

LAPORAN KERJA PRAKTIK

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN
SIMPANAN PELAJAR (SIMPEL IB) PADA
PT. BANK ACEH SYARIAH CAPEM SUSOH
ACEH BARAT DAYA**



Disusun Oleh :

**FERDIAN
NIM. 160601123**

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

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 Studi Diploma III Perbankan Syariah**

Dengan Judul:

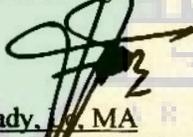
**Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel iB)
Pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh
Aceh Barat Daya**

Disusun Oleh:

**Ferdian
NIM. 160601123**

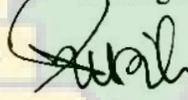
**Disetujui untuk diseminarkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya
telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi
pada Program Studi Diploma III Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry**

Pembimbing I



**Fithriady, S.Pd., MA
NIP: 198008122006041004**

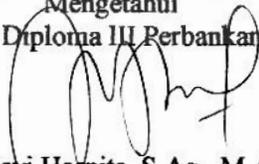
Pembimbing II,



**Jalilah, S.HI., M.Ag.
NIDN: 2008068803**

Mengetahui

(K) Ketua Prodi Diploma III Perbankan Syariah, (K)



**Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag
NIP: 197711052006042003**

LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Disusun Oleh:

Ferdian

NIM . 160601123

Dengan Judul:

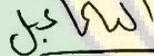
**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SIMPANAN
PELAJAR (SIMPEL IB) PADA PT. BANK ACEH SYARIAH
CAPEM SUSOH ACEH BARAT DAYA**

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

Pada Hari/Tanggal: Senin, 22 Juli 2019
19 Dzulkaidah 1440 H

Di Darussalam, Banda Aceh
Tim Penilai Laporan Kerja Praktik

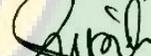
Ketua,



Ismail Rasyid Ridla Tarigan, MA

NIP: 198310282015031001

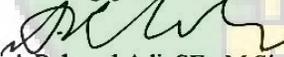
Sekretaris,



Jafilah, S.H.I., M.Ag

NIDN: 2008068803

Penguji I,



A.Rahmad Adi, SE., M.Si

NIDN: 2025027902

Penguji II,



Safnuna Sukma, M.Si

NIP: 198708102019032013

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



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Laporan Kerja Praktik ini. Tidak lupa shalawat beriring salam Penulis panjatkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, beserta keluarga, dan para sahabat yang telah memberikan pencerahan bagi kita hingga dapat merasakan segala nikmatnya. Syukur Alhamdulillah, Penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik ini dengan judul **“Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel iB) Pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh Aceh Barat Daya”**. Penulis menyusun laporan ini dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Diploma III Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam menyelesaikan Laporan Kerja Praktik ini, Penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak terdapat kekurangan baik dalam materi maupun dalam teknik penyusunan. Oleh karena itu, Penulis mengharapkan masukan berupa kritikan dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaannya. Selama proses penyusunan Laporan kerja Praktik ini, Penulis telah banyak menerima bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag selaku Ketua Program Studi Diploma III Perbankan Syariah Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar- Raniry Banda Aceh. Fitriady, Lc., MA selaku Sekretaris Program Studi Diploma III Perbankan Syariah.

2. Fithriady, Lc, MA, selaku pembimbing I dan Jalilah, SHI., M.Ag, selaku pembimbing II.
3. Muhammad Arifin, Ph.D selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Inayatillah, MA.EK selaku Penasehat Akademik serta seluruh Dosen Prodi Diploma III Perbankan Syariah.
5. Terimakasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua terhebatku, Ayahanda Alm. M. Nasir dan Ibunda Lasmi tercinta serta keluarga yang selalu mendoakan dan memberi semangat.
6. Hartina selaku Direktur PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh, serta seluruh karyawan/i PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh.
7. Sahabat dekat penulis, dan angkatan 2016 Prodi Diploma III Perbankan Syariah Malik Abdul Aziz, Nirwan Bawazier, Teuku Rinaldi Fazli, dan seluruh mahasiswa Prodi Diploma III Perbankan Syariah. Penulis hanya memohon kepada Allah SWT semoga mendapatkan balasan yang setimpal serta diberikan petunjuk dan Hidayah dari Allah Yang Maha Esa, Amin.

Banda Aceh, 9 Juli 2019

Ferdian

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	Ṣ	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	ع	‘
14	ص	Ṣ	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>Fathah</i> dan ya	Ai
◌َ و	<i>Fathah</i> dan wau	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
اَ / ى	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ / ِي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ / ِي	<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.

a. Ta *marbutah* (ة)hidup

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

b. Ta *marbutah* (ة) mati

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

c. 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.

RINGKASAN LAPORAN

Nama : Ferdian
NIM : 160601123
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Diploma III Perbankan Syariah
Judul : Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel iB) Pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh Aceh Barat Daya
Tebal LKP : 41 Halaman
Pembimbing I : Fithriady, Lc, MA
Pembimbing II : Jalilah, S.HI., M.Ag,

PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh beralamat di Jl. Letkol BB Djalal No. 02-SR Aceh Barat Daya, yang berfungsi sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali ke masyarakat, dengan cara memberikan pembiayaan dan jasa-jasa bank lainnya. Adapun tujuan penulisan LKP ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk tabungan Simpanan Pelajar (SimPel iB) pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh dan kelebihanannya. Selama melakukan Kerja Praktik, penulis menemukan kendala dalam pemasaran produk tabungan SimPel iB seperti banyak orang tua dari nasabah yang tidak mengetahui apa itu tabungan SimPel iB, bagaimana cara pengelolaannya. Setelah melakukan Kerja Praktik, Strategi pemasaran produk tabungan SimPel iB yang diterapkan oleh PT. Bank Aceh Syariah yaitu: strategi jemput bola, mengadakan pameran/event, website informasi yang tersedia, dan penjualan pribadi (*personal selling*). Adapun saran yang penulis sampaikan terkait pemasaran tabungan SimPel iB yaitu meningkatkan sosialisasi ke sekolah-sekolah, memperluas area sosialisasi sampai ke sekolah yang berada di pedalaman, dan diberikan edukasi kepada orang tua siswa mengenai produk tabungan SimPel iB.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR	iv
LEMBAR PENGESAHAN HASIL SEMINAR	v
KATA PENGANTAR	vi
LEMBAR TRANSLITERASI	viii
RINGKASAN LAPORAN	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Laporan Kerja Praktik	3
1.3 Kegunaan Laporan Kerja Praktik	3
1.4 Sistematika Penulisan Laporan Kerja Praktik	4
BAB II : TINJAUAN LOKASI KERJA PRAKTIK	6
2.1 Sejarah Singkat PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh	6
2.2 Struktur Organisasi PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh	9
2.3 Kegiatan Usaha PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh	10
2.3.1 Penghimpunan Dana	11
2.3.2 Penyaluran Dana	14
2.3.3 Pelayanan Jasa	15
2.4 Keadaan Personalia PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh	15
BAB III : HASIL KEGIATAN KERJA PRAKTIK	17
3.1 Kegiatan Kerja Praktik	17
3.1.1 Bagian Pembiayaan	17
3.1.2 Bagian <i>Costumer Service</i>	18

3.1.3 Bagian <i>Teller</i>	18
3.2 Bidang Kerja Praktik	19
3.2.1 Pengertian Tabungan SimPel iB.....	20
3.2.2 Syarat dan Ketentuan Tabungan SimPel iB.....	22
3.2.3 Strategi Pemasaran Produk Tabungan SimPel iB..	23
3.2.4 Manfaat Dan Keunggulan Produk Tabungan SimPel iB	25
3.3 Teori Yang Berkaitan	26
3.3.1 Pengertian Strategi	26
3.3.2 Pengertian Pemasaran	27
3.3.3 Tujuan Pemasaran	28
3.3.4 Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Islam	30
3.4 Evaluasi Kerja Praktik	38
BAB IV : PENUTUP	40
4.1 Kesimpulan.....	40
4.2 Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA	42
SK BIMBINGAN	44
LEMBAR KONTROL BIMBINGAN	45
LEMBAR NILAI KERJA PRAKTIK	47
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	48

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Jenjang pendidikan karyawan/i PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh.....	16
---	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 : Buku tabungan Simpanan Pelajar (SimPel iB) 21



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : SK Bimbingan	43
LAMPIRAN 2 : Lembar Kontrol Bimbingan	44
LAMPIRAN 3 : Lembar Nilai Kerja Praktik.....	46
LAMPIRAN 4 : Daftar Riwayat Hidup.....	47



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bank secara umum merupakan lembaga keuangan yang kegiatannya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat, dan juga memberikan jasa-jasa lalu lintas pembayaran (Kasmir, 2010: 11). Perbankan termasuk perusahaan industri jasa karena produknya hanya memberikan pelayanan jasa kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Perbankan Indonesia menganut dua sistem, yaitu bank konvensional dan bank syariah.

