⁶

3.2.5 Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pendidikan Pada PT. BPRS Hikmah Wakilah

Sebelum kegiatan pemasaran dilakukan, PT. BPRS Hikmah Wakilah 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.⁷

Segmentasi pasar adalah proses pengelompokkan ke dalam kelompok pembeli yang potensial yang memiliki kebutuhan yang sama atau karakteristik yang disukai serta memperlihatkan hubungan pembelian yang sama. Hal ini juga dilakukan pada PT. BPRS Hikmah Wakilah Banda Aceh, di mana tiap segmen memiliki karakteristik yang sangat berbeda untuk seluruh pasar produk. Kesamaan kebutuhan konsumen dalam segmen memungkinkan penentuan sasaran yang efektif dalam program pemasaran. Penentuan segmen pasar konsumen terdiri dari beberapa faktor, seperti: umur, pendapatan, dan gaya hidup.

Yang menjadi segmen pasar produk tabungan pendidikan pada PT. BPRS Hikmah Wakilah ialah nasabah tabungan, karena nasabah yang sering menabung memiliki potensi yang lebih besar dalam mempertahankan sebuah

⁶Wawancara dengan Kamariana, selaku Teller, pada tanggal 11 April 2018

⁷Wawancara dengan Muni Amin, selaku Account Officer, pada tanggal 11 April 2018

produk. Dilihat dari segi umur, produk tabungan pendidikan memang diperuntukan bagi anak yang berusia 7-23 tahun.

Target pasar PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam memasarkan produk tabungan pendidikan adalah semua kalangan nasabah. Maksudnya ialah dalam memasarkan produk tabungan pendidikan tersebut PT. BPRS Hikmah Wakilah tidak memiliki kriteria khusus seperti nasabah tersebut harus Pegawai Negeri, atau pun yang lainnya. Namun yang hanya perlu dilihat ialah dari kelengkapan persyaratan yang ditetapkan oleh pihak BPRS yaitu nasabah harus meyerahkan KTP asli ketika melakukan pengajuan permohonan menjadi nasabah tabungan pendidikan. Oleh sebab itu PT. BPRS Hikmah Wakilah menyajikan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah.⁸

Positioning berarti mengkomunikasikan citra sebuah produk dalam kaitannya dengan pesaing di pasar. PT. BPRS Hikmah Wakilah juga telah melakukan positioning dengan menghadirkan produk tabungan pendidikan yang dianggap salah satu produk yang paling penting guna memenuhi kebutuhan masyarakat dalam hal pendidikan. Dapat dikatakan bahwa PT. BPRS Hikmah Wakilah harus menampilkan keunggulan dan manfaat-manfaat dari produk tersebut seperti yang sudah dijelaskan diatas.

Produk tabungan pendidikan ini dipereuntukkan bagi anak usia sekolah yang diwakilkan oleh orang tuanya atau wali. Karena pada saat membuka produk tabungan pendidikan persyaratan yang harus dibawa ialah fotokopi nasabah, kemudian ia menabung uangnya pada PT. BPRS Hikmah Wakilah yang kemudian dana tersebut dapat ditarik kapan saja untuk keperluan sekolah anaknya, baik untuk keperluan membeli seragam, membeli alat-alat tulis, pembayaran SPP ataupun yang lainnya.

⁸Wawancara dengan Kamariana, selaku *Teller* pada tanggal 26 September 2017

Penentuan posisi pasar bagi produk tabungan pendidikan pada PT. BPRS Hikmah Wakilah ialah sangat penting dilakukan. Menentukan posisi pasar yaitu menentukan posisi yang kompetitif untuk produk atau suatu pasar. Produk atau jasa diposisikan pada posisi yang diinginkan oleh nasabah, sehingga dapat menarik minat nasabah untuk membeli produk tabungan pendidikan yang ditawarkan. Hal ini tentunya untuk mempertahankan sebuah produk agar terus digunakan oleh nasabah.

