

LAPORAN KERJA PRAKTIK

STRATEGI PEMASARAN PRODUK SAHARA iB PADA PT. BANK ACEH SYARIAH CABANG PEMBANTU T.NYAK ARIEF



Disusun Oleh:

**ORIN PRIHARTINI
NIM. 160601080**

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

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Orin Prihartini
NIM : 160601080
Jurusan : D-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 dipertanggung jawabkan 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 Syariah dan Ekonomi Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 22 April 2019
Yang Menyatakan




Orin Prihartini

LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR HASIL LKP

LAPORAN KERJA PRAKTIK

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

Dengan Judul:

STRATEGI PEMASARAN PRODUK SAHARA iB PADA PT. BANK ACEH SYARIAH CABANG PEMBANTU T. NYAK ARIEF

Disusun Oleh:

Orin Prihartini
NIM. 160601080

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 Banda Aceh

Pembimbing I,

Fithriady, Lc., MA
NIP. 198008122006041004

Pembimbing II,

Evriyenni, SE., M.Si
NIDN. 2013048301

Mengetahui

Ketua Prodi D-III Perbankan Syariah

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

LEMBAR PENGESAHAN HASIL SEMINAR

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Disusun Oleh:

Orin Prihartini
NIM. 160601080

Dengan Judul:

**Strategi Pemasaran Produk Sahara iB
Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu
T. Nyak Arief**

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

Pada Hari/Tanggal : Selasa, 03 Juli 2019
29 Syawal 1440 H

Banda Aceh
Tim Penilai Laporan Kerja Praktik

Ketua,

Fithriady Lc., MA
NIP. 198008122006041004

Sekretaris,

Evriyenni SE., M.Si
NIDN. 2013048301

Penguji I,

T.Syifa Padhriza Nanda, SE., M.Acc., Ak
NIDN: 2022118501

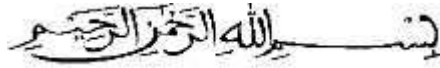
Penguji II,

Dara Amanatillah, M.Sc.Fin
NIDN : 2022028705

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

Dr. Zaki Fuad Chalil, M.Ag
NIP. 196403141992031003

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr, Wb.

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan atas 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 sehingga dapat merasakan nikmatnya Iman dan Islam, serta nikmat kemuliaan dalam ilmu pengetahuan.

Penulisan Laporan Kerja Praktik ini yang berjudul **“Strategi pemasaran produk tabungan Sahara iB pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu T.Nyak Arief”** bertujuan sebagai syarat guna meraih gelar Ahli Madya pada Program Studi Diploma III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam penyusunan Laporan Kerja Praktik ini, penulis mendapat bimbingan, arahan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ungkapan terima kasih kepada:

1. Dr. Zaky Fuad Chalil, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag selaku Ketua prodi Diploma III Perbankan Syariah dan Fithriady, Lc., MA selaku Sekretaris Prodi Diploma III perbankan syariah.
3. Azimah Dianah, S.E., Ak. selaku Penasehat Akademik (PA) penulis selama menempuh pendidikan dan Muhammad Arifin

4. Ph.D selaku ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Fithriady,Lc.,MA selaku pembimbing I, dan Evri Yenni,SE.,M.Si selaku pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan di celah-celah kesibukannya.
6. Bapak/Ibu Dosen Prodi Diploma III Perbankan Syariah yang telah banyak memberikan ilmunya, serta seluruh staf dan pegawai yang telah memberikan segala fasilitas dalam menyelesaikan LKP ini.
7. Kedua orang tua tercinta, Mama Sunengsih dan Ayah Syafruddin, saudara laki-laki Dani Galuh Pratama dan Fiki Wahyudi yang telah memberikan semangat, pengorbanan, kasih sayang serta doa.
8. Seluruh karyawan/karyawati PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief, yaitu Rahmad Fatlon, Sella Yunida, Angga Ibnu Abdillah, Leidy Sutra, dan Irfan.
9. Sahabat tercinta Jihan Arief, Regita Cahyani, Putri Yuni Humaira, Ruhaipah , Putra Fhounna dan Asma Winda.

Akhirnya, hanya kepada Allah SWT penulis dapat berharap dan mendo'akan semoga Allah SWT akan memberikan balasan yang setimpal atas doa-doanya. Amin ya Rabbal'Alamin.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Banda Aceh, 22 April 2019
Penulis,

Orin Prihartini

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor : 158 Tahun1987 – 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	Z
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	S	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	S	29	ي	Y
15	ض	D			

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
◌ِ يَ	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
◌ِ وَ	<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
اِيْ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
يِْ	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

قال :qāla
رمى :ramā
قيل :qīla
يقول :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.

Contoh:

رَوْضَةُ الْاِطْفَالِ

: *raudah al-atfāl/ raudatul atfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

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

طَلْحَة

: *Talḥah*

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.

RINGKASAN LAPORAN

Nama : Orin Prihartini
NIM : 160601080
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ DIII- Perbankan Syariah
Judul : Strategi Pemasaran Produk Tabungan Sahara iB Pada PT. Bank Aceh Syariah Capem T.nyak Arief
Tanggal Sidang : 03 Juli 2019
Tebal LKP : 77 Halaman
Pembimbing I : Fithriady, Lc.,MA
Pembimbing II : Evri Yenni, SE., M.Si

PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief beralamat di Jl. T.nyak Arief No. 25-26, Kel. Jeulingke, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh. Penulis melakukan kegiatan kerja praktik selama 31 hari, dimulai dari tanggal 27 Febuari 2019 sampai 12 April 2019. Adapun tujuan penulisan LKP ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran dan untuk mengetahui keunggulan produk tabungan sahara iB pada PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief. Strategi pemasaran produk Tabungan Sahara iB yang digunakan oleh PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief diantaranya: strategi produk, strategi tempat, strategi harga dan strategi promosi. Selama melakukan kerja praktik, penulis menemukan sejumlah kendala dalam pemasaran produk tabungan Sahara iB seperti kurangnya minat masyarakat tentang produk tabungan Sahara iB, daya saing yang semakin tinggi, dan keadaan ekonomi masyarakat yang sering berubah. Untuk meningkatkan kemajuan produk tabungan Sahara iB penulis menyarankan agar melakukan metode *open door to door* dan melakukan sosialisasi melalui media sosial seperti instagram, whatsapp dan lain-lain. Keunggulan produk tabungan Sahara iB diantaranya yaitu aman dan bebas dari biaya administrasi bulanan. Untuk meningkatkan keunggulan produk tabungan Sahara iB tersebut, maka penulis menyarankan agar adanya sistem *Internet Banking* untuk mempermudah nasabah dalam melakukan berbagai transaksi.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR HASIL LKP	iv
LEMBAR PENGESAHAN HASIL SEMINAR.....	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN TRANSLITERASI	viii
RINGKASAN LAPORAN	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Kerja Praktik	4
1.3 Kegunaan LaporanKerja Praktik	4
1.4 Sistematika Penulisan Laporan Kerja Praktik	5
BAB 2 : TINJAUAN LOKASI KERJA PRAKTIK	7
2.1 Sejarah PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief.....	7
2.2 Struktur Organisasi PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief	12
2.3 Visi dan Misi PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief	16
2.4 Kegiatan Usaha PT. Bank Aceh Syariah KCP Capem T.Nyak Arief	17
2.4.1 Penghimpunan Dana	17
2.4.2 Penyaluran Dana	20
2.4.3 Pelayanan Jasa	21
2.5 Keadaan Personalia PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief	22
BAB 3 : KEGIATAN KERJA PRAKTIK.....	26
3.1 Kegiatan Kerja Praktik.....	26
3.1.1 Bagian <i>Costumer Service</i>	26
3.2 Bidang Kerja Praktik.....	27
3.2.1 Mekanisme pembukaan Tabungan Sahara iB pada PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief Teori Yang Berkaitan	27
3.2.2 Strategi pemasaran tabungan Sahara iB.....	31
3.3 Teori Yang Berkaitan	34
3.3.1 Pengertian Strategi.....	34

3.3.2	Pengertian Pemasaran.....	35
3.3.3	Tujuan Pemasaran	36
3.3.4	Konsep Pemasaran.....	37
3.3.5	Bauran Pemasaran	38
3.3.6	Strategi Pemasaran dalam Perspektif Islam.....	40
3.4	Evaluasi Kerja Praktik.....	43
BAB 4 : PENUTUP		46
4.1	Kesimpulan	46
4.2	Saran	46
DAFTAR PUSTAKA		49
LAMPIRAN		51



DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 :	Jumlah Nasabah Tabungan Sahara iB dari tahun 2016-2018 Usia	26
TABEL 3.1 :	Jumlah Nasabah Tabungan Haji IB dari tahun 2017-2018	45



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Struktur Organisasi PT. Bank Aceh Syariah Capem

T.Nyak Arief 14



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: SK Bimbingan.....	51
Lampiran 2: Lembar Kontrol Bimbingan.....	52
Lampiran 3: Lembar Nilai Kerja Praktik.....	54
Lampiran 4: Formulir Pembukaan Tabungan Sahara iB	55
Lampiran 5: Daftar Riwayat Hidup	58



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Lembaga Keuangan Syariah merupakan lembaga keuangan yang operasionalnya dijalankan sesuai dengan prinsip syariah. Lembaga Keuangan Syariah ini telah berkembang dengan cukup pesat. Lembaga Keuangan Syariah sebagai lembaga keuangan yang hadir sebagai pilihan dan solusi bagi kaum muslim yang ingin terhindar dari praktek yang mengandung unsur riba (Budiono, 2017: 54).

Bagi seorang muslim, riba hukumnya haram baik sedikit maupun ganda. Riba merupakan perbuatan yang tercela karena perbuatan ini sangat merugikan sesama manusia. Meskipun masih ada pendapat khususnya di Indonesia yang masih meragukan apakah bunga bank termasuk riba atau tidak, maka sesungguhnya telah menjadi kesepakatan ulama, ahli fikih dan *islamic banker* dikalangan dunia (Baraba, 2010: 3).