Menurut Undang-Undang No 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah Indonesia, dijelaskan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Perbedaan bank konvensional dan bank syariah adalah bank konvensional ditetapkan bunga dan bank syariah penetapan bagi hasil (Fahmi, 2014: 2).

Selain dari tugas utama bank yaitu menghimpun dana dan menyalurkan dana, bank memiliki peranan penting dalam melakukan kegiatan *marketing* atau yang biasa kita kenal dengan pemasaran, guna untuk memprioritaskan kemajuan dan peningkatan suatu produk bagi perusahaan itu sendiri. Dalam melakukan pemasaran, bank memiliki beberapa sasaran yang hendak dicapai. Artinya, nilai penting pemasaran bank terletak dari tujuan yang ingin dicapai tersebut seperti dalam hal meningkatkan mutu pelayanan dan menyediakan ragam produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah.

Untuk mendukung kesuksesan strategi pemasaran yang diinginkan, maka perlu dirancang suatu rencana pemasaran (*Marketing Plan*) yang benar-benar mumpuni. Rencana pemasaran adalah instrumen sentral untuk mengarahkan dan mengoordinasikan usaha pemasaran. Rencana pemasaran beroperasi pada dua level: Strategis dan Taktis. Rencana Pemasaran Strategis membentangkan pasar sasaran dan proporsi nilai yang akan ditawarkan, berdasarkan pada suatu analisis peluang pasar terbaik. Rencana Pemasaran Taktis memspesifikasikan taktik pasar, termasuk fitur produk, promosi, perdagangan, penetapan harga, saluran penjualan, dan layanan (Soemitra, 2009: 6).

Strategi pemasaran perbankan hendaknya diimplementasikan secara konsisten dan bijaksana. Saat ini, Bank Aceh Syariah Capem Susoh memiliki beragam produk dan jasa perbankan syariah yang mampu memenuhi kebutuhan nasabah. Salah satu produknya adalah Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel iB). Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel iB) merupakan tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia, dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Dengan persyaratan yang mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, anak usia dibawah 17 tahun di mulai dari PAUD hingga SMA diharapkan mereka dapat gemar menabung dan melatih mengelola keuangan mereka sendiri.

Bank Aceh Syariah Capem Susoh dalam memasarkan produk tabungan Simpanan Pelajar (SimPel iB), salah satunya dengan menggunakan strategi jemput bola, karena target yang dituju adalah siswa/pelajar. Bank Aceh Syariah Capem Susoh melakukan kerjasama

terlebih dahulu dengan pihak sekolah yang berada dibawah naungan Kemendikbud maupun Kemenag. Dengan produk tabungan Simpanan Pelajar (SimPel iB) ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah nasabah lebih banyak dari tahun ke tahun.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk menyusun sebuah Laporan Kerja Praktek (LKP) yang berjudul **“Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel iB) Pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh Aceh Barat Daya”**.

1.2. Tujuan Laporan Kerja Praktik

Adapun tujuan penulisan laporan kerja praktik ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (SimPel iB) pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh dan Kelebihannya.

1.3. Kegunaan Laporan Kerja Praktik

1. Khazanah Ilmu Pengetahuan

Laporan Kerja Praktik ini, dapat menjadi sumber bacaan khususnya bagi mahasiswa Diploma III Perbankan Syariah mengenai Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel iB) Pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh.

2. Masyarakat

Hasil laporan kerja praktik ini diharapkan dapat memberikan informasi yang positif bagi masyarakat untuk mengetahui tentang salah satu produk tabungan Simpel iB di PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh dan menambah informasi mengenai strategi

pemasaran dan kemudahan yang diberikan pihak bank kepada nasabah melalui produk tabungan.

3. Instansi Tempat Kerja Praktik

Kegunaan kerja praktik bagi instansi yang terkait yaitu untuk membantu pekerjaan staf atau karyawan di PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh tempat penulis melakukan *On The Job Training*. Serta membina hubungan kerja sama yang baik antara pihak universitas dengan pihak perbankan.

4. Penulis

Laporan Kerja Praktik berguna untuk menambah pengetahuan mengenai strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (SimPel iB) pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh, serta memberikan pengalaman dalam dunia kerja dimana penulis bisa membandingkan dengan teori yang telah didapatkan diperguruan.

1.4 Sistematika Penulisan Laporan Kerja Praktik

Setiap mahasiswa program Diploma III Perbankan Syariah sebelum melakukan kerja praktik penulis diharuskan mendaftarkan diri ke jurusan dengan mengisi formulir yang diberikan, selanjutnya mahasiswa mengikuti briefing atau pembekalan sebelum melakukan kegiatan kerja praktik tersebut. Setelah mengikuti briefing maka penulis dapat melakukan kerja praktik di instansi yang telah disetujui.

Selama mengikuti kerja praktik di PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh selama satu setengah bulan, penulis melakukan berbagai macam kegiatan yang ada di bank tersebut di antaranya meregistrasi surat yang masuk dan keluar, mengisi formulir pembukaan rekening tabungan nasabah, ikut serta dalam kegiatan open table dan kegiatan lainnya. Setelah kerja praktik selesai, penulis berkonsultasi dengan Ketua Lab untuk memastikan bahwa judul LKP yang akan diajukan telah memenuhi kriteria yang telah ditentukan di buku pedoman kerja praktik dan penulisan laporan program Diploma III Perbankan Syariah. Selanjutnya Ketua Lab menunjuk konsultan yang akan membimbing penulis dalam mempersiapkan laporan awal LKP.

Laporan LKP memuat Latar Belakang, Tujuan Kerja Praktik, Kegunaan Kerja Praktik, Sistematika Penulisan Kerja Praktik, Daftar Pustaka dan Out Line, laporan awal yang telah selesai dapat diserahkan ke jurusan untuk ditetapkan dosen pembimbing, selanjutnya penulis dapat memulai proses bimbingan dengan dosen yang telah dirujuk.

Setelah memperoleh SK bimbingan LKP penulis menjumpai pembimbing utama dan kedua selambat-lambatnya 15 hari setelah SK diterima oleh jurusan. Waktu dan cara bimbingan dilakukan berdasarkan kesepakatan penulis dan pembimbing. Tanggung jawab pembimbing dianggap selesai setelah perbaikan LKP dilakukan pasca seminar hasil.

BAB II

TINJAUAN LOKASI KERJA PRAKTIK

2.1. Sejarah Singkat PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh

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

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

Kebutuhan segmen masyarakat yang belum terlayani oleh bank konvensional, khususnya berkaitan dengan masalah keyakinan, serta didukung oleh UU No. 7 Tahun 1997 tentang Perbankan yang kemudian disempurnakan dengan UU No. 10 Tahun 1998, membuka peluang yang seluas-luasnya kepada perbankan nasional untuk mendirikan bank syariah maupun kantor cabangnya oleh bank konvensional, maka pada Tanggal 28 Desember 2001 BPD Aceh Mendirikan Unit Usaha Syariah dengan SK Direksi No. 047/DIR/SDM/XII/2001.

Dengan terbitnya izin pembukaan kantor cabang syariah dari Bank Indonesia No. 6/4/DPbs/BNA Tanggal 19 Oktober 2004, Bank Aceh syariah mulai didirikan di tengah-tengah masyarakat pada tanggal 5 November 2004 (*Soft Opening*), Sedangkan peresmian (*Grand Opening*) dilakukan pada tanggal 6 Desember 2004. Bank Aceh Syariah dibuka sebagai bukti konkret dari respon positif terhadap program pelaksanaan syariat Islam. Selain itu, sistem perbankan syariah merupakan alternatif dari sistem perbankan saat ini yang mendapat dukungan luas dari masyarakat. Bank Aceh Syariah diharapkan dapat melayani masyarakat yang tidak ingin dihantui hal-hal yang berbau ribawi dalam melakukan aktivitas muamalah secara menyeluruh. Bank Aceh membuka cabang syariah dan sangat berharap akan keikutsertaan seluruh masyarakat Aceh dalam mengembangkan sistem perbankan syariah.

PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh merupakan Kantor Cabang Pembantu yang beralamat di Jl. Letkol BB Djalal No. 02-SR Aceh Barat Daya. PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh mulai beroperasi pertama kali pada November 2008 yang dipimpin oleh Ibu Novarina, pada saat itu memiliki karyawan lebih kurang enam orang dengan satu orang pimpinan, *Teller*, *Customer Service*, *Account Officer (AO)*, dan dua orang di bagian umum dan sekarang dijabat oleh Ibu Hartina mulai dari tahun 2014 sampai sekarang. Kemudian pada awal bulan Agustus 2018 telah terjadi renovasi besar-besaran pada kondisi bangunan bagian dalam dan selesai pada bulan Desember 2018.

Sampai saat ini, Aceh Barat Daya memiliki 5 (lima) unit cabang pembantu yang tersebar di beberapa kecamatan dan 1 (satu) kantor kas, dimana Kantor Cabang terletak di kota Blangpidie Jl. Sentral No. 02 Blangpidie. Kantor Cabang Pembantu PT. Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie:

1. Kantor Capem Manggeng
2. Kantor Capem Babahrot
3. Kantor Capem Susoh
4. Kantor Capem Kota Blangpidie
5. Kantor Capem Iskandar Muda Blangpidie
6. Kantor Kas Kuala Bate

PT. Bank Aceh Syariah memiliki visi, misi, dan motto sebagai berikut:

1. Visi

Mewujudkan bank aceh syariah sebagai bank yang lebih sehat, tangguh, handal dan terpercaya serta dapat memberikan nilai tambah yang tinggi kepada nasabah.

2. Misi

Membantu dan mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui pengembangan dunia usaha, pemberdayaan ekonomi masyarakat, serta memberi nilai tambah kepada pemilik dan kesejahteraan kepada karyawan.

3. Motto/*Corporate Image*

Kepercayaan dan kemitraan. Kepercayaan adalah suatu manifestasi dan wujud bank sebagai pemegang amanah dari nasabah, pemilik dan masyarakat secara luas untuk menjaga

kerahasiaan dan mengamankan kepercayaan tersebut. Kemitraan adalah suatu jaminan kerja sama usaha yang erat dan setara antara bank dan nasabah yang merupakan strategi bisnis bersama dengan prinsip saling membutuhkan, saling menguntungkan diikuti dengan pembinaan dan pengembangan secara berkelanjutan.

2.2. Struktur Organisasi PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh

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

1. Kepala Kantor Cabang Pembantu, yaitu yang bertugas sebagai orang yang mengawasi, memeriksa secara terperinci transaksi yang terjadi di bank serta mengelola semua kegiatan yang berlangsung pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh.
2. *Operation Officer* merupakan bagian yang terdiri dari beberapa petugas yang menjalankan kegiatan pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh terdiri dari:
 - a. *Teller*, yaitu petugas yang bertanggung jawab melayani nasabah yang melakukan penarikan, dan transfer baik secara tunai maupun non tunai yang dilakukan secara cepat dan teliti.
 - b. *Customer Service (CS)* yaitu petugas yang bertanggung jawab dalam pembukaan maupun penutupan rekening

¹ Wawancara dengan Ibu Hartina, Kepala Capem PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh, tanggal 10 April 2019 di Susoh

tabungan, deposito, giro serta menerima keluhan nasabah dan memberikan solusi kepada nasabah terkait dengan permasalahan yang sedang dihadapi mengenai produk perbankan.

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

2.3. Kegiatan Usaha PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh

Untuk menarik minat para calon nasabah agar mau bergabung pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh, Bank Aceh Syariah menawarkan berbagai macam produk dan jasa. Adapun kegiatan usaha pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh sebagai berikut:

2.3.1 Penghimpunan Dana

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

1. Tabungan

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

a. Tabungan SimPel iB

Tabungan SimPel iB merupakan tabungan untuk siswa umur di bawah 17 tahun yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia, dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

b. TabunganKu iB

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

c. Tabungan Firdaus iB

Tabungan Firdaus iB adalah suatu produk penghimpunan dana yang diperuntukkan bagi perorangan yang

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

d. Tabungan Sahara iB

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

e. Tabungan Simpeda iB

Tabungan simpeda adalah tabungan yang dapat diikuti oleh perorangan untuk membantu mengatur keuangan anda secara profesional.

f. Tabungan Seulanga iB

Tabungan seulanga adalah tabungan perorangan yang diperuntukkan untuk kalangan nasabah menengah ke atas, memberikan tingkat suku bunga yang lebih tinggi dibandingkan tabungan lainnya dengan fasilitas pemberian hadiah langsung tanpa diundi.

g. Tabungan Aneka Guna iB

Tabungan aneka guna adalah tabungan yang dapat diikuti oleh perorangan, perkumpulan, organisasi, masjid/badan dayah dan lembaga-lembaga lainnya.

h. Tabungan Pensiun iB

Tabungan pensiun adalah salah satu tabungan yang dikhususkan untuk para penabung yang merupakan nasabah pensiunan.

2. Deposito Mudharabah yaitu simpanan berjangka PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh yang diperuntukkan bagi perorangan atau badan hukum dengan menggunakan akad Mudharabah Muthalaqah (bagi hasil), dimana dana deposito yang di investasikan oleh nasabah dapat digunakan oleh bank (Mudharib), pihak bank diberi kuasa penuh untuk menjalankan usahanya.
3. Giro Wadiah yaitu giro yang diperuntukkan bagi perorangan atau badan hukum dengan menggunakan prinsip al-wadiah yad ad-dhamanah, yaitu titipan dana nasabah pada bank dapat dipergunakan oleh bank dengan izin nasabah, dengan jaminan bank mengembalikan uang tersebut secara utuh (sebesar pokok yang dititipkan).

2.3.2. Penyaluran Dana

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

1. Pembiayaan Produktif

Pembiayaan produktif ialah pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan usaha produksi, perdagangan maupun investasi. Cara penyaluran dana produktif yaitu:

a. Pembiayaan Mikro/Kecil

Pembiayaan mikro adalah pembiayaan yang diberikan bagi pengusaha mikro atau kecil yang membutuhkan tambahan modal untuk pengembangan usahanya.

b. Pembiayaan Komersial

Pembiayaan komersial ialah pembiayaan modal kerja dan investasi dengan menggunakan prinsip syariah. Pembiayaan ini diberikan untuk nasabah dengan jenis usaha menengah dan korporasi, dimana pembiayaan ini dapat memudahkan masyarakat yang ingin mengembangkan usahanya

2. Pembiayaan Konsumtif

Pembiayaan Konsumtif adalah pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi yang akan habis digunakan untuk memenuhi keperluan nasabah. Adapun produk dari pembiayaan konsumsi ini yaitu pembiayaan konsumen iB adalah pembiayaan ini menggunakan pola jual beli (murabahah), dimana nasabah diposisikan sebagai pembeli dan bank sebagai penjual. Dengan demikian harga jual bank adalah harga beli *supplier* di tambah keuntungan yang disepakati bersama sebagaimana tercantum dalam akad.

2.3.3. Pelayanan Jasa

Selain menjalankan fungsinya sebagai *intermediaries* (penghubung) antara pihak yang membutuhkan dana (*deficit*) dengan pihak yang kelebihan dana (*surplus*), bank syariah dapat pula melakukan berbagai pelayanan jasa guna untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sesuai dengan perkembangan terkini. PT. Bank Aceh Syariah telah berupaya meningkatkan kualitas dan jenis produk atau layanan sehingga diharapkan dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas yang tinggi seluruh nasabahnya. Adapun pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh antara lain adalah Transfer, Kliring, RTGS (*Real-Time Gross settlement*), Layanan ATM Bersama, Pembayaran Listrik, Pembayaran Tagihan Ponsel, Pengisian Pulsa Ponsel, Pembayaran Pensiun, Pengelolaan Dana Kebajikan.²

2.4. Keadaan Personalia PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh

PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh memiliki 7 (tujuh) orang karyawan, yang terdiri 4 (enam) orang karyawan dan 3 (satu) orang karyawan. Karyawan PT. Bank Aceh Capem Susoh memiliki susunan organisasi yang terdiri dari satu orang yang bertugas sebagai kepala KCP, satu orang sebagai *teller*, satu orang sebagai *customer service*, satu orang sebagai petugas bagian pembiayaan (*account officer*), serta tiga orang yang bertugas di bagian umum terdiri dari satu orang petugas *office boy* dan dua orang petugas *security*.