Dalam layanan perbankan pada PT. BPRS Hikmah Wakilah, pelanggan yang menjadi prioritas jumlahnya tidak besar, tetapi karena jumlah dana dan transaksi mereka yang sangat besar, mereka tentu dianggap sebagai nasabah yang layak diprioritaskan. Layanan prioritas ini merupakan bagian dari program perbankan untuk mempertahankan nasabah dan untuk menjaga kesetiaan mereka. Ini dilakukan agar suatu produk dapat bertahan lama karena nasabah tetap setia menggunakannya.

Adapun poin penting yang terdapat pada strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan pendidikan pada PT. BPRS Hikmah Wakilah ialah sebagai berikut:

a) Produk

Tabungan pendidikan merupakan salah satu produk yang dimiliki oleh PT. BPRS Hikmah Wakilah dalam menghimpun dananya dari masyarakat. Produk ini menjadi salah satu bentuk kepedulian Hikmah Wakilah terhadap pentingnya pendidikan bagi anak. Produk tabungan pendidikan disalurkan kepada semua kalangan tanpa membedakan status sosial ekonomi nasabah. PT. BPRS Hikmah Wakilah memiliki beberapa keunggulan dalam produk tabungan pendidikan, salah satunya ialah dapat ditarik kapan saja, dan petugas menyediakan layanan antar jemput bola

untuk memudahkan nasabah dalam melakukan penyetoran. Adapun kekurangan dari produk ini ialah tidak adanya layanan ATM dan juga kurangnya fasilitas penjualan secara online.

b) Harga (*price*)

Harga merupakan hal yang penting dalam kegiatan pemasaran. Penentuan harga produk yang dilakukan oleh PT. BPRS Hikmah Wakilah ialah sesuai dengan sumber dana yang diperoleh, yaitu sesuai dengan target pasar yang memang untuk masyarakat berdana kecil maupun menengah. Setoran awal untuk pembukaan tabungan ialah Rp 5.000,- (*Lima ribu rupiah*) selain itu tidak adanya pungutan biaya administrasi menjadi suatu keuntungan bagi nasabah, dalam hal ini setoran awal yang ditetapkan sudah sesuai dengan target pasar yang diinginkan.⁹

c) Lokasi (*place*)

PT. BPRS Hikmah Wakilah berlokasi pada area yang strategis karena terletak disebelah jalan dan berada ditengah keramaian masyarakat luas, PT. BPRS Hikmah Wakilah beralamat di Keutapang, Mata Ie Aceh Besar, lokasi ini dekat dengan pasar keutapang yang setiap hari dikunjungi oleh masyarakat. Penentuan lokasi menjadi bagian yang sangat penting karena semakin mudah nasabah menjangkau lokasi tersebut maka semakin besar minat masyarakat dalam melakukan kegiatan transaksinya.

d) Promosi (*promotion*)

Tujuan promosi yang dilakukan oleh PT. BPRS Hikmah Wakilah pada produk tabungan pendidikan adalah untuk menarik nasabah

⁹Wawancara dengan Muni Amin, selaku *Account Officer* pada tanggal 20 September 2017

agar mau menggunakan produknya tersebut. Promosi dilakukan dengan beberapa cara yaitu kegiatan sosialisasi kesekolah-sekolah, dan juga kunjungan rutin ke kampung-kampung yang dilakukan oleh para *Account Officer* (AO), sosialisasi paling sering dilakukan di daerah Peukan Bada Aceh Besar yaitu pada tingkatan MIN/ SD.¹⁰

Berikut ini akan dijelaskan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan pendidikan yang dilakukan oleh PT. BPRS Hikmah Wakilah. Strategi yang dilakukan dibagi menjadi 3 (tiga) yaitu: layanan antar jemput bola, setoran awal yang lebih rendah, dan sosialisasi.