Oleh karena itu dibutuhkan suatu sistem perbankan yang dapat menampung tuntutan dan kebutuhan masyarakat dengan sistem bagi hasil dan resiko (*Profit and loss sharing*), yang mengedepankan prinsip keadilan dan kebersamaan dalam berusaha, baik dalam memperoleh keuntungan maupun resiko (Budiono, 2017: 55).

Bank Syariah merupakan lembaga intermediasi dan penyedia jasa keuangan yang bekerja sesuai dengan prinsip syariah, khususnya bebas dari bunga, bebas dari kegiatan spekulatif yang nonproduktif seperti bebas dari hal-hal yang tidak jelas, perjudian, berprinsip adil dan hanya membiayai kegiatan usaha yang halal (Ascarya, 2005: 4).

Pada dasarnya fungsi bank syariah tidak jauh berbeda dengan bank konvensional, seperti tertera dalam UU RI No.21 tahun 2008 tentang perbankan syariah bahwasanya:

1. Bank Syariah dan UUS (Unit Usaha Syariah) wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.
2. Bank Syariah dan UUS dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga Baitul Mal yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infaq, sedekah atau dana lainnya dan mengalurkan dana tersebut kepada pihak atau organisasi pengelola zakat.
3. Bank Syariah dan UUS dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola zakat sesuai dengan kehendak pemberi wakaf.
4. Alat Transmisi kebijakan moneter (sama seperti bank lainnya).

Selain dari fungsi bank sebagai penghimpun dan penyalur dana, bank juga berperan penting dalam kegiatan pemasaran agar produk yang ditawarkan semakin lebih baik dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat (Azmi, 2014: 2).

Pemasaran adalah suatu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Faktor penting dalam menciptakan nilai yaitu produksi, pemasaran dan konsumsi. Konsep pemasaran bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan masyarakat (Hartono, 2012: 883).

Sebagai salah satu perbankan syariah, PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief menawarkan berbagai macam produk seperti tabungan, pembiayaan dan produk jasa lainnya. Produk ini ditawarkan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terutama masyarakat di sekitar bank tersebut seperti Jeulingke, Peurada, dan

Kruengcut. Masyarakat ini memiliki keinginan yang tinggi terhadap produk yang ditawarkan oleh PT. Bank Aceh Capem T.Nyak Arief, salah satunya produk tabungan seperti tabungan Sahara iB.

Produk Sahara iB merupakan salah satu produk unggulan PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief. Persyaratan pembukaan rekening tabungan Sahara cukup mudah, dengan cara mengisi formulir pembukaan rekening, menunjukkan bukti identitas asli dan menyerahkan foto copy bukti identitas. Setoran awalnya hanya Rp500.000,00. Penyetoran ini dapat dilakukan di seluruh kantor cabang, kantor cabang pembantu dan kantor kas Bank Aceh (Bank Aceh, 2019).

Strategi pemasaran produk tabungan Sahara iB yang dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief diantaranya seperti pameran, *personal selling*, dan periklanan. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan Sahara iB. Peningkatan jumlah nasabah tabungan Sahara iB dari tahun 2016-2018 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Tabungan Sahara iB dari
tahun 2016-2018

Tahun	Jumlah Nasabah
2016	13
2017	2
2018	11
Total Nasabah	26

Sumber: PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief (2019)

Berdasarkan tabel 1.1 jumlah nasabah dapat dilihat bahwa ketertarikan masyarakat terhadap produk tabungan Sahara iB mengalami penurunan pada tahun 2017. Hal ini terjadi akibat berbagai faktor salah satunya karena strategi pemasaran yang dilakukan masih kurang efektif. Hal ini sangat berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah produk tabungan Sahara iB

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk menyusun Laporan Kerja Praktik (LKP) dengan judul "**Strategi pemasaran produk Sahara iB pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang pembantu T.Nyak Arief**".

1.2 Tujuan Kerja Praktik

Adapun tujuan penulisan kerja praktik dalam penulisan Laporan Kerja Praktik (LKP) ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk tabungan Sahara iB pada PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief.
- 2) Untuk mengetahui keunggulan produk tabungan Sahara iB pada PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief.

1.3 Kegunaan Kerja Praktik

1. Khazanah Ilmu Pengetahuan

Adapun kegunaan kerja praktik ini, dapat memberikan informasi dan pengetahuan mengenai strategi pemasaran produk tabungan Sahara iB pada PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief bagi mahasiswa Diploma III Perbankan Syariah dan khususnya bagi penulis agar dapat menerapkan teori yang telah didapatkan di bangku kuliah pada saat melakukan kerja praktik pada PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief.

2. Masyarakat

LKP ini berguna untuk memberikan pengetahuan dan penjelasan bagi masyarakat luas mengenai strategi pemasaran produk tabungan Sahara iB pada PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief.

3. Instansi Tempat Kerja Praktik

Kegunaan laporan kerja praktik ini bagi instansi yang terkait yaitu untuk memberikan masukan yang bermanfaat, terutama bagi PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief, sehingga dapat meningkatkan minat nasabah pada produk yang ditawarkan di bank tersebut, terutama produk Sahara iB.

4. Penulis

Kegunaan kerja praktik ini bagi penulis yaitu, untuk menambah wawasan tentang produk Sahara iB, dan memberikan pengalaman dalam dunia kerja dimana bisa membandingkannya dengan teori yang didapatkan diperkuliahan.

1.4 Sistematika Penulisan Laporan Kerja Praktik

Untuk mempermudah penulisan laporan kerja praktik ini, maka disusun sistematika penulisan laporan kerja praktik agar penulisan ini dapat terarah dan berkaitan satu sama lain. Pada bab satu berisi tentang pendahuluan yang merupakan penjelasan berkaitan dengan masalah yang dibahas diantaranya latar belakang, tujuan kerja praktik, kegunaan laporan kerja praktik dan sistematika penulisan kerja praktik.

Bab dua berisi tentang tinjauan lokasi kerja praktik, isi bab ini menjelaskan tentang sejarah singkat PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief, visi dan misi PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief, struktur organisasi PT. Bank Aceh Capem T.Nyak Arief, kegiatan

usaha PT. Bank Aceh Capem T.Nyak Arief, dan keadaan personalia PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief.

Bab tiga berisi tentang hasil kegiatan kerja praktik membahas mengenai kegiatan kerja praktik, bidang kerja praktik, teori yang berkaitan dan evaluasi kerja praktik. Pada bab ini penulis memaparkan kerja praktik yang dilakukan selama satu setengah bulan pada PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief. Kemudian penulis akan menyampaikan kesesuaian antara teori dan kerja praktik di lapangan.

Bab empat yaitu penutup, berisi tentang kesimpulan dari semua pembahasan dan saran dari strategi yang digunakan dalam pemasaran produk Sahara iB PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief. Bagian akhir yaitu daftar pustaka, lampiran-lampiran, SK Bimbingan, struktur organisasi, lembaran nilai kerja praktik, dan daftar riwayat hidup.



BAB II

TINJAUAN LOKASI KERJA PRAKTIK

2.1 Sejarah Singkat PT. Bank Aceh Syariah

Gagasan untuk mendirikan Bank milik Pemerintah Daerah di Aceh teretus atas prakarsa Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Atjeh (sekarang disebut Pemerintah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam). Setelah mendapat persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah peralihan Provinsi Aceh di Kutaraja (sekarang Banda Aceh) dengan Surat Keputusan Nomor 7/DPRD/5 tanggal 7 September 1957, beberapa orang mewakili Pemerintah Daerah menghadap Mula Pangihutan Tamboenan, wakil Notaris di Kutaraja, untuk mendirikan suatu Bank dalam bentuk Perseroan Terbatas yang bernama “PT Bank Kesejahteraan Atjeh, NV” dengan modal dasar ditetapkan Rp25.000.000,00.

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

Sepuluh tahun kemudian, tepatnya pada tanggal 7 April 1973, Gubernur Kepala Daerah Istimewa Aceh mengeluarkan Surat Keputusan No. 54/1973 tentang Penetapan Pelaksanaan Pengalihan PT. Bank Kesejahteraan Aceh NV menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Peralihan status, baik bentuk hukum, hak dan kewajiban dan lainnya secara resmi terlaksana pada tanggal 6 Agustus 1973, yang dianggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Untuk memberikan ruang gerak yang lebih luas kepada Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, Pemerintah Daerah telah beberapa kali mengadakan perubahan Peraturan Daerah (Perda), yaitu mulai Perda No.10 tahun 1974, Perda No. 6 tahun 1978, Perda No. 5 tahun 1982, Perda No. 8 tahun 1988, Perda No. 3 tahun 1993 dan terakhir Peraturan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh Nomor: 2 Tahun 1999 tanggal 2 Maret 1999 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh menjadi PT. Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, yang telah disahkan oleh Menteri Dalam Negeri dengan Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor: 584.21.343 tanggal 31 Desember 1999.

Perubahan bentuk badan hukum Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas dilatar belakangi keikutsertaan Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh dalam program rekapitalisasi, berupa peningkatan permodalan bank yang ditetapkan melalui Keputusan Bersama Menteri Keuangan Republik Indonesia dan Gubernur Bank Indonesia Nomor /KMK.017/1999 dan Nomor 31/12/KEP/GBI tanggal 8 Februari 1999 tentang Pelaksanaan Program Rekapitalisasi Bank Umum, yang ditindaklanjuti dengan penandatanganan Perjanjian Rekapitalisasi antara

Pemerintah Republik Indonesia, Bank Indonesia, dan PT. Bank BPD Aceh di Jakarta pada tanggal 7 Mei 1999.

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

Sesuai dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No.42 tanggal 30 Agustus 2003, modal dasar di tempatkan PT. Bank BPD Aceh ditambah menjadi Rp 500 milyar.