² Wawancara dengan Zulia Siska, *Costumer Service* PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh tanggal 10 April 2019 di Susoh

Tabel 2.1 :
Jenjang pendidikan karyawan/i PT. Bank Aceh Syariah
Capem Susoh

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

Sumber: PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh

Dikarenakan lembaga perbankan merupakan suatu tempat dilakukannya transaksi keuangan, maka dibutuhkan penjagaan ekstra dari segi keamanan kantor. Maka dari itu, PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh menyewa 2 (dua) petugas kepolisian dari POLSEK setempat yang bertugas menjaga keamanan kantor dari pagi pukul 08:00 sampai pukul 17:00 WIB. Serta penjagaan keamanan kantor selama 24 jam oleh petugas security yang bertugas bergantian setiap harinya.³

³ Wawancara dengan Ibu Hartina, Kepala Capem PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh, tanggal 10 April 2019 di Susoh

BAB III

HASIL KEGIATAN KERJA PRAKTIK

3.1. Kegiatan Kerja Praktik

Selama mengikuti kegiatan Kerja Praktik yang dilaksanakan lebih kurang selama 31 hari kerja di PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh berlangsung sesuai prosedur yang telah ditentukan oleh kedua belah pihak yaitu jurusan Diploma III Perbankan Syariah dengan PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh. Selama Kerja Praktik (KP), penulis mempelajari banyak hal tentang aplikasi ilmu yang didapatkan pada bangku perkuliahan. Di mana kegiatan tersebut dibimbing langsung oleh kepala capem selaku supervisor serta karyawan tetap instansi tersebut.

Adapun praktik pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh terhitung mulai tanggal 27 Februari 2019 sampai dengan 12 April 2019, penulis ditempatkan di bagian :

3.1.1. Bagian Pembiayaan

Pembiayaan merupakan bagian yang berperan sangat penting dalam mencapai tingkat profitabilitas yang telah ditargetkan disamping menjaga tingkat likuiditasnya, karena dua hal ini saling mempengaruhi. Kegiatan yang penulis lakukan selama proses magang pada bagian pembiayaan adalah sebagai berikut :

1. Mencatat data nasabah yang akan dicairkan pembiayaannya pada buku pencairan pembiayaan murabahah.
2. Mengarsip file pembiayaan murabahah.
3. Menulis data nasabah yang ingin mengambil pembiayaan murabahah pada buku agenda.

4. Memeriksa persyaratan pemenuhan pembiayaan nasabah untuk diparaf, ditandatangani, serta sidik jari nasabah.
5. Melakukan kegiatan *on the spot* (terjun langsung ke lapangan) bersama petugas pembiayaan.
6. Melakukan foto visual (foto agunan) terhadap jaminan yang akan diagunkan.

3.1.2. Bagian *Costumer Service*

Di bagian *Customer Service* (CS), penulis melakukan beberapa kegiatan yang membantu petugas CS yaitu Membantu petugas CS melengkapi data-data nasabah yang ingin membuka rekening tabungan baru, Membantu mengisi formulir pembukaan rekening tabungan, giro, dll, Menulis register pengkinian data giro, Mengisi buku agenda surat masuk dan surat keluar, Melayani pengaduan nasabah.

3.1.3. Bagian *Teller*

Saat kerja praktik (KP) di bagian *teller*, kegiatan yang penulis lakukan adalah membantu petugas *teller* dalam melayani nasabah, mengsortir uang untuk dimasukkan ke dalam kotak kaset *Automatic Teller Machine* (ATM), melakukan pengikatan uang per 10 bal (1000 lembar), dan mengarsip slip transaksi harian yang telah diverifikasi.

3.2. Bidang Kerja Praktik

Selama melaksanakan kerja Praktik di PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh, penulis ditempatkan di bagian pembiayaan, *customer service* dan *teller*, namun penulis lebih banyak mengikuti kegiatan di bagian pembiayaan dan *customer service*. Pada bagian *customer service* penulis lebih banyak melayani nasabah dan menekuni bagaimana strategi pemasaran produk Tabungan SimPel iB.

Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Hanya saja sebagian pelaku pemasaran tidak atau belum mengerti ilmu pemasaran, tetapi sebenarnya mereka telah melakukan usaha-usaha pemasaran. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk dan jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga bisa dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat.

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

Produk tabungan Simpanan Pelajar (SimPel iB) pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh merupakan salah satu produk tabungan untuk pelajar yang diterbitkan secara nasional dalam rangka edukasi dan inklusi

keuangan bagi pelajar, untuk menumbuhkan budaya menabung sejak dini.

3.2.1. Pengertian Tabungan SimPel iB

Tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadiah* atau investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu (Soemitra, 2009: 75).

Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel iB) merupakan tabungan untuk pelajar dengan persyaratan mudah dan fitur yang menarik dalam rangka edukasi perbankan untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Tabungan ini menerapkan dua akad dalam tabungan yaitu *wadiah* dan *mudharabah*. Tabungan simpanan pelajar (simpler iB) yang menerapkan akad *wadiah* yaitu tabungan ini tidak mendapatkan keuntungan karena merupakan titipan yang dapat diambil sewaktu-waktu dengan menggunakan buku tabungan atau media lain seperti kartu ATM.

Sedangkan tabungan Simpanan Pelajar (Simpler iB) yang menerapkan akad *mudharabah* yaitu keuntungan dari dana yang digunakan harus dibagi antara *shahibul mal* (nasabah) dan *mudharib* (bank), adanya tenggang waktu antara dana yang diberikan dan pembagian keuntungan, untuk melakukan investasi dengan memutarakan dana diperlukan waktu yang cukup. Setoran awal tabungan Simpanan Pelajar (SimPel iB) minimal Rp 1.000, minimal setoran selanjutnya Rp 1.000, dan saldo minimum Rp 1.000.

Produk tabungan Simpanan Pelajar (SimPel iB) ini adalah salah satu produk yang dikatakan masih baru. Tabungan Pelajar ini dicetuskan oleh pemerintah dan dijalankan oleh OJK. Untuk mendukung program ini Presiden Joko Widodo sendiri yang meluncurkan produk tabungan ini pada tanggal 14 Juni 2015 yang diterima oleh 8 (delapan) bank umum syariah. Sedangkan pada Bank Aceh Syariah produk ini baru diluncurkan pada tahun 2017. Tujuan dikeluarkannya produk ini agar para pelajar sebagai generasi penerus bangsa dapat mengembangkan budaya menabung secara mandiri sejak dini karena kegiatan menabung dapat melatih anak-anak dalam mengelola keuangannya di masa yang akan datang.⁴

Gambar 3.1
Buku Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel iB):



Sumber: PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh

⁴ Wawancara dengan Zulia Siska, *Costumer Service* PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh tanggal 10 April 2019 di Susoh

3.2.2. Syarat Dan Ketentuan Tabungan SimPel iB

Syarat dan ketentuan pembukaan rekening tabungan SimPel iB :

1. Pihak bank harus memiliki perjanjian kerja sama (PKS) dengan pihak sekolah untuk melayani pembukaan tabungan simpel iB.
2. Seorang nasabah hanya dapat memiliki maksimal 1 (satu) rekening tabungan simpel iB di satu bank yang sama.
3. Formulir pembukaan rekening yang dibutuhkan adalah formulir perorangan yang ditandatangani anak/cap jempol dan orang tua.
4. Dokumen yang dibutuhkan berupa fotocopy (rapor/akte/KTS)
5. Fasilitas :
 - a. Mendapat buku tabungan.
 - b. Nama pada buku tabungan dapat dicetak nama anak.
6. Fitur produk :
 - a. Setoran awal minimum Rp 1.000
 - b. Setoran selanjutnya minimum Rp 1.000
 - c. Saldo minimum Rp 1.000.
7. Transaksi :
 - a. Transaksi penarikan tunai pada *teller* dilakukan oleh orang tua dan anak
 - b. Slip penarikan ditandatangani oleh orang tua dan cap jempol anak.
 - c. Wajib dilakukan verifikasi tanda tangan orang tua pada slip penarikan.
 - d. Tanda tangan anak hanya bersifat edukasi.