1. Layanan antar jemput bola. PT. BPRS Hikmah Wakilah melakukan berbagai strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan pendidikan, salah satu strateginya ialah layanan antar jemput bola, maksudnya ialah pada saat melakukan setoran untuk produk tabungan pendidikan, nasabah tidak perlu mendatangi kantor untuk melakukan pembayaran namun uang setoran tersebut akan dijemput langsung oleh para AO (*Account Officer*) ke kediaman atau alamat nasabah masing-masing. Hal ini dilakukan agar memudahkan nasabah dan juga tujuannya ialah lebih mendekatkan lagi hubungan mitra antara nasabah dengan para AO yang bertugas dalam melakukan layanan antar jemput bola ini. Layanan antar jemput bola hanya dilakukan pada transaksi setoran saja, namun untuk hal penarikannya nasabah harus mendatangi PT. BPRS Hikmah Wakilah secara langsung, agar pada saat penarikan produk tabungan pendidikan

¹⁰Wawancara dengan Kamariana, selaku *Teller*, pada tanggal 26 September 2017

nasabah dapat berkomunikasi secara *detail* dengan petugas yang bersangkutan.

2. Price. Yakni Setoran awal yang lebih rendah. Strategi berikutnya ialah setoran yang lebih rendah. PT. BPRS Hikmah Wakilah menetapkan setoran awal untuk pembukaan produk tabungan pendidikan ialah sebesar Rp 5.000,- (*lima ribu rupiah*) tentunya jumlah tersebut akan meringankan nasabah dalam melakukan pembukaan rekening untuk produk ini. Selain itu tidak adanya pungutan biaya administrasi menjadi suatu keuntungan bagi nasabah, karena nasabah tidak harus mengeluarkan biaya tambahan untuk keperluan administrasi. Strategi ini dilakukan oleh PT. BPRS Hikmah Wakilah karena mengingat yang menjadi nasabah pada produk tabungan pendidikan ialah nasabah yang berekonomi menengah kebawah, sehingga strategi yang seperti ini penting dilakukan untuk meningkatkan jumlah nasabahnya.
3. Melakukan sosialisasi. Tujuan dari sosialisasi yang dilakukan oleh PT. BPRS Hikmah Wakilah ialah untuk mempromosikan atau memperkenalkan produk tabungan pendidikan agar masyarakat tertarik untuk menggunakannya. Sosialisasi oleh PT. BPRS Hikmah Wakilah dilakukan dengan cara melakukan kunjungan rutin kesekolah-sekolah dan kampung-kampung, kunjungan ini dilakukan untuk mengenalkan produk tabungan pendidikan baik untuk segi manfaat, keunggulan maupun juga mekanismenya. Sosialisasi paling sering dilakukan di daerah Peukan Bada, Aceh Besar yaitu pada tingkatan MIN/ SD.¹¹

¹¹Wawancara dengan Kamariana, selaku *Teller*, pada tanggal 26 September 2017.

Strategi pemasaran lain yang dilakukan oleh PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah memberikan *feedback* atau umpan balik dalam arti nasabah sudah memberikan kepercayaan dananya untuk dikelola oleh PT. BPRS Hikmah Wakilah.

PT. BPRS Hikmah Wakilah memberikan kepuasan kepada nasabahnya, seperti layanan yang baik terhadap nasabah dan menjaga silaturahmi kepada nasabah. Namun demikian produk tabungan pendidikan yang dimiliki oleh PT. BPRS Hikmah Wakilah tidak banyak diminati oleh masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari jumlah nasabah produk tabungan pendidikan pada PT. BPRS Hikmah Wakilah terhitung dari tahun 2012-2016 yaitu berjumlah sekitar 100-200 lebih nasabah, jumlah tersebut dianggap minim dilihat dari jarak rentang waktunya yang sangat jauh yaitu selama 4 (empat) tahun.¹²

3.3 Teori Yang Berkaitan

3.3.1 Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumberdaya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai.¹³ Pemasaran merupakan fungsi pokok bagi perusahaan, semua perusahaan berusaha memproduksi dan memasarkan produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pemasaran adalah sebuah proses sosial dan manajerialnya yang dengannya individu-individu dan kelompok-kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan mereka inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk-produk dan nilai satu sama lain.