Berdasarkan Akta Notaris Husni Usman tentang Pernyataan Keputusan Rapat No. 10 Tanggal 15 Desember 2008, notaris di Medan tentang peningkatan modal dasar Perseroan, modal dasar kembali ditingkatkan menjadi Rp1.500.000.000.000 dan perubahan nama Perseroan menjadi PT. Bank Aceh. Perubahan ini telah disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No.AHU-44411.AH.01.02 Tahun 2009 pada tanggal 9 September 2009. Perubahan nama menjadi PT. Bank Aceh telah disahkan oleh Keputusan Gubernur Bank Indonesia No.12/61/KEP.GBI/2010 tanggal 29 September 2010.

Bank Aceh memulai aktivitas perbankan syariah dengan diterimanya surat Bank Indonesia No.6/4/Dpb/BNA tanggal 19 Oktober 2004 mengenai Izin Pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank Aceh dalam aktivitas komersial Bank. Bank Aceh mulai

melakukan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah tersebut pada 5 November 2004.

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

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

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

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

Kantor Pusat Bank Aceh berlokasi di Jalan Mr. Mohd. Hasan No 89 Batoh Banda Aceh. Sampai dengan tanggal 19 September 2016, Bank memiliki 1 Kantor Pusat, 26 Kantor Cabang, 85 Kantor Cabang Pembantu, 15 Kantor Kas, 13 *Payment Point*, 2 Mobil Kas Keliling, serta 201 Gera ATM Bank Aceh. Adapun riwayat dan perubahan nama serta badan hukum Bank Aceh Syariah adalah sebagai berikut:

- a. 19 November 1958: NV. Bank Kesejahteraan Atjeh (BKA).
- b. 6 Agustus 1973: Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh (BPD IA).
- c. 5 Februari 1993: PD. Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh (PD. BPD IA).
- d. 7 Mei 1999: PT. Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, disingkat menjadi: PT. Bank BPD Aceh.
- e. 29 September 2010: PT. Bank Aceh.
- f. 19 September 2016: PT. Bank Aceh Syariah (Bank Aceh.co.id sejarah singkat Bank Aceh, 2017).

Perbankan syariah telah menunjukkan perkembangan yang positif sehingga dapat memainkan peranan penting dalam memobilisasi, mengalokasi dan memanfaatkan sumber daya dengan lebih baik. Perkembangan Perbankan Syariah tidak terlepas dari dukungan masyarakat, kalangan ulama maupun pemerintah. Salah satu faktor perkembangan Perbankan Syariah khususnya di Aceh karena mayoritas

masyarakat Aceh beragama Islam sehingga setiap aktivitas muamalah yang dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief didirikan pada tahun 2007 yang berlokasi di jalan T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh yang diresmikan oleh kepala direksi PT. Bank Aceh Syariah yaitu bapak Aminullah Usman.

PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh dibangun dengan tujuan untuk memudahkan nasabah dalam menjangkau setiap instansi kantor Bank Aceh Syariah secara cepat dan ekonomis dalam melakukan setiap transaksi, maka dari itu didirikanlah Kantor Cabang Pembantu di setiap wilayah masing-masing. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan pelayanan bagi nasabah PT. Bank Aceh Syariah guna menghindari antrian yang panjang.

2.2 Struktur Organisasi PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief

Untuk menjalankan kegiatan dalam lembaga keuangan perbankan, dibutuhkan struktur organisasi yang tepat. Maka dari itu PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh memiliki struktur organisasi dengan tujuan untuk mengatur pembagian antara wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing bagian kerja.

Dengan adanya struktur organisasi maka para pekerja akan dapat mengetahui dengan mudah apa saja tugas dan kewajiban serta bertanggung jawab atas tugas yang telah diberikan.

Adapun struktur organisasi PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh ialah:



Sumber: PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief (2019)

Gambar 1.2

Struktur Organisasi PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief

Berikut adalah tugas masing-masing bidang yang dijabat oleh karyawan PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh:

1. Kepala Cabang Pembantu
 - a. Mengawasi manajemen bank berjalan sesuai aturan.
 - b. Memiliki tanggung jawab terhadap operasional kantor cabang pembantu.
 - c. Memeriksa secara terperinci setiap transaksi yang terjadi di bank.

- d. Melaporkan kegiatan operasional ke kantor pusat operasional..
- e. Memberikan keputusan yang dianggap perlu dalam setiap kegiatan operasional.

2. Bagian Pembiayaan/*Account Officer*

- a. Memberikan surat permohonan pembiayaan nasabah beserta lampiran-lampirannya.
- b. Meneliti kelengkapan dan keaslian dokumen permohonan pembiayaan terutama yang menyangkut aspek yuridis, aspek keuangan, dan aspek jaminan (anggunan).
- c. Melakukan *ot the spot* ke lokasi nasabah bersama-sama dengan supervisor dan hasilnya dituangkan kedalam laporan kunjungan nasabah dengan tujuan untuk:
- d. Melakukan analisis yang meliputi:
 - 1) Menilai kemungkinan dampak risiko pembiayaan bagi bank
 - 2) Menghitung relationship yang diharapkan dari pembiayaan yang diberikan.
 - 3) Menganalisis data pendukung dan keadaan pasar.
 - 4) Menilai kesehatan dan kemampuan nasabah mengembalikan pembiayaan berdasarkan kelayakan usaha dan menghasilkan laba.
 - 5) Merekomendasikan persetujuan pemberian pembiayaan kepada pimpinan bank.
- e. Setelah usulan dan rekomendasi disetujui, meminta bantuan bagian *account officer* untuk persiapan akad perjanjian pembiayaan. Apabila besar pembiayaan yang dimohonkan

melalui wewenang *Supervisor*, maka akan diusulkan ke kantor pusat atau kantor cabang.

3. Bagian Operasional

Operation Officer merupakan bagian yang terdiri dari beberapa petugas yang menjalankan kegiatan terdiri dari:

a. Bagian *teller*

- 1) Berlaku ramah, sopan dan selalu membantu nasabah.
- 2) Melayani nasabah yang melakukan penarikan, dan transfer baik secara tunai maupun non tunai
- 3) Memberikan penjelasan yang ramah dan sopan pada setiap permasalahan yang dialami nasabah saat melakukan transaksi.
- 4) Semua transaksi dilayani dengan cepat dan cermat.

b. Bagian *customer service*

- 1) Melayani nasabah yang ingin membuka dan menutup rekening giro, tabungan dan deposito berjangka.
- 2) Menjelaskan syarat-syarat untuk membuka rekening tabungan, giro dan deposito.
- 3) Menerapkan prinsip pelayanan prima agar nasabah merasa nyaman dan aman.
- 4) Menerima keluhan nasabah dan memberikan solusi kepada nasabah atas permasalahan yang sedang dihadapi mengenai produk perbankan.

4. Bagian umum

Bank Officer (BO) atau bagian umum adalah petugas yang bertanggung jawab untuk meneliti kembali terkait dengan transaksi pada *front officer*.

Bagian yang terdapat pada BO, yaitu:

- 1) *Officer Boy* (OB) adalah petugas yang bertanggung jawab dalam kenyamanan serta kebersihan kantor, membantu karyawan kantor pada saat jam kerja sesuai dengan kebutuhan, membantu bagian-bagian lain meliputi kelengkapan alat kebutuhan inventaris, agenda surat-menyurat kantor dan lain sebagainya .
- 2) *Security* adalah petugas yang menjaga keamanan bank untuk menciptakan keamanan, kenyamanan dan membantu nasabah yang mengalami kesulitan atau kendala yang berkaitan dengan produk agar operasionalnya berjalan dengan lancar.¹

2.3 Visi dan Misi Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief

Dalam menjalankan operasionalnya untuk melayani nasabah, PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke banda Aceh memiliki Visi dan Misi, adapun Visi dan Misinya adalah sebagai berikut:

a. Visi

Visi dari PT. Bank Aceh Syariah adalah untuk mewujudkan Bank Aceh Syariah menjadi bank yang terdepan dan terpercaya dalam memberikan pelayanan yang baik terhadap nasabahnya.

b. Misi

Adapun misi dari PT. Bank Aceh Syariah adalah untuk membantu dan mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui pengembangan dunia usaha dan menjadi perusahaan pilihan utama bagi profesional perbankan Syariah di

¹ Wawancara dengan Rahmad Fatlon (Pimpinan) PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief tanggal 04 April 2019 .

Aceh, serta menjadi bank yang memotivasi para Karyawanya (Visi Misi Bank Aceh.co.id,2019).

2.4 Kegiatan Usaha PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief

Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang memberikan pelayanan kepada masyarakat baik itu pelayanan dalam bentuk produk maupun jasa lainnya. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh merupakan salah satu bank yang menjalankan operasionalnya sesuai dengan prinsip Syariah. Kegiatan utama yang dijalankan oleh Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat

2.4.1 Penghimpunan Dana

Penghimpunan Dana adalah suatu kegiatan usaha Lembaga keuangan dalam mengumpulkan dana dari masyarakat dan mengumpulkannya dalam bentuk simpanan giro, tabungan, deposito dan surat berharga lainnya. Adapun produk-produk yang ditawarkan oleh PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh yaitu Tabungan Firdaus iB, Tabungan Sahara iB, tabunganKU iB, tabungan simpeda iB, tabungan TAG iB, tabungan seulanga iB, Giro *Wadī'ah*, dan Deposito *Mudhārabah*. Adapun definisi tabungan, Giro, dan Deposito pada Bank Aceh Syariah adalah sebagai berikut:²

1. Tabungan

Tabungan adalah simpanan pihak ketiga yang penarikannya dilakukan sesuai dengan syarat yang telah disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet, giro, atau alat lain yang