Ketentuan lainnya :

1. Nasabah merupakan siswa yang terdaftar PAUD, TK/RA, SD/MI, SMP/MTS, SMA/MA atau sederajat.
2. Nasabah berusia di bawah 17 tahun dan belum memiliki KTP.
3. Transaksi penarikan tunai dan pemindahbukuan melalui *teller* hanya dapat dilakukan dimana tempat rekening di buka.

3.2.3. Strategi Pemasaran Produk Tabungan SimPel iB

Dalam melakukan pemasaran suatu produk, sering terdapat perbedaan dalam cara pemasaran antara satu tabungan dengan tabungan lainnya. Keberhasilan strategi yang diterapkan perusahaan dapat dilihat dari hasil usaha pemasaran. Usaha pemasaran meliputi kegiatan yang menyangkut dengan pengetahuan tentang keinginan konsumen, kebutuhan konsumen, dan daya saing produk yang efektif.

Kegiatan pemasaran terasa semakin penting dengan semakin banyaknya bank yang menawarkan produk tabungan yang sejenis. Dengan adanya kegiatan pemasaran yang gencar seperti promosi dan kualitas produk yang lebih baik, maka konsumen diharapkan akan tertarik dengan produk yang ditawarkan.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan petugas *costumer service* pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh, strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan jumlah nasabah tabungan simpel iB yaitu:⁵

- a. Strategi jempot bola, yaitu pihak *marketing* dari perbankan datang ke sekolah-sekolah sehingga memberikan kemudahan kepada siswa untuk menabung serta dapat langsung menjelaskan

⁵ Wawancara dengan Zulia Siska, *Costumer Service* PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh tanggal 10 April 2019 di Susoh

tentang produk tabungan SimPel iB secara rinci. Strategi ini diwujudkan dengan melakukan kegiatan sosialisasi ke sekolah-sekolah. Sebelumnya, pihak bank harus melakukan kerja sama terlebih dahulu dengan pihak sekolah untuk mensosialisasikan sekaligus memperkenalkan dan menawarkan suatu produk khususnya produk tabungan SimPel iB kepada para siswa sekaligus memberikan edukasi kepada para siswa tentang dunia perbankan. Dalam sosialisasi tersebut, beragam *game*/permainan interaktif dimainkan seperti main tebak-tebakan, tanya jawab seputar perbankan, dan lain sebagainya. Bagi yang berhasil menjawab diberikan hadiah berupa buku, pulpen dan lain sebagainya agar para siswa menjadi senang dan semangat. Dalam sosialisasi tersebut juga dibagikan brosur tentang tabungan SimPel iB untuk dibaca kepada para siswa.

- b. Pameran atau *event*, ini merupakan ajang untuk memperkenalkan sekaligus menawarkan suatu produk yaitu tabungan SimPel iB kepada masyarakat luas khususnya kepada anak yang masih sekolah. Ajang ini juga bisa untuk menyakinkan orang tua dari siswa tentang betapa pentingnya kegiatan menabung sejak dini karena kegiatan menabung dapat melatih anak dalam mengelola keuangannya di masa yang akan datang
- c. Website yang tersedia, website informasi tentang produk tabungan Bank Aceh Syariah dapat di akses oleh masyarakat luas khususnya produk tabungan SimPel iB. Website Bank Aceh Syariah dapat diakses melalui www.bankaceh.co.id.
- d. Penjualan pribadi (*personal selling*), secara umum penjualan pribadi dilakukan oleh seluruh karyawan, mulai dari *cleaning*

service sampai atasan. Secara khusus penjualan pribadi dilakukan oleh petugas *marketing*. Petugas *marketing* Bank Aceh Syariah mempromosikan sekaligus menawarkan produk-produk khususnya produk tabungan SimPel iB ke saudara, tetangga, maupun kerabat terdekat yang memiliki anak usia dibawah 17 tahun.

Berdasarkan strategi pemasaran yang telah dibahas di atas, Strategi tersebut cukup efektif dalam memasarkan produk tabungan SimPel iB. Karena sejak diluncurkan pada tahun 2017, jumlah nasabah tabungan SimPel iB sebanyak 41 orang dan pada tahun 2018 sebanyak 78 orang. Ini menunjukkan adanya peningkatan jumlah nasabah sebanyak 37 orang. Diharapkan juga kepada Bank Aceh Syariah untuk terus memperbaiki strategi yang telah digunakan guna meningkatkan nasabah untuk menabung sejak usia dini dan aset yang dimiliki bank juga akan bertambah.

3.2.4. Manfaat dan Keunggulan Produk Tabungan SimPel iB

Manfaat tabungan simpanan pelajar (SimPel iB) bagi :

1. Siswa

- a. Edukasi keuangan bagi siswa.
- b. Mendorong budaya gemar menabung.
- c. Melatih pengelolaan keuangan sejak dini.

2. Orang tua

- a. Memberikan edukasi tentang produk tabungan.
- b. Mengajarkan kemandirian anak dalam mengelola keuangan.
- c. Memudahkan orang tua untuk mengontrol pengeluaran anak.

3. Sekolah

- a. Sarana edukasi praktis dan perbankan bagi siswa dan guru.
- b. Menumbuhkan budaya menabung di sekolah.

Keunggulan yang di dapat dari tabungan SimPel iB yaitu :

1. Setoran awal ringan.
2. Biaya murah.
3. Bebas biaya administrasi.
4. Memperoleh buku tabungan.
5. Diberikan bonus sesuai kebijakan bank.

3.3. Teori Yang Berkaitan

3.3.1. Pengertian Strategi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Strategi artinya:

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

Strategi merupakan suatu penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan (bank) serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan (Kasmir, 2005: 78). Dapatlah dinyatakan bahwa strategi adalah suatu pernyataan yang mengarahkan bagaimana masing-masing individu dapat bekerja sama dalam suatu organisasi, dalam upaya pencapaian tujuan dan sasaran organisasi tersebut. Strategi juga dapat menghasilkan sumber daya yang nyata, tidak hanya berupa pendapatan atau keuntungan, tetapi

juga dapat sumber daya yang tidak berwujud atau *intangible*, seperti reputasi, komitmen individu atau karyawan, identitas merek dan lainnya (Assauri, 2013: 3-4).

3.3.2. Pengertian Pemasaran

Konsep pemasaran merupakan kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar, sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara efektif dan efisien dibandingkan pesaing.

Menurut Kotler (2005: 10) pemasaran adalah sebuah proses sosial dan manajerial, dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan, melalui penciptaan dan pertukaran produk secara serta nilai dengan pihak lain. Pemasaran ini juga dapat diartikan sebagai upaya untuk menciptakan dan menjual produk kepada berbagai pihak dengan maksud tertentu.

Perbankan syariah salah satu pelaku bisnis, selama dua dasawarsa terakhir tidak henti-hentinya berkompetisi untuk membuat nasabahnya tetap setia pada produknya dan tidak berpaling kepada produk lain. Salah satu yang diyakini dalam pemasaran sekarang untuk membuat nasabah setia dalam menciptakan sistem layanan yang mengarah kepada *costumer satisfaction*. Sistem pemasaran syariah merupakan serangkaian aktifitas produksi barang/jasa dan proses produk/jasa kepada konsumen yang sesuai dengan prinsip syariah (Kotler, 2005: 10).

3.3.3. Tujuan Pemasaran

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

Secara umum tujuan pemasaran bank adalah untuk (Kasmir, 2010: 57):

1. Memaksimumkan konsumsi atau dengan kata lain 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 yang lainnya melalui cerita (*word of mouth*).
3. Memaksimumkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan beragam jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
4. Memaksimumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.