¹²Wawancara dengan Kamariana selaku *Teller*, pada tanggal 26 September 2017

¹³Kamus Besar Bahasa Indonesia, halaman 964

Strategi pemasaran merupakan pernyataan baik secara eksplisit maupun implisit mengenai bagaimana suatu merek atau lini produk mencapai tujuannya. Strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya. Strategi pemasaran sebagai kumpulan petunjuk dan kebijakan yang digunakan secara efektif untuk mencocokkan program pemasaran (produk, harga, promosi, dan distribusi) dengan peluang pasar guna mencapai sasaran usaha. Dalam bahasa yang lebih sederhana, suatu strategi pemasaran pada dasarnya menunjukkan bagaimana sasaran pemasaran dapat dicapai (Yusanto dan Widjayakusuma, 2002: 169).

Pemasaran merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa. Untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, maka setiap perusahaan perlu melakukan riset pemasaran, karena dengan melakukan riset pemasaran inilah bisa diketahui keinginan dan kebutuhan konsumen yang sebenarnya (Kasmir, 2008: 53).

Segmentasi pasar adalah proses pengelompokkan ke dalam kelompok pembeli yang potensial yang memiliki kebutuhan yang sama atau karakteristik yang disukai serta memperlihatkan hubungan pembelian yang sama (Al arif, 2012: 85). Penentuan segmen pasar konsumen terdiri dari

beberapa faktor, seperti: umur, pendapatan, dan gaya hidup (Cravens, 1996: 81).

Positioning berarti mengkomunikasikan citra sebuah produk dalam kaitannya dengan pesaing di pasar. Melalui riset, posisi merek pesaing dibangun berdasarkan atribut-atribut penting yang digunakan oleh pelanggan dalam memilih merek. Jadi, perusahaan harus memutuskan apakah ia bersaing langsung dengan merek lain atau mengisi memenuhi keinginan atau kebutuhan di pasar yang belum terisi (Yusuf dan William, 2007: 119). Positioning berarti bagaimana membuat barang yang kita hasilkan atau kita jual memiliki keunggulan, disenangi, dan melekat dihati konsumen (Alma dan Priansa, 2009: 267).

Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi sangat penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga bisa dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat. Para pesaing justru semakin gencar melakukan usaha pemasaran dalam rangka memasarkan produknya. Kegiatan pemasaran yang dilakukan, diarahkan untuk dapat mencapai sasaran perusahaan yang dapat berupa tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam jangka panjang dan pembagian pasar tertentu dalam suatu jangka waktu tertentu (Assauri, 2007: 197).

Adalah proses untuk mengembangkan dan mempertahankan kecocokan strategis di antara sasaran-sasaran dan kemampuan perusahaan dan peluang-peluang pemasarannya yang terus berubah. Perencanaan strategis mengandalkan pada pengembangan suatu misi perusahaan yang jelas, tujuan-tujuan dan sasaran pendukung, sebuah portofolio yang sehat, dan strategi-strategi fungsional yang terkoordinasi (Kasmir, 2008: 67).

3.3.2 Konsep Pemasaran

Konsep strategi pemasaran merupakan suatu perkembangan yang besar dalam sejarah pemikiran pemasaran, yaitu mengubah fokus pemasaran dari pelanggan dan produk ke pelanggan dalam konteks lingkungan eksternal yang lebih luas. Agar lebih berhasil, pemasar harus mengetahui pelanggan dalam konteks termasuk persaingan, kebijakan dan peraturan pemerintah, serta kekuatan-kekuatan makro, ekonomi, sosial dan politik yang lebih luas yang membentuk perkembangan pasar (Fauzia, 2013: 6).

Kegiatan pemasaran dalam suatu perusahaan harus diorganisasikan secara terpadu serta memerlukan suatu pelaksanaan manajemen pemasaran yang berorientasi pada kepuasan pelanggan dan kesejahteraan lingkungan. Untuk mendukung kegiatan pemasaran tersebut secara umum terdapat 5 (lima) konsep pemasaran:

1. Konsep Produksi

Konsep ini menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia selaras dengan kemampuannya. Oleh karenanya manajemen harus berupaya untuk meningkatkan efisiensi produksi dan distribusi (Hasibuan, 2011: 146)

2. Konsep Produk

Produk (*product*) adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam segi hal memenuhi kebutuhan maupun sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Kalau didefinisikan secara luas, produk meliputi objek secara fisik, pelayanan, orang, tempat, organisasi, gagasan, atau bauran dari semua wujud di atas (Abdullah dan Tantri, 2013: 153). Strategi produk merupakan unsur yang paling penting, karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya.