² Brosur Bank Aceh Syariah

dipersamakan. Adapun tabungan yang disediakan oleh PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief adalah sebagai berikut:

a) Tabungan Firdaus iB

Tabungan Firdaus iB (Fitrah Dalam Usaha) adalah salah satu produk dimana pemilik dana memberikan kepercayaan penuh kepada bank untuk mengelola dananya dengan nisbah (bagi hasil) yang telah disepakati sebelumnya dengan menggunakan akad *Mudhārabah Mutlāqah*

b) Tabungan Ku iB

Tabungan Ku 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 Sahara iB

Tabungan Sahara iB adalah tabungan untuk mewujudkan pelaksanaan perjalanan ibadah haji dan umrah yang dikelola berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Produk ini menerapkan akad *Wadī'ah yād adhāmanah* yaitu titipan nasabah pada bank yang dapat dipergunakan oleh bank dengan izin nasabah dimana bank menjamin akan mengembalikan titipan nasabah sebesar titipan pokok.

d) Tabungan Simpeda iB

Tabungan Simpeda iB adalah tabungan yang dapat diikuti oleh perorangan untuk membantu mengatur keuangan nasabah secara profesional dengan menggunakan akad *Mudharabah*.

e) Tabungan Aneka Guna(TAG) iB

Tabungan Aneka Guna iB adalah tabungan yang dapat diikuti oleh perorangan, perkumpulan, organisasi, masjid/badan dayah dan Lembaga-lembaga lainnya dengan menggunakan akad *Mudharabah* dan *Wadi'ah*.

f) Tabungan Seulanga iB

Tabungan Seulanga iB adalah tabungan perorangan yang diperuntukkan untuk kalangan nasabah menengah ke atas, memberikan nisbah (bagi hasil) yang lebih tinggi dibandingkan tabungan lainnya dengan fasilitas pemberian hadiah langsung tanpa diundi, menggunakan akad *Mudharabah*.

2. Deposito Sejahtera iB

Deposito Sejahtera iB atau deposito *Mudhārabah* adalah investasi berjangka waktu berdasarkan prinsip syariah dengan keuntungan bagi hasil yang optimal. Produk ini menerapkan akad *Mudhārabah* (bagi hasil), dana yang diinvestasikan oleh nasabah dapat dipergunakan oleh bank sebagai *Mudhārib* dengan imbalan bagi hasil bagi nasabah sebagai *Shāhibul Māl*. Deposito dengan akad *Mudhārabah* juga merupakan jenis investasi pada PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh dalam mata uang rupiah dengan penarikan dilakukan sesuai masa jatuh tempo serta dapat diperpanjang secara otomatis.

3. Giro Amanah iB

Giro Amanah iB adalah simpanan atau investasi dana nasabah pada bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan Cek, Bilyet Giro, sarana perintah

pembayaran lainnya, atau dengan perintah pemindah bukuan. Giro merupakan suatu produk penghimpunan dana dengan menggunakan akad *Wadī'ah*. Pada produk ini, dana nasabah dimana bank menjamin akan mengembalikan titipan nasabah sebesar titipan pokok.

2.4.2 Penyaluran Dana

Dalam menyalurkan dana kepada nasabah, PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh menawarkan beberapa produk pembiayaan diantaranya adalah sebagai berikut:³

1. Pembiayaan Seuramoe Mikro iB Bank Aceh Syariah

Pembiayaan Seuramoe Mikro Bank Aceh iB adalah pembiayaan penambahan modal atau pembelian peralatan kerja dengan tujuan untuk mengembangkan usaha-usaha mikro yang produktif dan fleksibel (layak untuk dibiayai). Keuntungan dari penggunaan dana tersebut dibagi bersama berdasarkan nisbah yang telah disepakati dengan menggunakan akad *musyāraqah*.

2. Pembiayaan Konsumer iB

Pembiayaan Konsumer iB adalah pembiayaan yang menggunakan prinsip syariah untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Pembiayaan ini menggunakan akad jual beli (Murabahah), nasabah diposisikan sebagai pembeli dan bank sebagai penjual. Contoh Pembiayaan *Murābahah* berdasarkan akad jual beli dimaksud bank membeli barang yang dipesan dan menjualnya kepada nasabah. Harga jual bank adalah harga beli penyedia barang (*supplier*) ditambah keuntungan yang

³ Brosur Bank Aceh Syariah

disepakati. Oleh karenanya nasabah mengetahui dengan pasti keuntungan yang diambil oleh bank (Zahratul, 2016:14-15).

2.4.3 Pelayanan Jasa

Pelayanan jasa Bank merupakan suatu kegiatan perbankan yang dilakukan oleh Bank untuk memperlancar dan mempermudah kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana. Semakin lengkap jasa bank yang akan diberikan maka dapat meningkatkan kepuasan nasabah terhadap pelayanan jasa yang ditawarkan.

Dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat sesuai dengan perkembangan Teknologi, maka PT. Bank Aceh Syariah telah berupaya meningkatkan kualitas produk pelayanan jasa sehingga diharapkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Begitu pula dengan PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh, demi kemudahan dan kelancaran nasabahnya bertransaksi juga melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabahnya melalui:⁴

1. SMS Banking

SMS *Banking* adalah sebuah fasilitas layanan perbankan yang ditujukan bagi nasabah Bank Aceh Syariah agar memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan. Dengan hanya mengirim SMS ke 3322 nasabah dapat melakukan pengecekan saldo, isi ulang pulsa, transfer antar rekening hingga pembayaran tagihan *Handphone*. SMS *Banking* Bank Aceh Syariah dapat diakses melalui kartu simpati, AS, HALLO, Mentari, IM3 dan Matrix.

⁴ Wawancara dengan Angga Ibnu Abdillah, Customer Service Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief, pada tanggal 8 April 2019.

2. *Automatic Teller Machine* (ATM) adalah sebuah fasilitas layanan Bank Aceh Syariah untuk mempermudah dan mempercepat setiap transaksi yang dilakukan nasabah dengan menggunakan kartu ATM Bank Aceh Syariah.

3. Transfer

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

2.5 Keadaan Personalia PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Banda Aceh

PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Banda Aceh memiliki personalia yang sangat berkontribusi secara baik untuk mengurus segala hal yang menyangkut tentang *administrative* karyawan(ti) PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh. Dalam setiap bidangnya memiliki tanggung jawab dan tugasnya masing-masing. Secara keseluruhan PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh memiliki karyawan(ti) yang berjumlah 7 orang. Pada pembahasan ini penulis akan membahas keadaan personalia PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh berdasarkan beberapa kategori diantaranya: deskripsi posisi kerja, pendidikan terakhir, jenis kelamin karyawan(ti), dan usia karyawan(ti). Mengenai hal ini penulis akan membahas lebih lanjut dengan menggunakan tabel dan pembahasan yang singkat.

Adapun pembahasan tentang keadaan personalia PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief Banda Aceh dengan menggunakan table adalah sebagai berikut:⁵

a. Deskriptif Posisi Kerja.

Tabel 2.1
Karakteristik Karyawan Berdasarkan Posisi Kerja

Posisi	Jumlah (Orang)
Kepala Cabang Pembantu	1
Petugas pembiayaan	1
<i>Teller</i>	1
<i>Customer Service</i>	1
<i>Security</i>	2
<i>Office Boy</i>	1
Total karyawan(ti)	7

Sumber: PT.Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief (2019)

Berdasarkan tabel 2.1 deskripsi posisi kerja karyawan(ti) pada PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh sebagai berikut: 1 orang Kepala cabang pembantu, 1 orang petugas pembiayaan, 1 orang *Teller*, 1 orang *Customer Service*, 2 orang *Security* dan 1 orang *Office Boy*.

⁵ Wawancara dengan Rahmad Fatlon (Pimpinan) PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief tanggal 04 April 2019.

b. Pendidikan terakhir karyawan

Tabel 2.2
Karakteristik Karyawan Berdasarkan Pendidikan Terakhir.

Pendidikan Terakhir	Jumlah (orang)
S1	2
D3	2
SMA	3
Total Karyawan(ti)	7

Sumber: PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief (2019)

Berdasarkan tabel 2.2 tingkat pendidikan terakhir karyawan(ti) PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh yang mempunyai latar belakang pendidikan yang berbeda yaitu S1, D3 dan SMA, dan total jumlah karyawan 7 orang, karyawan yang pendidikan terakhir S1 berjumlah 2 orang, D3 berjumlah 2 orang dan karyawan yang berpendidikan terakhir SMA berjumlah 3 orang.

c. Jenis Kelamin Karyawan(ti)

Tabel 2.3
Karakteristik Karyawan Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)
Perempuan	1
Laki-laki	6
Total Karyawan(ti)	7

Sumber: PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief (2019)

Berdasarkan tabel 2.3 total karyawan(ti) PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh yang keseluruhannya berjumlah 7 orang terdapat 6 orang laki-laki dan 1 orang perempuan.

d. Usia

Tabel 2.4
Karakteristik Karyawan Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah
>20	1
25-35	5
>36	1
Total karyawan(ti)	7

Sumber: PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief(2019)

Berdasarkan tabel 2.4 usia karyawan(ti) PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh, terdiri dari: 1 orang berusia 24, 5 orang berusia dari 25 tahun hingga 35 tahun, dan 1 orang lainnya berusia 36 tahun ke atas.

Demikianlah penjelasan mengenai keadaan personalia/karakteristik karyawan(ti) yang ada pada PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh. Walaupun memiliki perbedaan dari berbagai macam aspek, namun para karyawan(ti) tersebut mampu bekerja sama dengan baik dan tidak ada perselisihan dalam mewujudkan suatu tujuan yang sama-sama ingin dicapai oleh PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh.⁶

⁶ Wawancara dengan Rahmad Fatlon (Pimpinan) PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief tanggal 04 April 2019.