Kepuasan pelanggan dalam dunia perbankan harus diartikan secara komprehensif. Artinya, nasabah akan merasa sangat puas bila komponen kepuasan tersebut dapat terpenuhi secara lengkap. Berikut ini adalah kepuasan nasabah dalam dunia perbankan (Kasmir, 2010: 57-58):

1. *Tangible*

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

2. *Responsivitas*

Adanya keinginan dan kemauan karyawan bank dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Untuk itu pihak manajemen bank perlu memberikan motivasi yang besar agar seluruh karyawan bank mendukung kegiatan pelayanan kepada nasabah tanpa pandang bulu. Agar lebih baik jika motivasi yang diberikan kepada karyawan akan memperoleh imbalan yang sesuai dengan kemampuannya.

3. *Assurance*

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

4. *Reliabilitas*

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

5. *Emphaty*

Yaitu mampu memberikan kemudahan serta menjalin hubungan dengan nasabah secara efektif, kemudian juga mampu memahami kebutuhan individu setiap nasabahnya secara cepat, tepat dan akurat.

3.3.4. Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Islam

Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri. Pemasaran merupakan ruh dari sebuah institusi bisnis. Pemasaran syariah mengajarkan pemasar untuk jujur kepada konsumen atau orang lain.

Pasar syariah adalah pasar yang emosional (*emotional market*) dimana orang tertarik karena alasan keagamaan bukan karena keuntungan financial semata, tidak ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah ia mengandung nilai-nilai ibadah (Kartajaya dan Sula, 2000: 1). Sebagaimana dalam firman Allah QS. al-An'am: 162 yang berbunyi:

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ

الْعَالَمِينَ

Artinya : *Katakanlah; Sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam” (QS. al-An'am: 162).*

Menurut (Alma dan Priansa, 2014: 354) pemasaran syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *values* dari satu inisiator kepada *stakeholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip syariah dan muamalah dalam Islam. Kartajaya berpendapat, pemasaran syariah adalah strategi bisnis, yang harus memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai, dari seorang produsen, atau satu perusahaan, atau perorangan, yang sesuai dengan ajaran Islam (Kartajaya dan Sula, 2000: 343).

Buchari Alma dan Donni Juni Priansa dalam bukunya yang berjudul “*Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer*”, menyatakan bahwa praktik pemasaran Nabi Muhammad SAW antara lain sebagai berikut (Alma dan Priansa, 2014: 359):

a. Segmentasi dan *Targeting*

Segmentasi dan *targeting* dipraktikkan Nabi Muhammad SAW tatkala ia berdagang ke Negara Syam, Yaman, Bahrin. Nabi Muhammad SAW mengenal betul barang apa yang disenangi oleh penduduk dan diserap oleh pasar setempat. Setelah mengenal target pasarnya (*targeting*), Nabi Muhammad SAW menyiapkan barang dagangan yang dibawa ke daerah tersebut. Nabi Muhammad SAW betul-betul profesional dan memahami dengan baik segmentasi dan *targeting* sehingga sangat menyenangkan hati Khadijah, yang saat itu berperan sebagai bosnya. Barang-barang yang diperdagangkan Nabi Muhammad SAW selalu cepat terjual, karena memang sesuai dengan segmen dan target pasarnya (*targeting*).

Segmentasi adalah seni mengidentifikasi serta memanfaatkan peluang-peluang yang muncul di pasar. Dalam melihat pasar, perusahaan harus kreatif dan inovatif menyikapi perkembangan yang sedang terjadi, karena segmentasi merupakan langkah awal yang menentukan keseluruhan aktivitas perusahaan.

Targeting adalah proses penyeleksian produk baik barang maupun jasa atau pelayanan terbaik sehingga benar-benar berada posisi yang terbaik guna mencapai keberhasilan perusahaan (Arif, 2012: 96).

b. *Positioning*

Positioning berarti bagaimana membuat barang yang kita hasilkan atau kita jual memiliki keunggulan, disenangi, dan melekat di hati pelanggan dan bisa melekat dalam jangka waktu yang lama. *Positioning* berhubungan dengan apa yang ada di benak pelanggan, berhubungan dengan persepsi, dimana persepsi tersebut akan melekat dalam waktu yang lama. *Positioning* Nabi Muhammad SAW yang sangat mengesankan dan tidak terlupakan oleh pelanggan merupakan kunci mengapa Nabi Muhammad SAW menjadi pebisnis yang sukses. Beliau menjual barang-barang asli yang memang original serta sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Tidak pernah terjadi pertengkaran atau klaim dari pihak pelanggan bahwa pelayanan dan produk yang dijual Nabi Muhammad SAW mengecewakan.

Positioning adalah tentang bagaimana suatu merek perusahaan dapat masuk dan menguasai benak pelanggan. Bagi perusahaan syariah, membangun *positioning* yang kuat dan positif sangatlah penting. Jadi, *positioning* memegang peranan dalam memasarkan produk-produk perusahaan, karena membangun *positioning* berarti membangun

kepercayaan dari konsumen. Untuk perusahaan berbasis syariah, membangun kepercayaan berarti menunjukkan komitmen bahwa perusahaan syariah itu menawarkan sesuatu yang lebih jika dibandingkan perusahaan non syariah. Allah menjelaskan dalam firman-Nya QS. al-Anfal: 27 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا
أَمَانَاتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.” (QS. al-Anfal : 27).

Ayat diatas mengandung perintah untuk tidak mengkhianati Allah SWT dan amanat-amanat yang telah dipercayakan kepada umat-Nya. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa Allah SWT memerintah umat-Nya untuk menjalankan perintah-Nya dan menjauhi apa yang menjadi larangan-Nya. Oleh karena itu, dalam strategi pemasaran syariah dilarang untuk berbuat dhalim kepada konsumen terutama dalam memasarkan produk. Karena dhalim termasuk dalam hal yang dilarang oleh Allah SWT.

c. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Ini adalah suatu strategi pemasaran untuk melayani pelanggan dengan cara memuaskannya melalui *product, price, place, dan promotion* (4P) (Alma dan Priansa, 2014: 362).

1. Produk (*Product*)

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar guna mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Klasifikasi produk antara lain :

- Bagian tidak tahan lama, merupakan barang berwujud yang bisa dikonsumsi satu atau beberapa kali. Contoh: makanan, minuman ringan, dan lain-lain.
- Bagian tahan lama, merupakan barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan beberapa kali pemakaian. Contoh: lemari es, mobil, pakaian.
- Jasa, adalah kegiatan, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contoh: Rumah sakit, bengkel, kursus komputer, penyewaan, dan lainnya.

Dalam pembuatan produk harus memperhatikan nilai kehalalan, bermutu, bermanfaat dan berhubungan dengan kebutuhan hidup manusia. Dalam penawaran suatu produk dilarang mengandung unsur ketidakjelasan (*gharar*) karena akan menimbulkan potensi terjadinya penipuan dan ketidakadilan pada salah satu pihak.

2. Harga (*Price*)

Menurut Basu Swastha, harga dapat didefinisikan sebagai sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Swastha, 2004: 147).

Dalam menentukan harga, perusahaan harus mengutamakan nilai keadilan. Jika kualitas produknya bagus, harganya tentu bisa tinggi.

Sebaliknya jika seorang telah mengetahui keburukan yang ada dibalik produk yang ditawarkan, harganya pun harus disesuaikan dengan kondisi produk tersebut. Apabila dalam kegiatan pemasaran pihak produsen tidak menyesuaikan bagaimana harga dengan kondisi produknya, dan pihak produsen mencari keuntungan dibatas wajar atas produk tersebut, maka hal tersebut telah bertentangan dengan syari'at islam.

3. Lokasi/Distribusi (*Place*)

Distribusi adalah merupakan bagian vital dari strategi pemasaran. Pemilihan strategi dengan penilaian yang tepat akan dapat membantu produk sampai ke konsumen sesuai dengan harga yang telah ditentukan perusahaan. Pemasar harus memahami tingkat hasil pelayanan yang diinginkan pelanggan antara lain :

- **Strategis.** Semakin strategis lokasi distribusi, maka kemungkinan juga akan semakin efektif bagi konsumen.
- **Kenyamanan Tempat.** Kenyamanan tempat menyatakan tingkat kemudahan yang disediakan saluran pemasaran bagi konsumen.
- **Efisien.** Lokasi mudah dijangkau oleh konsumen, dalam merancang sistem saluran pemasaran perlu analisis kebutuhan konsumen, menetapkan tujuan saluran pemasaran dan mengevaluasinya (Sutisna, 2003: 299).