Tujuan utama dari strategi produk adalah untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju dengan meningkatkan kemampuan bersaing atau mengatasi persaingan (Assauri, 2013: 200). Konsep ini mengandung pengertian bahwa, konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas dan prestasi terbaik serta keistimewaan yang menonjol. Oleh karenanya, produsen harus berupaya untuk memperbaiki produk secara terus menerus.

Pelaksanaan konsep produk ini perlu persyaratan:

- a) Konsumen membeli produk tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhannya.
- b) Konsumen menaruh perhatian pada kualitas produk
- c) Konsumen mengetahui tinggi rendahnya kualitas dan perbedaan dalam penampilan diantara berbagai merek barang lain yang sejenis.
- d) Konsumen bersedia membayar pada harga yang layak sesuai dengan kualitas barang.

3. Konsep Penjualan

Pengertian yang terkandung dalam konsep penjualan adalah bahwa konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk, kecuali jika produsen mengupayakan promosi dan penjualan yang agresif. Jadi, dalam konsep ini terkandung dasar pikiran. Perusahaan yang memakai konsep penjualan lebih mementingkan volume penjualan daripada kepuasan konsumen. Untuk mencapai tingkat volume penjualan yang tinggi, seringkali penjual tidak segan-segan menggunakan cara yang kurang jujur untuk mempengaruhi konsumen.

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, penetapan harga selalu menjadi masalah bagi setiap perusahaan karena penetapan harga ini bukanlah kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari seorang pengusaha (Assauri, 2007: 223).

4. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran beranggapan bahwa, kunci keberhasilan dalam mencapai tujuan perusahaan adalah terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran yang diinginkan secara lebih baik daripada yang dilakukan oleh para pesaingnya.

Dasar pemikiran yang terkandung dalam konsep pemasaran yaitu:

- a) Pemuasan keinginan kelompok pembeli tertentu adalah menjadi tugas perusahaan.
- b) Untuk memuaskan keinginan konsumen tersebut, diperlukan program riset pemasaran agar dapat diketahui pola keinginan pembeli.
- c) Semua keinginan untuk mempengaruhi pembeli harus ditempatkan dibawah kontrol pemasaran yang terintegritas.
- d) Kepuasan konsumen akan dapat menimbulkan loyalitas dan kesan baik dari pembeli.

Konsep ini menyatakan bahwa, tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan kepentingan pasar sasaran serta memberikan kepuasan diinginkan dengan lebih baik daripada yang diberikan oleh pesaing-pesaing perusahaan sedemikian rupa sehingga dapat mempertahankan dan mempertinggi kesejahteraan masyarakat (Sumarni, dan Soeprihanto, 2003: 262-264).

5. 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 (Kasmir, 2008: 179).

3.3.3 Landasan Hukum

1. Al-Qur'an

Q.S Al-Baqarah ayat 148

وَلِكُلِّ وُجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيهَا ۖ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمُ اللَّهُ جَمِيعًا ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya: “Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Dimana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah mah kuasa atas segala sesuatu”

Pemasaran syariah sendiri menurut definisi adalah penerapan suatu disiplin bisnis strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Jadi pemasaran syariah dijalankan berdasarkan konsep keislaman yang telah diajarkan Nabi Muhammad SAW. Nilai inti dari pemasaran syariah adalah integritas dan transparansi, sehingga marketer tidak boleh bohong dan orang membeli karena butuh dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, bukan karena diskonnya atau iming-iming hadiah belaka (Al Arif, 2012: 20-21).

Seorang pemasar harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya dengan jujur dan tidak harus berbohong dan menipu pelanggan. Dan harus menjadi seorang komunikator yang baik yang bisa berbicara benar dan bial-hikmah (bijaksana dan tepat sasaran) kepada mitra bisnisnya. Kalimat-kalimat yang keluar dari ucapan seorang pemasar “terasa berat” dan berbobot. Al-Qur'an menyebutnya dengan istilah qaulan sadidan

(pembicaraan yang benar dan berbobot) (Wulansari, KTI: 2012). Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ
وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar, niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. Dan barang siapa menaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar" (QS. Al-Ahzab: 70-71).