BAB III

HASIL KEGIATAN KERJA PRAKTIK

3.1 Kegiatan Kerja Praktik

Selama mengikuti Kegiatan Kerja Praktik yang dilakukan oleh penulis pada PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh selama lebih kurang 30 hari terhitung dari tanggal 29 Maret 2019 sampai dengan tanggal 12 April 2019. Kegiatan kerja praktik ini berlangsung sesuai dengan prosedur yang telah ditentukan oleh kedua belah pihak yaitu Jurusan Diploma III Perbankan Syariah dengan PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief. Selama Kerja Praktik berlangsung penulis hanya ditempatkan pada satu bagian saja yaitu bagian *Customer Service*. Pada bagian ini penulis banyak melakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut:

3.1.1 Bagian *Costumer Service*

Dalam bagian *Customer Service*, penulis melakukan beberapa kegiatan yang membantu *Customer Service* diantaranya:

- a. Meregister tabungan Firdaus iB, tabungan Sahara iB, tabungan Seulanga iB, Deposito dan meregister rekening Giro.
- b. Mengisi buku agenda surat masuk dan surat keluar.
- c. Mencatat data perusahaan yang membuka rekening giro.
- d. Meregister pengaduan nasabah, pemindah pembukuan (PP), debet nota (DN), dan *credit* nota (CN).
- e. Meregister penutupan rekening tabungan, serta mengarsipkan dokumen kedalam bundel.

3.2 Bidang Kerja Praktik

Selama melaksanakan Kegiatan Kerja Praktik PT.Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief, penulis sering di tempatkan pada bagian *Customer Service*. Pada bagian *Customer Service* penulis lebih banyak menekuni bagaimana strategi pemasaran tabungan Sahara iB.

Kegiatan pemasaran sangat penting bagi perusahaan, dimana kegiatan ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat terhadap produk dan jasa yang ditawarkan.

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

Produk Tabungan Sahara iB pada PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief merupakan salah satu produk yang banyak memiliki keunggulan-keunggulan yang belum banyak di ketahui nasabah, tabungan Sahara iB banyak digunakan oleh nasabah diantaranya PNS, TNI, POLRI, dan lain sebagainya.

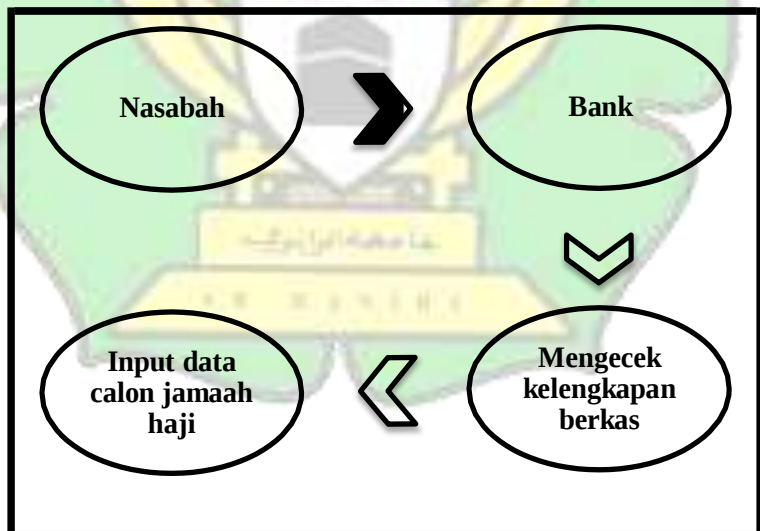
3.2.1 Mekanisme Pembukaan Tabungan Sahara iB Pada PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief.

Adapun mekanisme untuk pembukaan tabungan Sahara iB, syarat-syarat yang harus dipenuhi, serta fasilitas yang akan diberikan untuk nasabah yang akan membuka rekening tabungan Sahara iB antara lain:⁷

⁷ Brosur Bank Aceh Syariah

1. Syarat dan ketentuan Tabungan Sahara iB
 - a. Mengisi formulir pembukaan rekening.
 - b. Menunjukkan asli bukti identitas dan menyerahkan photo copy bukti identitas.
 - c. Setoran awal Rp500.000,00.
2. Fasilitas
 - a. Buku Tabungan.
 - b. Souvenir yang menarik
 - c. Transaksi setor dan tarik tunai *Online* di seluruh PT. Bank Aceh Syariah
 - d. *Online* dengan SISKOHAT
3. Mekanisme Produk Tabungan Sahara iB

Adapun mekanisme Produk Tabungan Sahara iB adalah sebagai berikut:



- a. Setiap Calon Jama'ah haji harus diawali dengan pembukaan rekening Produk Tabungan Sahara iB pada PT. Bank Aceh Syariah capem T.Nyak Arief.
 - b. Pihak Bank akan melakukan pengecekan terhadap kelengkapan berkas sesuai dengan syarat yang telah ditentukan. Setelah saldo tercukupi sampai dengan Rp25.000.000,00. Maka petugas akan menginput data calon jamaah haji (CJH), nomor validasi dan nomor rekening tabungan Sahara iB pada aplikasi swiching biaya pemberangkatan ibadah haji (BPIH) untuk proses pemindahbukuan kerekening Menteri Agama secara otomatis oleh sistem. Kemudian akan dicetak print-out bukti setoran awal BPIH. CJH segera mendatangi ke kemenag Kab/Kota untuk mendaftarkan diri selambat-lambatnya 7 hari dengan membawa persyaratan yang telah ditetapkan (Mauliana, 2017:28).
4. Keunggulan Tabungan Sahara iB

Keunggulan produk Sahara iB diantaranya yaitu:⁸

 - a. Bebas dari biaya administrasi bulanan.

PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief menetapkan kebijakan berupa setiap nasabah yang memiliki rekening tabungan Sahara iB tidak dikenakan biaya administrasi setiap bulannya. Sehingga akan mempermudah nasabah yang ingin menabung tanpa ada potongan setiap bulannya.

⁸ Wawancara dengan Angga Ibnu Abdillah, Customer Service Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief, pada tanggal 8 April 2019.

- b. Bebas biaya penutupan rekening (apabila telah selesai kewajiban penyetoran porsi haji).

Setiap calon jama'ah haji yang sudah memenuhi persyaratan pelunasan BPIH tahun yang bersangkutan telah terpenuhi, penabung dapat meneruskan menabung atau menarik kembali kelebihan saldo/menutup rekening tabungan tanpa dikenakan biaya penutupan rekening. Sedangkan apabila tabungan ditutup sebelum terdaftar pada sistem komputerisasi haji terpadu maka akan dikenakan biaya administrasi penutupan rekening.

- c. Transaksi setor dan tarik tunai Online di seluruh Bank Aceh Syariah.

Setiap nasabah yang ingin melakukan kegiatan transaksi baik itu penyetoran atau penarikan dapat dilakukan di seluruh PT. Bank Aceh Syariah

- d. Bebas biaya transfer dari rekening antar Bank Aceh Syariah (Auto debit).

Setiap nasabah yang ingin melakukan transfer antar bank aceh syariah maka tidak akan dikenakan pemotongan biaya dari transfer tersebut.

- e. Diikutsertakan dalam program penjaminan pemerintah.

Setiap nasabah yang ingin melakukan penyimpanan uang, maka nasabah tidak perlu khawatir tentang keamanan penyimpanan tersebut, karena PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief berkerja sama dengan lembaga penjamin simpanan, sehingga uang yang disimpan sangat terjaga dan aman tentunya.

3.2.2 Strategi Pemasaran Tabungan Sahara iB

Konsep pemasaran produk Tabungan Sahara iB yang dilakukan PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief dalam memasarkan produknya yaitu meningkatkan kepuasan pengguna terhadap tabungan sahara iB dari segi kemudahan, kepraktisan, dan keamanan. Oleh karena itu, PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief dituntut untuk menetapkan tujuan dan strategi dengan baik agar segala perubahan lingkungan dan teknologi dapat diantisipasi dengan cermat dan tepat. Hal ini dapat diterapkan dengan membuat strategi pemasaran yang terencana dan terarah.

Dalam melakukan aktivitas pemasarannya, strategi yang dijalankan PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief yaitu dengan cara memberikan pelayanan terbaik dan fasilitas-fasilitas yang mempermudah pengguna Tabungan Sahara iB dalam melakukan kegiatan keuangan dan jasa lainnya. Berikut ini strategi pemasaran yang digunakan oleh PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief:⁹

1. Strategi Produk

Produk adalah barang atau jasa yang dihasilkan untuk digunakan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasannya (Assauri, 2002: 181-182).

Pengembangan produk merupakan suatu usaha yang direncanakan dan dilakukan secara sadar untuk memperbaiki produk yang ada atau menambah banyaknya ragam produk yang dihasilkan dan dipasarkan sesuai dengan keinginan nasabah (Assauri, 2002: 181-182).

⁹ Wawancara dengan Angga Ibnu Abdillah, Customer Service Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief, pada tanggal 8 April 2019.

Dalam menerapkan strategi produknya, PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief menjalankan prinsip-prinsip yang sesuai dengan syariah, yaitu:

- a. Uang yang diinvestasikan dalam setiap produk diinvestasikan pada sektor bebas haram
- b. Tidak adanya unsur bunga/riba
- c. Menyalurkan uang yang diinvestasikan sesuai dengan kebutuhan nasabah.

2. Strategi Harga

Harga yaitu jumlah yang harus dibayar pelanggan untuk produk itu. Harganya harus sesuai dengan pandangan tentang nilainya, supaya pembeli tidak beralih ke pesaingnya (Assauri, 2002: 202). Dalam penentuan harga, perusahaan harus mengutamakan prinsip keadilan. Dalam ajaran syariah tidak diperbolehkan mengambil keuntungan sebesar-besarnya, tetapi harus dalam batas-batas kelayakan. Dan tidak boleh melakukan perang harga dengan niat menjatuhkan pesaing.

Karena produk Sahara iB yang ditawarkan oleh PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief hanya murni titipan, jadi pihak bank tidak menetapkan harga. Nasabah yang ingin menabung boleh menyetor dengan jumlah yang tidak ditetapkan artinya nasabah menyetor dengan jumlah berapa saja tidak ada patokannya. Karena produk Sahara iB murni titipan, maka tidak ada bagi hasil, baik untung maupun rugi atas penitipan dalam bentuk tabungan.