Nabi Muhammad SAW melarang orang-orang atau perantara memotong jalur distribusi dengan melakukan pengecatan terhadap pedagang dari desa yang ingin menjual barangnya ke kota. Mereka dicegah di pinggir kota dan mengatakan bahwa harga barang bawaan mereka sekarang harganya jatuh, dan lebih baik barang itu dijual kepada mereka yang mencegah. Nabi Muhammad SAW melarang menyongsong

(mencegat) pedagang (sebelum tiba di pasar), dan melarang orang kota membeli dagangan orang desa. Inti dari pelarangan tersebut adalah untuk menghindarkan adanya tengkulak (perantara).

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah komunikasi dari para pemasar yang menginformasikan, membujuk dan mengingatkan para calon pembeli suatu produk dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respon. Bauran promosi (*promotional mix*) adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, penjualan pribadi (*personal selling*), dan alat promosi yang lain, di mana semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan. Bauran promosi terdiri dari:

- Periklanan (*Advertising*), merupakan bentuk presentasi dan promosi non pribadi tentang ide, barang, dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu.
- Penjualan Pribadi (*Personal Selling*), adalah presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan.
- Publisitas, adalah pendorongan permintaan secara non pribadi untuk suatu produk, jasa, atau ide dengan menggunakan berita komersial di dalam media massa dan sponsor.
- Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), merupakan kegiatan pemasaran selain *personal selling*, periklanan, dan publisitas yang mendorong pembelian konsumen dan efektivitas pengecer. (Swastha dan Irawan, 2003: 349)

Semua elemen promosi ini harus dihindarkan dari tindak kebohongan, ilusi, ketidaksenonohan, serta publikasi produk yang menghalalkan segala cara. Nabi Muhammad SAW dalam mempromosikan produknya tidak pernah melebih-lebihkan dengan maksud untuk memikat pembeli. Nabi Muhammad SAW dengan tegas menyatakan bahwa seorang penjual harus menjauhkan diri dari sumpah-sumpah yang berlebihan dalam menjual suatu barang, karena sumpah yang berlebihan yang dilakukan hanya untuk mendapatkan penjualan yang lebih tidak akan menumbuhkan kepercayaan pelanggan.

Menurut Hermawan Kartajaya ada empat hal yang menjadi key success factors (KSF) dalam mengelola bisnis yang merupakan sifat-sifat Rasulullah antara lain, *shiddiq*, *amanah*, *fathanah* dan *tabligh* (Kartajaya dan Sula, 2000: 120-135).

- a. *Shiddiq* (benar dan jujur), jika seorang pengusaha senantiasa berperilaku benar dan jujur dalam sepanjang kegiatannya, pemasar bersifat shiddiq haruslah menjiwai seluruh perilakunya dalam melakukan pemasaran, dalam berhubungan dengan pelanggan, dalam bertransaksi dengan nasabah, dan dalam membuat perjanjian dengan mitra bisnisnya.
- b. *Amanah* (terpercaya, kredibel) artinya dapat dipercaya, bertanggungjawab, dan kredibel, juga bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan. Diantara nilai yang terkait dengan kejujuran dan melengkapinya adalah amanah.
- c. *Fathanah* (cerdas), dapat diartikan sebagai intelektual, kecerdikan atau kebijaksanaan. Pemimpin yang fathanah adalah pemimpin yang memahami, mengerti, dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya.

Dalam bisnis, implikasi ekonomi sifat fathanah adalah bahwa segala aktivitas dalam manajemen suatu perusahaan harus dengan kecerdasan, dengan mengoptimalkan semua potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan.

- d. *Tablig* (komunikatif), artinya komunikatif dan argumentatif dengan tutur kata yang tepat dan mudah dipahami. Dalam bisnis, haruslah menjadi seorang yang mampu mengkomunikasikan visi dan misinya dengan benar kepada karyawan dan nasabah lainnya. Juga menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya dengan jujur dan tidak harus berbohong maupun menipu pelanggan.

3.4. Evaluasi Kerja Praktik

Selama melakukan kerja praktik di PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh, penulis melakukan berbagai macam kegiatan di bagian pembiayaan dan *costumer service* serta mendapatkan banyak pengalaman baru mengenai perbankan syariah. Banyak kegiatan yang penulis lakukan selama Kerja Praktik di PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh, penulis membantu karyawan dalam mengerjakan tugasnya, maka dari itu banyak pengalaman yang penulis dapatkan yang mungkin tidak penulis dapatkan selama di bangku perkuliahan.

Ketika melaksanakan Kerja Praktik banyak ditemukan keunggulan pada bank tersebut seperti pengelolaan manajemen yang baik, keramahan pegawai pada saat melayani nasabah dan kerja sama tim yang baik, kedisiplinan dan efektivitas perusahaan dalam mendapatkan nasabah sesuai target yang telah ditentukan oleh bank tersebut. Selama ini, strategi pemasaran produk tabungan Simpanan Pelajar (SimPel iB) yang dilakukan PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh sudah cukup baik

dan terarah hal ini dapat dilihat dari jumlah peningkatan nasabah selama 2 tahun terakhir mengalami peningkatan.

Strategi pemasaran produk tabungan Simpanan Pelajar (SimPel iB) yang diterapkan PT. Bank Aceh Syariah yaitu strategi jemput bola, mengadakan pameran/*event*, website informasi yang tersedia, dan penjualan pribadi (*personal selling*). Tetapi, lebih sering menerapkan strategi jemput bola dengan melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah sekaligus menawarkan produk ini kepada calon nasabah karena target nasabah untuk tabungan SimPel iB yaitu siswa yang berusia di bawah 17 tahun dan masih sekolah. Strategi pemasaran produk tabungan Simpanan Pelajar (SimPel iB) diterapkan sesuai dengan prinsip syariah. PT. Bank Aceh Syariah menghadirkan berbagai keunggulan-keunggulan yang dimiliki tabungan Simpanan Pelajar (SimPel iB) yang membuat nasabah tertarik untuk bergabung menjadi nasabah tabungan Simpanan Pelajar pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh.

Adapun kendala yang penulis dapatkan selama melakukan kerja praktik mengenai produk tabungan Simpanan Pelajar (SimPel iB) banyak orang tua dari calon nasabah yang tidak mengetahui apa itu tabungan SimPel iB, bagaimana cara pengelolaannya dan sebagainya. Solusinya yang dapat dilakukan oleh perbankan terutama PT. Bank Aceh Syariah adalah dengan cara mensosialisasikan ke masyarakat luas mengenai produk tabungan Simpanan Pelajar.

BAB IV

PENUTUP

4.1. Kesimpulan

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

1. Strategi pemasaran produk tabungan SimPel iB yang dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh yaitu :
 - a. Strategi jemput bola, yaitu pihak *marketing* dari perbankan melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah sekaligus memperkenalkan dan menawarkan produk tabungan Simpanan Pelajar kepada para siswa dan memberikan edukasi kepada para siswa tentang dunia perbankan.
 - b. Mengadakan pameran atau *event*, ini merupakan ajang untuk memperkenalkan sekaligus menawarkan suatu produk yaitu tabungan SimPel iB kepada masyarakat luas khususnya kepada anak yang masih sekolah.
 - c. Website yang tersedia, website informasi tentang produk tabungan Bank Aceh Syariah dapat di akses oleh masyarakat luas khususnya produk tabungan SimPel iB. Website Bank Aceh Syariah dapat diakses melalui www.bankaceh.co.id.
 - d. Penjualan pribadi, yang dilakukan oleh seluruh karyawan bank untuk mempromosikan produk-produk khususnya produk tabungan SimPel iB ke saudara, tetangga, maupun kerabat terdekat.

2. Adapun kelebihan yang bisa didapatkan oleh nasabah dari tabungan SimPel iB ini yaitu :

- a. Setoran awal ringan.
- b. Biaya murah.
- c. Bebas biaya administrasi.
- d. Memperoleh buku tabungan.
- e. Diberikan bonus sesuai kebijakan bank.