Allah SWT memerintahkan kepada hamba-hambanya yang beriman agar tetap bertakwa kepada-Nya dan menyembahnya dengan penyembahan sebagaimana seseorang yang melihatnya, dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar, yang jujur, tidak bengkok, tidak pula menyimpang. Lalu Allah menjanjikan kepada mereka jika mereka melakukan perintah-perintahnya ini, Dia akan memberi mereka pahala dengan memperbaiki amal perbuatan mereka. Yakni Allah memberi mereka taufik untuk mengerjakan amal-amal yang saleh, dan bahwa Allah akan mengampuni dosa-dosa mereka yang terdahulu. Sedangkan dosa yang akan mereka lakukan di masa mendatang, Allah akan memberi mereka ilham untuk bertobat darinya.

3.3.4 Tujuan Strategi Pemasaran

Secara umum tujuan pemasaran bank adalah untuk :

1. Memaksimumkan konsumsi atau dengan kata alain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.
2. Memaksimumkan kepuasan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah. Nasabah yang puas akan

menjadi ujung tombak pemasaran selanjutnya, karena kepuasan ini akan ditularkan kepada nasabah lainnya melalui ceritanya (getuk tular)

3. Memaksimumkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
4. Memaksimumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien (Kasmir, 2008: 177).

Kepuasan pelanggan dalam dunia perbankan harus diartikan secara menyeluruh, jangan sepotong-potong. Artinya, nasabah akan merasa sangat puas bila komponen kepuasan tersebut dapat terpenuhi secara lengkap.

Adapun tujuan dari strategi pemasaran terhadap pengembangan produk ialah:

- a) Memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah yang terus berubah (dinamis) seiring dengan perkembangan zaman.
- b) Menghidupkan kembali pertumbuhan dari simpanan yang sudah lesu
- c) Menandingi penawaran baru dari perusahaan pesaing yang menawarkan produk baru terhadap nasabah.
- d) Memanfaatkan teknologi baru (Al Arif, 2012: 79-80).

3.5 Evaluasi Kerja Praktik

Setelah membandingkan antara teori dengan yang terjadi pada saat penulis melakukan kerja praktik di PT. BPRS Hikmah Wakilah, penulis menyampaikan bahwa strategi pemasaran produk tabungan pendidikan yang dilakukan oleh PT. BPRS Hikmah Wakilah sudah dilakukan dengan baik,

namun walaupun demikian strategi yang dilakukan belum dirasa optimal, hal ini terlihat dari minimnya jumlah nasabah tabungan pendidikan. Mengingat strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting dan merupakan suatu cara untuk mencapai tujuan dari sebuah perusahaan, maka strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. BPRS Hikmah Wakilah adalah layanan antar jemput bola, dimana kegiatan ini tujuannya untuk memudahkan nasabah agar tidak harus mendatangi kantor untuk melakukan transaksi setoran, strategi selanjutnya ialah setoran awal yang lebih rendah yaitu hanya Rp 5.000,- (*Lima ribu rupiah*) selain setoran awal yang rendah PT. BPRS Hikmah Wakilah juga tidak membebankan biaya administrasi pada awal pembuatan rekening produk tabungan pendidikan kepada nasabah, dan strategi ketiga ialah melakukan sosialisasi kekampung-kampung dan sekolah-sekolah, tujuannya ialah untuk mengenalkan produk tabungan pendidikan kepada masyarakat luas agar masyarakat tertarik untuk menggunakan produk tersebut.

Adapun kekurangan yang penulis temukan dalam pemasaran Tabungan pendidikan yaitu kurang nya media promosi,(baik itu cetak maupun online), belum tersedianya fasilitas ATM dan kurangnya sosialisasi.