3. Strategi Tempat

PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief beralamat di Jl. T.Nyak Arief No. 25-26, Kel. Jeulingke, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh, lokasi ini terletak dipinggir jalan umum yang sering dilewati masyarakat

umum dan merupakan jalan utama menuju pusat kota sehingga dapat mempermudah nasabah yang ingin melakukan transaksi pada bank tersebut. Apalagi letak bank tersebut sangat dekat dengan area pemerintahan seperti Dinas Syariat Islam kota Banda Aceh dan Kantor Gubernur kota Banda Aceh. Sehingga posisi letak bank ini sangat strategis dan dapat di jangkau dengan mudah.

Kenyamanan tempat juga salah satu faktor pendukung dalam pemasaran, karena jika penyediaan fasilitas tempat yang bagus dan aman akan membuat nasabah merasa nyaman dan selalu ingin melakukan transaksi pada bank tersebut.

4. Strategi Promosi

Promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukann untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung dengan tujuan untuk menarik minat nasabah terhadap produk yang ditawarkan. Untuk menarik minat nasabah terhadap produk Sahara iB, PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief memberikan souvenir-souvenir yang menarik bagi calon jama'ah haji yang akan berangkat haji nantinya, ini merupakan salah satu strategi yang dilakukan untuk menarik minat nasabah.

Sarana promosi yang dapat dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah Capem T.nyak Arief adalah sebagai berikut:¹⁰

- a. Periklanan (*Advertising*) yaitu strategi promosi melalui media. Baik itu media cetak (baliho, spanduk, brosur dll) di tempat-tempat strategis, media social (*Instagram, Facebook, Google* dll).

¹⁰ Wawancara dengan Angga Ibnu Abdillah, Customer Service Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief, pada tanggal 8 April 2019.

- b. *Sales promotion* yaitu strategi pemasaran yang dilakukan oleh bagian *marketing* yang turun langsung kelapangan dengan tujuan untuk menawarkan berbagai produk kepada calon nasabah dengan rayuan seperti banyaknya hadiah-hadiah menarik yang ditawarkan oleh bank.
- c. *Personal Selling* yaitu strategi pemasaran yang dilakukan oleh karyawan mulai dari *cleaning service*, satpam, sampai dengan pejabat bank. Dengan cara melakukan hubungan langsung secara personal dengan tujuan untuk memberitahukan kepada nasabah mengenai berbagai produk dan jasa keuangan lainnya yang dimiliki PT. Bank Aceh Syariah.
- d. Publisitas adalah suatu kegiatan promosi dengan tujuan untuk menarik nasabah melalui kegiatan seperti pameran, pembukaan stan promosi di pusat perbelanjaan, program *Corporate Social Responsibility* (CSR), *sponsorship* kegiatan dan lain-lain.

3.3 Teori Yang Berkaitan

3.3.1 Pengertian Strategi

Kata “Strategi” berasal dari bahasa Yunani, yaitu “*strategos*” (*stratos*= militer dan *ag*= memimpin), yang berarti “*generalship*” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal dalam membuat suatu rencana untuk memenangkan perang. Definisi tersebut juga dikemukakan oleh seorang ahli bernama Clauswitz. Ia mengatakan bahwa strategi merupakan suatu seni pertempuran untuk memenangkan perang (Rachmat, 2014: 2).

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 dalam jangka panjang sebuah perusahaan (Bank) serta alokasi sumber daya yang diperlukan agar mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan (Kasmir, 2005: 78).

3.3.2 Pengertian Pemasaran

Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap kegiatan usaha, baik usaha yang memiliki keuntungan maupun usaha sosial. Hanya saja sebagian dari pelaku pemasaran tidak atau belum mengerti ilmu pemasaran, tetapi sebenarnya mereka telah melakukan usaha-usaha pemasaran (Kasmir, 2005:59).

Pemasaran seringkali dikaitkan oleh banyak pihak dengan penjualan (*sales*), *sales promotion girl*, iklan, promosi, atau produk. Bahkan seringkali orang menyamakan profesi marketer (pemasar) dengan *sales* (penjual). Sebenarnya pemasaran berbeda dengan penjualan. Pemasaran lebih merupakan “suatu seni menjual produk”, sehingga pemasaran proses penjualan yang dimulai dari perancangan produk sampai dengan setelah produk tersebut terjual. Berbeda dengan penjualan yang hanya berkaitan dengan terjadinya transaksinya penjualan barang atau jasa (Al arif, 2012: 5).

Pemasaran menurut Wiliam J. Stanton mengartikan pemasaran sebagai suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis dalam merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan

mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan pembeli (Danupranata, 2013: 39).

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

3.3.3 Tujuan Pemasaran

Sebuah perusahaan yang didirikan memiliki tujuan utama, yaitu mencapai tingkat keuntungan tertentu, pertumbuhan perusahaan atau peningkatan pangsa pasar. Di dalam pandangan konsep pemasaran, tujuan perusahaan ini dicapai melalui keputusan konsumen. Keputusan konsumen diperoleh setelah kebutuhan dan keinginan konsumen dipenuhi melalui kegiatan pemasaran yang baik dan tepat.

Secara umum tujuan pemasaran antara lain:

- a. Memaksimumkan konsumsi, dengan kata lain untuk memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.
- b. Memaksimumkan kepuasan pelanggan melalui berbagai macam pelayanan yang diinginkan nasabah. Nasabah yang puas akan menjadi ujung tombak pemasaran selanjutnya, karena kepuasan ini dapat ditularkan kepada nasabah lainnya melalui cerita (*word of mouth*).

- c. Memaksimumkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam jenis pilihan pula.
- d. Memaksimumkan mutu hidup dengan memberikan kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien (Abdullah dan Tantri, 2016:115).

3.3.4 Konsep Pemasaran

Dalam suatu kegiatan pemasaran terdapat beberapa konsep yang masing-masing konsep ini memiliki tujuan yang berbeda-beda. Setiap konsep dijadikan sebagai landasan pemasaran masing-masing perusahaan untuk menjalankan kegiatan pemasarannya. Adapun konsep-konsep yang dimaksud adalah sebagai berikut:

a. Konsep Produksi

Konsep ini menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dan sesuai dengan kemampuan mereka, oleh karena itu perusahaan harus fokus pada peningkatan efisiensi produksi dan efisiensi distribusi. Konsep ini lebih menekankan volume produksi atau distribusi yang seluas-luasnya dengan harga ditekan serendah mungkin.

b. Konsep Produk

Konsep produk berpegang teguh bahwa konsumen akan menyenangi produk yang ditawarkan mutu dan kinerja yang paling baik dan memiliki keistimewaan yang membedakannya dengan produk lain. Sehingga, perusahaan harus mencurahkan upaya terus-menerus dalam memperbaiki kualitas, penampilan dan ciri-ciri yang baik terhadap produk yang akan ditawarkan.

c. Konsep Penjualan

Kebanyakan konsumen tidak akan membeli banyak produk, terkecuali perusahaan yang menjalankan usaha promosi dan penjualan yang kokoh. Oleh karena itu, perusahaan harus menjalankan usaha-usaha promosi dan penjualan dalam rangka mempengaruhi konsumen. Dalam konsep ini, kegiatan pemasaran harus lebih agresif melalui usaha promosi yang gencar.

d. Konsep Pemasaran

Menurut Philip Kotler konsep ini menekankan kendala beberapa pengertian dibawah ini:

- 1) Menemukan keinginan pelanggan dan berusaha untuk memenuhi keinginan tersebut
- 2) Membuat apa yang anda dapat jual, dari pada menjual apa yang anda jual
- 3) Cintailah pelanggan
- 4) Andalah yang menentukan
- 5) Berhenti memasarkan produk yang dapat anda buat dan mencoba membuat produk yang dapat anda jual

e. Konsep Pemasaran Kemasyarakatan

Konsep pemasaran kemasyarakatan adalah konsep yang bersifat masyarakat, konsep ini lebih menekankan kepada penentuan kebutuhan, keinginan, dan minat pasar dalam memberikan kepuasan sehingga memberikan kesejahteraan konsumen dan masyarakat (Kasmir, 2005,59).

3.3.5 Bauran Pemasaran

Dalam upaya untuk mencapai target pemasaran diperlukan adanya aspek-aspek dalam pemasaran (marketing mix) yang dikenal empat bauran marketing yakni; produk, harga, promosi, dan tempat. Keempat

bauran ini merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Bisa dikatakan bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasaran dipasar sasarannya (Kotler, 2004: 18)

Bauran pemasaran dapat diklasifikasikan menjadi empat kelompok yang dikenal dengan istilah 4P, yaitu :

a. *Product* (produk)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Kepuasan konsumen tidak hanya mengacu pada bentuk fisik suatu produk, melainkan juga suatu paket kepuasan yang didapat dari pembelian produk. Kepuasan ini merupakan akumulasi kepuasan fisik, psikis, simbolis, dan pelayanan yang diberikan oleh produsen.

b. *Price* (harga)

Setelah produk diciptakan dengan segala atributnya, langkah selanjutnya ialah menentukan harga produk. Pengertian harga adalah sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati suatu barang atau jasa yang ditawarkan. Penentuan harga adalah salah satu aspek penting dalam kegiatan bauran pemasaran. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk atau jasa yang ditawarkan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut.

c. *Place* (tempat)

Secara umum, tujuan pemilihan lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan dan meminimalisir biaya yang timbul dari kegiatan usahanya. Pemilihan lokasi yang salah akan mempengaruhi pemaksimalan keuntungan organisasi.

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah suatu variabel *marketing mix* yang sangat penting yang dilakukan untuk membuka pangsa pasar yang baru atau memperluas jaringan pemasaran.

3.3.6 Strategi Pemasaran dalam Perspektif Islam

Menurut Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, pemasaran Islami 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 al-Qur'an dan hadis (Alma dan Priansa, 2014: 340).