4.2. Saran

Berdasarkan pengamatan yang penulis amati pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh selama melakukan kegiatan kerja praktik, maka saran yang diberikan yaitu:

1. Diharapkan PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh untuk dapat mengoptimalkan strategi yang ada guna untuk meningkatkan target usahanya.
2. Melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah dengan mengadakan kunjungan rutin dan memperluas area sosialisasi sampai ke sekolah yang berada di pedalaman.
3. Diharapkan untuk dapat meningkatkan strategi pemasaran secara luas agar masyarakat atau orang tua dari siswa dapat di edukasi secara langsung terkait produk tabungan SimPel iB karena produk ini memiliki kelebihan tersendiri dibandingkan produk tabungan yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemahan.

Al Arif, M. Nur Rianto. 2012. *“Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah”*. Bandung: Alfabeta.

Alma, Buchari dan Donni juan Priansa. 2014. *“Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer”*. Edisi Revisi. Bandung: Afabeta.

Amrin, Abdullah. 2007. *“Strategi Pemasaran Asuransi Syariah”*. Jakarta: PT Grasindo.

Assari, Sofjan. 2013. *“Strategi Manajemen”*. Jakarta: Rajawali Pers.

Brosur PT. Bank Aceh Syariah. 10 April 2019.

Fahmi, Irham. 2014. *“Analisis Laporan keuangan”*. Bandung: Alfabeta.

Juraidah. 2018. *“Strategi Pemasaran Produk Tabungan SimPel iB Pada Bank Syariah Bukopin Cabang Medan”*. Skripsi Minor. FEBI. D-III Perbankan Syariah. UIN Sumatera Utara. Medan.

Kasmir. 2007. *“Pemasaran Bank”*. Jakarta: Kencana.

Kasmir. 2011. *“Manajemen Perbankan”*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Kertajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. 2006. *“Syariah Marketing”*. Bandung: Mizan Pustaka.

Kotler, Philip. 2005. *“Manajemen Pemasaran”*. Jakarta: Indexs.

Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *“Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.

Soemitra, Andi. 2009. *“Bank & Lembaga Keuangan Syariah”*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Swastha, Basu. 2000. *“Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)”*. Yogyakarta: BPFE UGM.

Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *“Menejemen Pemasaran Modern”*. Yogyakarta: Liberty Offset.

Sutisna. 2003. *“Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran”*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Umam, Khaerul. 2013. *“Manajemen Perbankan Syariah”*. Bandung: CV Pustaka Setia.

http://www.bankaceh.co.id/?page_id=82, diakses pada tanggal 15 mei 2019.





UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

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

Nomor : 2465/Un.08/FEBI/PP.00.9/05/2019

T E N T A N G

PENETAPAN PEMBIMBING LAPORAN KERJA PRAKTIK MAHASISWA PROGRAM STUDI D-III PERBANKAN SYARIAH

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN AR-RANIRY BANDA ACEH,

- Menimbang** :
- a. bahwa untuk kelancaran penulisan Laporan Kerja Praktik mahasiswa Program Studi D-III Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka dipandang perlu menunjukkan Pembimbing Laporan Kerja Praktik yang ditetapkan dengan surat keputusan Dekan;
 - b. bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dinilai mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Laporan Kerja Praktik pada Program Studi 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 Banda Aceh No. 01 Tahun 2015, Tentang Pendelegasian Wewenang Kepada Para Dekan dan Direktur PPs UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan Pertama** :
- a. Fithriady, Lc.,MA Sebagai Pembimbing I
 - b. Jailiah, S.HI.,M.Ag Sebagai Pembimbing II

untuk membimbing Laporan Kerja Praktik Mahasiswa (i) :

N a m a : Ferdian

N I M : 160601123

Prodi : D-III Perbankan Syariah

J u d u l : Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Sampel IB) Pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh

- K e d u a** : 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.

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada tanggal : 7 Mei 2019

D e k a n,

Zaki Fuad H
Zaki Fuad H

Tembusan :

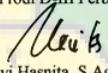
1. Rektor UIN Ar-Raniry.
2. Ketua Prodi D-III Perbankan Syariah.
3. Dosen pembimbing yang bersangkutan
4. Mahasiswa yang bersangkutan.

LEMBAR KONTROL BIMBINGAN

Nama/NIM : Ferdian/160601123
 Jurusan : Diploma III Perbankan Syariah
 Judul LKP : Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel iB)
 Pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh
 Tanggal SK : 07 Mei 2019
 Pembimbing I : Fithriady, Lc, MA
 Pembimbing II : Jalilah, S.HI., M.Ag.

No	Tanggal Penyerahan	Tanggal Bimbingan	Bab yang Dibimbing	Catatan	Tanda Tangan Pembimbing
	25-05-2019	29-05-2019	Bab I-III	Perbaikan	
	10-06-2019	10-06-2019	Bab I-IV	Perbaikan	
	10-07-2019	10-07-2019	Bab I-IV	Acc untuk sidang	

Mengetahui,
 Ketua Prodi D-III Perbankan Syariah,

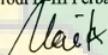

 Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag.
 NIP. 197711052006042003

LEMBAR KONTROL BIMBINGAN

Nama/NIM : Ferdian/160601123
 Jurusan : Diploma III Perbankan Syariah
 Judul LKP : Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel iB)
 Pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh
 Tanggal SK : 07 Mei 2019
 Pembimbing I : Fithriady, Lc, MA
 Pembimbing II : Jalilah, S.HI., M.Ag.

No	Tanggal Penyerahan	Tanggal Bimbingan	Bab yang Dibimbing	Catatan	Tanda Tangan Pembimbing
	20-05-2019	20-05-2019	Bab 1	latah belatah riyau.	Surah
	10-07-2019	20-07-2019	Bab 2-2	. Perbaiki . Ace	Surah

Mengetahui,
 Ketua Prodi D III Perbankan Syariah,


 Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag
 NIP. 197711052006042003

LEMBAR PENILAIAN MAGANG MAHASISWA/I
PADA PT. BANK ACEH SYARIAH



DATA PENILAI :

Nama : Hartina
 Unit Kerja : PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh
 Jabatan : Pimpinan PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh
 N.R.K : 89000316
 No. HP : 0813 6291 4009

DATA MAHASISWA :

Nama Mahasiswa : Ferdian
 Nomor Induk Mahasiswa : 160601123
 Program Studi : D-III Perbankan Syariah
 Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
 Universitas : UIN Ar-raniry
 No. HP : 0822 4341 4381

No.	Uraian	Nilai (angka)	Nilai (huruf)
1	Integritas/Sopan Santun	80	B+
2	Penguasaan Materi Pekerjaan	80	B+
3	Kedisiplinan	82	B+
4	Kreativitas	74	B
5	Kerjasama Tim	84	B+
6	Inisiatif	74	B
7	Komunikasi	90	A
8	Penampilan	95	A
Nilai Rata-Rata <i>(diisi oleh pembina ditempat magang)</i>		82,3	B+

SARAN & KRITIK TERHADAP MAHASISWA Ybs (Deskripsi Mahasiswa Ybs)

Untuk dapat ditingkatkan lagi ilmu pengetahuan tentang perbankan secara keseluruhan.

Keterangan Nilai :

A = 85-100
 B+ = 75-84
 B = 65-74
 C+ = 55-64
 C = 45-54
 D = 35-44
 E = 0-43

Susoh, 12 April 2019

Penilai


 Bank Aceh

HARTINA

Pimpinan Bank Aceh Syariah Capem Susoh

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Ferdian
 Tempat/Tgl. Lahir : Padang Hilir, 18 Februari 1999
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Pekerjaan/NIM : Mahasiswa/160601123
 Agama : Islam
 Kebangsaan : Indonesia
 Status : Belum kawin
 Alamat : Desa Padang Hilir, Kec. Susoh, Kab. Aceh Barat
 Daya, Aceh
 Email : ferdian.kpr18@gmail.com
 No. HP : 082243414381

Riwayat Pendidikan

SD : MIN Kampung Rawa lulusan tahun 2010
 SMP : MTsN Susoh lulusan tahun 2013
 SMA : MAN 1 Blangpidie lulusan tahun 2016
 Perguruan Tinggi : Diploma III Perbankan Syariah Fakultas
 Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar Raniry,
 Darussalam, Banda Aceh

Data Orang Tua

Nama Ayah : Alm. M. Nasir
 Nama Ibu : Lasmi
 Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
 Alamat Orang Tua : Desa Padang Hilir, Kec. Susoh, Kab. Aceh Barat
 Daya, Aceh

Banda Aceh, 9 Juli 2019

Ferdian