BAB EMPAT

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

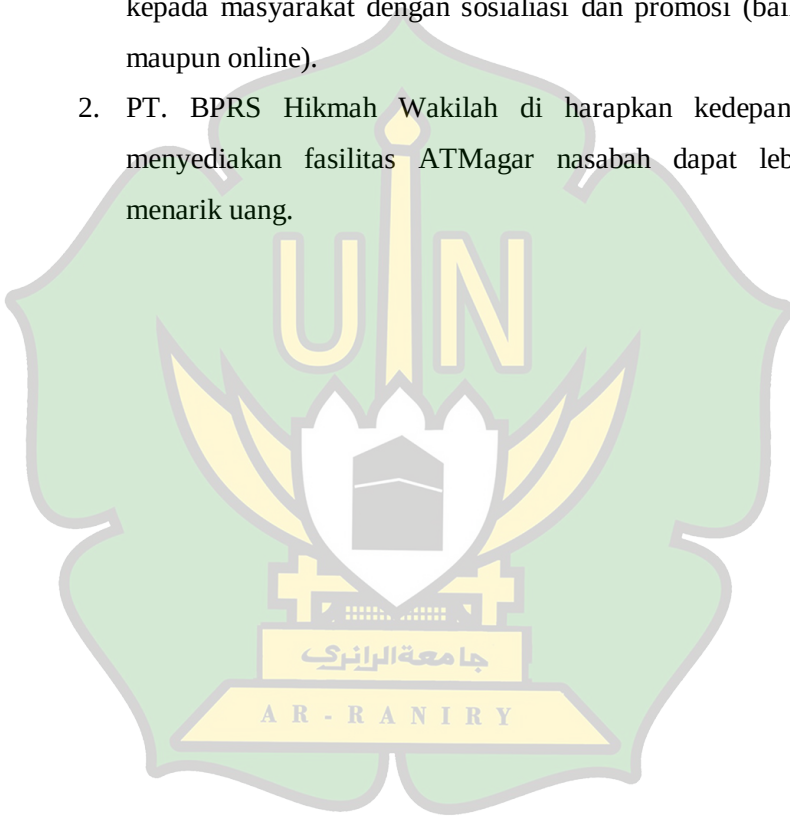
Berdasarkan hasil laporan kerja praktik yang telah dibahas sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran dalam meningkatkan tabungan pendidikan pada PT.BPRS Hikmah Wakilah adalah.

1. Layanan antar jemput bola, yaitu pada saat melakukan setoran untuk produk tabungan pendidikan, nasabah tidak perlu mendatangi kantor untuk melakukan pembayaran namun uang tersebut akan dijemput langsung oleh para AO (*Account Officer*) ke kediaman atau alamat nasabah masing-masing.
2. Setoran awal yang lebih rendah, yaitu PT .BPRS Hikmah Wakilah menetapkan setoran awal yang lebih rendah untuk pembukaan produk tabungan pendidikan ialah sebesar Rp 5.000,- (*lima ribu rupiah*) jumlah itu akan meringankan nasabah dalam melakukan pembukaan rekening untuk produk ini dan tidak adanya pungutan biaya administrasi.
3. melakukan sosialisasi yaitu untuk mempromosikan produk tabungan pendidikan ke masyarakat dan sekolah-sekolah untuk mengenalkan produk ini baik dari segi manfaat, keunggulan dan mekanismenya, agar masyarakat tertarik untuk menggunakannya.

1.1 Saran

Adapun saran-saran dari hasil kerja praktik pada PT. BPRS Hikmah Wakilah yang dapat penulis sampaikan:

1. PT. BPRS Hikmah Wakilah hendaknya lebih memaksimalkan kinerja, terutama dalam memasarkan produk tabungan pendidikan kepada masyarakat dengan sosialisasi dan promosi (baik itu cetak maupun online).
2. PT. BPRS Hikmah Wakilah di harapkan kedepannya dapat menyediakan fasilitas ATMagar nasabah dapat lebih mudah menarik uang.