Dalam setiap pemasaran yang dilakukan, terdapat berbagai larangan yang harus dijaui seperti adanya unsur kecurangan (*riba*), adanya unsur judi, dan lain sebagainya.

Sebagaimana dalam Al-qur'an:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزَنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

(Surah Al-Isra' ayat 35)

Artinya: “Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (*bagimu*) dan lebih baik akibatnya”.

Pada ayat di atas dijelaskan bahwa keharusan setiap penjual melakukan hal-hal yang benar dalam takaran timbangan. Setiap jual beli yang dilakukan harus terhindar dari perbuatan-perbuatan yang dapat merugikan orang banyak salah satunya adalah melakukan pengurangan dalam takaran timbangan. Perbuatan ini sangat dilarang dan memiliki ancaman yang besar bagi setiap orang yang melakukannya.

Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa dalam bukunya “Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer”, menyatakan bahwa praktik pemasaran Nabi Muhammad SAW antara lain sebagai berikut:

1. *Segmentasi dan Targeting.*

Segmentasi dan *targeting* dipraktikkan Nabi Muhammad SAW pada saat beliau berdagang ke negara Syam, Yaman, Bahrain. Beliau sangat mengenal betul barang apa yang disenangi oleh penduduk dan diserap oleh pasar setempat. Setelah mengenal target pasarnya (*targeting*), Nabi Muhammad SAW menyiapkan barang-barang dagangan yang dibawa ke daerah tersebut.

Nabi Muhammad SAW sangat profesional dan memahami dengan baik segmentasi dan targeting sehingga sangat menyenangkan hati Khadijah, yang saat itu berperan sebagai bosnya. Barang-barang yang diperdagangkan Muhammad selalu cepat terjual, karena sesuai dengan segmen dan target pasarnya (*targeting*).

2. *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* ini berhubungan dengan apa yang ada di pikiran pelanggan, berhubungan

dengan persepsi, di mana persepsi tersebut akan melekat dalam waktu yang lama. *Positioning* Nabi Muhammad SAW yang sangat mengesankan dan tidak terlupakan oleh pelanggan merupakan kunci kenapa Muhammad 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 Muhammad mengecewakan.

Muhammad dalam bukunya “Etika Bisnis Islami” bahwa Etika pemasaran dalam konteks produk meliputi:

- 1) Produk yang halal dan thoyyib
- 2) Produk yang berguna dan dibutuhkan
- 3) Produk yang berpotensi ekonomi atau benefit
- 4) Produk yang bernilai tambah yang tinggi
- 5) Dalam jumlah yang berskala ekonomi dan sosial
- 6) Produk yang dapat memuaskan masyarakat

Ada empat hal yang menjadi *key success factors* (KSF) dalam mengelola strategi pemasaran syariah, yaitu (Kartajaya dan Sula, 2006:120-135):

- a) Shiddiq (benar dan jujur), jika seorang pengusaha selalu berperilaku benar dan jujur dalam setiap kegiatannya, pemasar bersifat shiddiq haruslah menjiwai seluruh perilakunya dalam melakukan pemasaran, 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.
- c) Fathanah (cerdas), dapat diartikan sebagai intelektual, kecerdikan atau kebijaksanaan. Pemimpin yang fathanah adalah pemimpin yang selalu memahami, mengerti, dan menghayati segala hal yang menjadi tugas serta kewajibannya.
- d) Tablig (komunikatif), artinya komunikatif dan argumentatif dengan tutur kata yang baik dan mudah dipahami. Dalam bisnis, harus menjadi seorang yang mampu mengkomunikasikan visi dan misinya dengan benar terhadap karyawan dan nasabah lainnya. Serta menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya dengan jujur dan tidak harus berbohong maupun menipu pelanggan.

3.4 Evaluasi Kerja Praktik

Selama melakukan kerja praktik pada PT. Bank Aceh Capem T.Nyak Arief, banyak melakukan kegiatan dibidang *customer service*. Ketika melaksanakan kerja praktik banyak ditemukan keunggulan pada bank tersebut seperti keramahan pegawai pada saat melayani nasabah, kerja sama tim yang baik, kedisiplinan dan efektivitas perusahaan dalam mendapatkan nasabah.

Selama ini, strategi pemasaran produk Tabungan Sahara iB yang dilakukan PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief menerapkan strategi diantara lain: strategi produk, strategi tempat, strategi harga dan strategi promosi. Tetapi strategi pemasaran yang dilakukan masih kurang efektif, karena untuk mendapatkan sebuah brosur salah satunya brosur produk tabungan Sahara iB tidak ada pada Bank

tersebut, sehingga nasabah yang ingin mendapatkan brosur harus mencarinya ke Bank Aceh Syariah lainnya.

Pada PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief memiliki banyak produk salah satunya yaitu: Produk Tabungan Sahara iB. Strategi pemasaran Produk Tabungan Sahara iB diterapkan sesuai dengan prinsip Syariah, seperti Uang yang diinvestasikan dalam setiap produk di investasikan pada sektor bebas haram.

Untuk meningkatkan minat nasabah terhadap produk Sahara iB adalah dengan cara menghadirkan berbagai keunggulan yang dimiliki salah satunya memberikan souvenir-souvenir yang menarik sehingga calon nasabah lebih tertarik.

Pemasaran produk tabungan Sahara iB, PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief menemukan sejumlah kendala sebagai berikut:

- a. Kurangnya tanggapan dari masyarakat tentang produk tabungan sahara iB.
- b. Jumlah brosur yang masih kurang.
- c. Keadaan perekonomian masyarakat yang berubah-ubah sehingga mempengaruhi pemasaran produk.
- d. Kurangnya minat masyarakat terhadap produk tabungan Sahara iB.

Kendala ini sangat berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah tabungan Sahara iB, bisa dilihat pada tabel 1.1 bab satu, jumlah nasabah pada tahun 2017 mengalami penurunan yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap produk tersebut mengalami penurunan.

Dibandingkan dengan Bank BRI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh yang setiap tahunnya produk Tabungan Haji IB mengalami peningkatan, berikut tabel jumlah nasabah yang membuka Tabungan Haji IB:

Tabel 3.1
Jumlah Nasabah Tabungan Haji IB dari
tahun 2017-2018

Tahun	Jumlah Nasabah
2017	515
2018	3.243
Total Nasabah	3.758

Sumber: PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief (2019)

Berdasarkan tabel 3.1 jumlah nasabah produk Tabungan Haji IB pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh terus mengalami peningkatan. Hal tersebut menunjukkan bahwa strategi yang dijalankan bank tersebut sangat baik dan menguntungkan bagi bank itu sendiri.

Sehingga PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief terus berupaya untuk meningkatkan strategi pemasarannya agar minat masyarakat terhadap produk yang ditawarkan terus mengalami peningkatan setiap tahunnya seperti pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh.

Kendala-kendala yang terjadi dalam kegiatan pemasaran harus diperhatikan karena sangat berpengaruh terhadap perkembangan dan kemajuan PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief. Untuk mengatasi masalah-masalah yang ada, maka dilakukannya berbagai upaya dengan memberikan penjelasan atau sosialisasi tentang produk tabungan Sahara

iB dengan baik dan efektif serta memberikan pelayanan yang lebih baik untuk masyarakat seperti, adanya sistem *Internet Banking* sehingga mempermudah nasabah dalam melakukan berbagai transaksi tanpa harus datang ke Bank tersebut.



BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan di atas mengenai Strategi Pemasaran Produk Tabungan Sahara iB pada PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief, maka dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief dalam memasarkan produk Tabungan Sahara iB dilakukan dengan berbagai macam cara diantaranya: strategi produk, strategi tempat, strategi harga dan strategi promosi.
2. Keunggulan Tabungan Sahara iB
 - a. Aman dan terpercaya.
 - b. Bebas dari biaya administrasi bulanan.
 - c. Bebas biaya penutupan rekening (apabila telah selesai kewajiban penyeteroran porsi haji).
 - d. Transaksi setor dan tarik tunai Online di seluruh Bank Aceh Syariah.
 - e. Pembukaan rekening tabungan yang mudah dan cepat.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis amati selama melakukan kerja praktik pada PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief, maka penulis memberikan beberapa saran antara lain:

- a. Sebaiknya dalam melakukan strategi pemasaran terhadap produk Tabungan Sahara iB PT. Bank Aceh Syariah Capem T.Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh dapat melakukan kegiatan seperti metode *open door to door* dengan cara karyawan menjumpai nasabahnya secara langsung, agar mengetahui secara pasti apa saja yang menjadi kendala yang dihadapi oleh nasabah terhadap produk-produk pada bank tersebut, khususnya pada produk Tabungan Sahara iB. Tujuan ini dilakukan untuk mensurvei sejauh mana pemahaman nasabah tentang produk Tabungan Sahara iB. Setelah mengetahuinya, Bank juga bisa melakukan sosialisasi kepada nasabah, agar nasabah betul-betul mengetahui tentang produk Tabungan Sahara iB. Bukan hanya itu saja, PT. Bank Aceh syariah Capem T.Nyak Arief dapat melakukan sosialisasi dengan menggunakan sosial media seperti instagram, whatsapp, facebook dan media sosial lainnya dengan tujuan untuk memperkenalkan produk tabungan Sahara iB dan tentunya untuk menarik minat nasabah pada produk tersebut. Apalagi era sekarang yang perkembangan teknologi yang begitu pesat, karena itu perlu melakukan pemasaran yang sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini.
- b. PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh dapat meningkatkan keunggulan produk Tabungan Sahara iB dengan cara yaitu, adanya sistem *Internet Banking*. Dengan adanya jaringan tersebut akan mempermudah nasabah dalam melakukan berbagai transaksi tanpa harus datang ke Bank tersebut. Sehingga PT. Bank Aceh Syariah Capem T. Nyak Arief Jeulingke Banda Aceh dapat melayani nasabah secara efisien dan lebih efektif tentunya.