DAFTAR PUSTAKA

- Buchari Alma, Donni Juni Priansa, 2009, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung, Alfabeta
- Data diperoleh dari dokumen PT. BPRS Hikmah Wakilah_2017
- David W. Cravens, 1996, *Pemasaran Strategis*, Jakarta: Erlangga
- Eva Zhoriva Yusuf, Lesley Williams, 2007, *Manajemen Pemasaran*, jakarta: PPM
- Ika Yunia Fauzia, 2013, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Kencana
- Ismail Yusanto, Karebet Widjayakusuma, 2002, *Menggagas Bisinis Islam*, Jakarta: GIP
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, cetakan ke 3 edisi 111.
- Kasmir, 2008, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana
- Kenneth R. Andrews, 1985, *Konsep Strategi Perusahaan*, Jakarta: Erlangga
- Malayu Hasibuan, 2011, *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta: PT Bumi Aksara
- Murti Sumarni, John Soeprihanto, 2003, *Pengantar Bisnis*, Yogyakarta: liberty
- Nur Rianto Al Arif, 2012, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta
- Philip Kotler, Gary Armstrong, 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, jakarta: Erlangga
- Sofjan Assauri, 2007, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi* , jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Thamrin abdullah, francis tantri, 2013, *Manajemen Pemasaran*, jakarta: PT RajaGrafindo Persada

Nomor :2551/Un.08/FEBI/PP.00.9/08/2017

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

Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran penulisan LKP (Laporan Kerja Praktik) Praktik Kerja Lapangan mahasiswa Prodi D-III Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka dipandang perlu menunjukkan pembimbing LKP tersebut;

b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai pembimbing LKP Prodi D-III Perbankan Syariah.

Mengingat : 1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah No. 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Presiden No. 64 Tahun 2013 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Menjadi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
5. Peraturan Menteri Agama RI No. 12 Tahun 2014, tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Ar-Raniry;
6. Peraturan Menteri Agama RI No. 21 Tahun 2015, Tentang Statuta UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
7. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015, Tentang Pendelegasian Wewenang Kepada Para Dekan dan Direktur PPs UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Menetapkan :
Pertama : Menunjuk Saudara (i) :
a. Dr. Azharsyah, SE., Ak., M.S.O.M Sebagai Pembimbing I
b. Ayumiati, SE., M.Si Sebagai Pembimbing II

untuk membimbing LKP Mahasiswa (i) :

N a m a : Rahmad Ikhwan

NIM : 140601175

Prodi : D-III Perbankan Syariah

J u d u l : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada PT. BPRS Hikmah Wakilah

Kedua : Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya apabila ternyata terdapat kekeliruan dalam keputusan ini. Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada tanggal : 18 Oktober 2017

Dekan.

Tembusan :

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


[Nazaruddin A. Wahid]

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA DIRI

Nama : Rahmad Ikhwan
Tempat Taggal Lahir : Ujung Pasir, 5 Oktober 1996
Jenis Kelamin : 140601175
Pekerjaan : Mahasiswa
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan bisnis Islam/ Diploma III
Perbankan Syariah
Alamat Rumah : Desa Ujung Pasir, Kec. Kluet Selatan,
Kab. Aceh Selatan
Telp/HP : 085296122842
Kewarganegaraan : Indonesia
Status : Belum Kawin
Agama : Islam
Alamat Sekarang : Baet, Kec. Baitussalam,
Kab. Aceh Besar
E-mail : rahmadikhwan96@gmail.com
Alamat Perguruan Tinggi : Jl. Syeikh Abdur Rauf . Kopelma
Darussalam, Banda Aceh 23111

RIWAYAT PENDIDIKAN

SD : SDN Gelumbuk Tahun lulus 2008.
SMP : SMPN 1 Kluet Utara Tahun lulus 2011.
SMA : SMAN 1 Kluet Utara Tahun lulus 2014
Program D- III : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
Banda Aceh.

DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Makjudin
Nama Ibu : Hamimi
Pekerjaan Ayah : Tani
Pekerjaan Ibu : IRT
Alamat Lengkap : Jl. Tapak Tuan-Medan, Kec. Kluet
Selatan, Kab. Aceh Selatan, (23771).

Banda Aceh, 30 Juli 2018
Penulis,

Rahmad Ikhwan
NIM. 140601175