DAFTAR PUSTAKA

Al-qur'an dan Terjemahannya

Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri (2016). *"Manajemen pemasaran"*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada

Al Arif, M. Nur Rianto (2012). *"Dasar-dasar pemasaran bank Syariah"*. Bandung: Alfabeta

Alma, Bukhari dan Donni Juni Priansa (2014). *"Manajemen bisnis Syariah: menanamkan nilai dan praktis Syariah dalam bisnis kontemporer"*. Bandung: Alfabeta

Ascarya, Diana Yumanita (2005). *"Bank Syariah: Gambaran Umum, Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia"*. Jakarta

Azmi, Ulul (2014). *"Strategi Pemasaran Produk Tabungan Seulanga iB Pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Kota Bakti"*. Laporan Kerja Praktik. Fakultas ekonomi dan bisnis islam uin arraniry banda aceh

Bank Aceh.co.id, *sejarah singkat Bank Aceh*, Diakses melalui situs http://www.bankaceh.co.id/?page_id pada tanggal 7 mei 2019.

Bank Aceh.co.id, *visi dan misi Bank Aceh*, Diakses melalui situs http://www.bankaceh.co.id/?page_id=98 pada tanggal 7 mei 2019.

Baraba, Achmad (2010). *"Prinsip dasar operasional perbankan Syariah"*, Bandung: Gema Insani.

Budiono, Arief (2017). *"Penerapan prinsip Syariah pada Lembaga keuangan Syariah"*. Jurnal. Universitas Muhammadiyah ponorogo.

Danupranata, Git. (2013). *"Buku ajar manajemen perbankan Syariah"*. Jakarta: Salemba Empat

Dharmawa (2015). *"Mekanisme Pembiayaan Seuramo Mikro Dengan Menggunakan Akad Musyarakah Pada PT. Bank Aceh Syariah"*

- Capem Diponegoro Banda Aceh*". Laporan Kerja Praktik. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Kartajaya, Hermawan dan muhammad syahir sula (2006). "*Syariah marketing*". Bandung: mizan
- Kasmir (2004). "*Pemasaran Bank*". Jakarta: Kencana.
- Kasmir (2005). "*Pemasaran Bank*". Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip (2004). "*Manajemen pemasaran*", Jakarta: PT. Indeks
- Wibowo, Dimas Hendika (2015). "*Analisis StrategiI Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik DiJeng Solo)*". Jurnal. Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya Malang.
- Mauliana, Cut (2017). *Mekanisme Produk Tabungan Haji Akar Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen*. Laporan Kerja Praktik. Fakultas ekonomi dan bisnis islam uin arraniry banda aceh.
- Rachmat. 2014. *Manajemen Strategik*, Bandung: CV Pustaka Setia.

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

Nomor : 2297/UJn.08/FEBI/PP.00.9/08/2018

**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 :**
- bahwa untuk kelancaran penulisan Laporan Kerja Praktik dan Praktik Kerja Lapangan mahasiswa Program Studi D-III Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka dipandang perlu menunjukkan Pembimbing Laporan Kerja Praktik tersebut;
 - bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Laporan Kerja Praktik Program Studi D-III Perbankan Syariah.
- Mengingat :**
- Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 - Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
 - Peraturan Pemerintah No. 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
 - Peraturan Presiden No. 64 Tahun 2013 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Menjadi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
 - Peraturan Menteri Agama RI No. 12 Tahun 2014, tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Ar-Raniry;
 - Peraturan Menteri Agama RI No. 21 Tahun 2015, Tentang Statuta UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
 - Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015, Tentang Pendelegasian Wewenang Kepada Para Dekan dan Direktur PPs UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan :**
- Pertama :** Menunjuk Saudara (i) :
- | | |
|------------------------|-----------------------|
| a. Fithnady, Lc., MA | Sebagai Pembimbing I |
| b. Evliyenni, SE, M.Si | Sebagai Pembimbing II |
- untuk membimbing LKP Mahasiswa (i) :
- N a m a :** Onn Prihartini
N I M : 160601080
Prodi : D-III Perbankan Syariah
J u d u l : Strategi Pemasaran Produk Sahara iB Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu T. Nyak Arief
- 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 : 22 April 2019



- Tembusan :**
- Rektor UIN Ar-Raniry;
 - Ketua Prodi D-III Perbankan Syariah;
 - Mahasiswa yang bersangkutan;

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

DATA PENILAI

Name : RAHMAD FATLON
 Unit Kerja : BANK ACEH KOD T. NYAIK ARIEF
 Jabatan : KEDALA CADEM
 Telepon : 0812 6952169

DATA MAHASISWA

Nama Mahasiswa : ORIN PRIHARTINI
 Nomor Induk Mahasiswa : 160601080
 Program Studi : D III PERBANKAN SYARIAH
 Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Universitas : UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
 Telepon : 0822 - 4037 - 1526

No	Uraian	Nilai (Angka)	Nilai (Huruf)
1	Integritas/Sopan Santun	95	A
2	Penguasaan Materi Pekerjaan	90	A
3	Kedisiplinan	90	A
4	Kreativitas	90	A
5	Kerjasama tim	90	A
6	Inisiatif	90	A
7	Komunikasi	90	A
8	Penampilan	90	A
NILAI RATA-RATA (diisi oleh Pembina di Tempat Magang)			

SARAN & KRITIK TERHADAP MAHASISWA Ybs (Deskripsi Mahasiswa Ybs)

Mahasiswa dapat / harus bisa memahami dan
 tentang perbankan syariah dan dapat di implemen-
 tasikan dan berbagai lain

Keterangan Nilai:

Nilai diberikan dalam bentuk angka mulai 0 s.d 100, dengan acuan sbd:

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

Bank Aceh, 12-04-2019
 Penilai
RAHMAD FATLON
 Nama, jabatan, tanda tangan dan cap

[illegible]

2. Shell Marking

DOI: 10.1002/anie.200500016

[illegible]

Don. Weiming yang akan disatukan

- No. Following (1)
- No. Following (2)
- No. Following (3)
- No. Following (4)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----

bus, Kaku yang Telah Transfer :

- Map A: density = 111
- Map B: density = 123
- Map C: density = 154
- Map D: density = 165

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	112	113	114	115	116	117	118	119	120	121	122	123	124	125	126	127	128	129	130	131	132	133	134	135	136	137	138	139	140	141	142	143	144	145	146	147	148	149	150	151	152	153	154	155	156	157	158	159	160	161	162	163	164	165	166	167	168	169	170	171	172	173	174	175	176	177	178	179	180	181	182	183	184	185	186	187	188	189	190	191	192	193	194	195	196	197	198	199	200	201	202	203	204	205	206	207	208	209	210	211	212	213	214	215	216	217	218	219	220	221	222	223	224	225	226	227	228	229	230	231	232	233	234	235	236	237	238	239	240	241	242	243	244	245	246	247	248	249	250	251	252	253	254	255	256	257	258	259	260	261	262	263	264	265	266	267	268	269	270	271	272	273	274	275	276	277	278	279	280	281	282	283	284	285	286	287	288	289	290	291	292	293	294	295	296	297	298	299	300	301	302	303	304	305	306	307	308	309	310	311	312	313	314	315	316	317	318	319	320	321	322	323	324	325	326	327	328	329	330	331	332	333	334	335	336	337	338	339	340	341	342	343	344	345	346	347	348	349	350	351	352	353	354	355	356	357	358	359	360	361	362	363	364	365	366	367	368	369	370	371	372	373	374	375	376	377	378	379	380	381	382	383	384	385	386	387	388	389	390	391	392	393	394	395	396	397	398	399	400	401	402	403	404	405	406	407	408	409	410	411	412	413	414	415	416	417	418	419	420	421	422	423	424	425	426	427	428	429	430	431	432	433	434	435	436	437	438	439	440	441	442	443	444	445	446	447	448	449	450	451	452	453	454	455	456	457	458	459	460	461	462	463	464	465	466	467	468	469	470	471	472	473	474	475	476	477	478	479	480	481	482	483	484	485	486	487	488	489	490	491	492	493	494	495	496	497	498	499	500	501	502	503	504	505	506	507	508	509	510	511	512	513	514	515	516	517	518	519	520	521	522	523	52
--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	----

© 2005 Blackwell Publishing Ltd

790 791

Editor: Thomas M. Brinkmann, 1-4

[illegible]

 Berkas Menawarkan Pemasaran Promosi dari Bank melalui SMS dan Email

3. ☐ **Pembinaan Tugasan Pelanggaran (Pembelajaran Keluaran)**

[illegible]

FRANCESCO CASATI AND MARISSA TOSCANI

Desain Perancangan Sistem Berbasis Web untuk Meningkatkan Efisiensi

- [illegible]

WESTERN DISCOTHECA

disposable cloth

© 2004 Blackwell

Estimated Results

1000000

Edwards, J. H.

Table 1

Abstract 100

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama Lengkap : Orin Prihartini
 Tempat/ Tanggal Lahir : Padang, 11 Oktober 1998
 Alamat Asal : Desa Lampeudaya Kec, Darussalam
 Kab. Aceh Besar
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Agama : Islam
 Kebangsaan/ Suku : Indonesia/ Aceh
 Status : Belum kawin
 Email : orinprihartini71@gmail.com
 Nomor HP : 085270075648
 Alamat Sekarang : Desa Lampeudaya Kec, Darussalam
 Kab. Aceh Besar

Riwayat Pendidikan

2004-2010 : SD Negeri Lampeudaya
 2010-2013 : SMP Negeri 8 Banda Aceh
 2013-2016 : SMA Negeri 5 Banda Aceh
 2016-sampai sekarang : Program Studi Diploma-III Perbankan
 Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
 Islam UIN Ar- Raniry Banda Aceh
 Berijazah Tahun 2019

Data Orang Tua

Ayah : Syafruddin
 Pekerjaan : Wirausaha
 Ibu : Sunengsih
 Pekerjaan : IRT
 Alamat : Desa Lampeudaya Kec, Darussalam
 Kab. Aceh Besar

Banda Aceh, 22 April 2019

Orin Prihartini