

LAPORAN KERJA PRAKTIK

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
TRANSAKSI SAHAM SYARIAH DI PT. FAC SEKURITAS
PADA BURSA EFEK INDONESIA KANTOR
PERWAKILAN ACEH**



Disusun Oleh:

**NADIYA KHATAMI
NIM. 160601054**

**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 : Nadiya Khatami
NIM : 160601054
Prodi : Diploma III Perbankan Syariah
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 pemanipulasian dan pemalsuan data.
5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 6 Juli 2019
Yang Menyatakan,




Nadiya Khatami
NIM. 160601054

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:

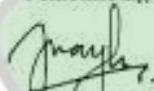
**Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Transaksi Saham Syariah
Di PT. FAC Sekuritas Pada Bursa Efek Indonesia Kantor
Perwakilan Aceh**

Disusun Oleh:

Nadiya Khatami
NIM. 160601054

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,



Ihsyafillah, MA Ek
NIP. 198208042014032002

Pembimbing II,



Yulindawati, SE, MM
NIP. 197907132014112002

AR - RANIRY

Mengetahui

Ketua Prodi D-III Perbankan Syariah,



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

LEMBAR PENGESAHAN HASIL SEMINAR

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Nadiya Khatami
NIM. 160601054

Dengan Judul:

**Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Transaksi Saham Syariah Di
PT. FAC Sekuritas Pada Bursa Efek Indonesia Perwakilan Aceh**

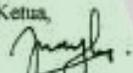
Telah diseminarkan oleh Program Studi Diploma III Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry dan Dinyatakan Lulus
Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk
Menyelesaikan Program Studi Diploma III Bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal : Jumat, 12 Juli 2019
9 Dzulkaidah 1440 H

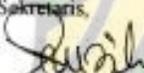
Banda Aceh

Tim Penilai Seminar Hasil LKP

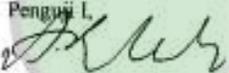
Ketua,


Masyitillah, MA, Ek
NIP. 198208042014032002

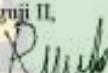
Sekretaris,


Jalilah, S.HI., M.Ag
NIDN.20028068803

Penguji I,

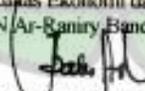

A. Rahmad Adi, SE., M.Si
NIDN. 2025027902

Penguji II,


Rima Destiana, M.E
NIP. 199112102019032018

A R R I R Y

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


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

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr, Wb

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah mencurahkan segala rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Laporan Kerja Praktik (LKP) yang sederhana ini. Tidak lupa pula shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari alam kebodohan kealam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti yang dirasakan saat ini. Laporan Kerja Praktik (LKP) ini penulis selesaikan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi Diploma III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN TRANSAKSI SAHAM SYARIAH DI PT. FAC SEKURITAS PADA BURSA EFEK INDONESIA KANTOR PERWAKILAN ACEH”**

Melalui pengantar ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang membantu dalam penulisan TA (tugas akhir) ini. Secara lebih khusus mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Warul Walidin, AK., MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag selaku ketua program Studi Diploma III Perbankan Syariah. Dan Fithriady, Lc., MA selaku sekretaris program Studi Diploma III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

4. Azimah Diana, SE., M.Si, Ak selaku dosen pembimbing akademik serta seluruh dosen dan staf akademik Program Studi Diploma III Perbankan Syariah. Dan Muhammad Arifin, Ph.D selaku ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Inayatillah, MA.Ek selaku dosen pembimbing I dan Ibu Yulindawati, SE., MM selaku dosen pembimbing II.
6. Kepada Ayahanda Alm Zainal Abidin dan Ibunda Rosdiana beserta adik tercinta Nabila, yang selalu mendukung.
7. Pimpinan PT. FAC Sekuritas perwakilan Aceh beserta para karyawan yang telah membantu penulis dalam kerja praktik.
8. Kepada sahabat-sahabat Sausan Alya, Rania Rayyan, Farshal, Agung, Nurulya Pinta, Akhyarul. Dan teman-teman seperjuangan Prodi DIII Perbankan Syariah.

Terimakasih yang tak terhingga kepada nama-nama yang telah disebutkan di atas dan apabila ada yang tidak disebutkan penulis dengan rendah hati memohon maaf dan dengan besar harapan semoga Laporan Kerja Praktik (LKP) ini dapat bermanfaat bagi kita semua. *Amin Ya Rabbal 'Alamin.*

Wassalamu'alaikum Wr, Wb

Banda Aceh, 6 Juli 2019

Penulis,

Nadiya Khatami

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	Z̤
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*

3. هول : *hauला*

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 / اِ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ / اِي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ / اِي	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ :qāla
رَمَى :ramā
قِيلَ :qīla
يَقُولُ :yaqūlu

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

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

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَانِ

: *rauḍah al-atfāl/ rauḍatul atfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

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

طَلْحَةُ

: *Ṭalḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail. Sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.

2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr ; Beirut, bukan Bayrut ; dan sebagainya.

Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



RINGKASAN LAPORAN

Nama : Nadiya Khatami
Nim : 160601054
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/D-III Perbankan Syariah
Judul : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Transaksi Saham Syariah di PT. FAC Sekuritas pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh
Tanggal Sidang : 12 juli 2019
Tebal LKP : 52 Halaman
Pembimbing I : Inayatillah, MA.Ek
Pembimbing II : Yulindawati, SE., MM

PT. First Asia Capital (FAC) Sekuritas tempat penulis melaksanakan kerja praktik yang bertempat di T. No 84, Jl. Teuku Imuem , Blang Cut, Lueng Bata, Kota Banda Aceh, Aceh 23127. Selama melakukan kerja praktik penulis di tempatkan di bagian *equity sales* dan bagian *admin sales*, akan tetapi penulis lebih sering ditempatkan di bagian *admin sales*. Adapun tujuan penulisan LKP ini adalah Untuk mengetahui mekanisme pemasaran saham syariah di PT. FAC Sekuritas Aceh Untuk mengetahui kendala dalam transaksi saham syariah di PT. FAC Sekuritas Aceh. Kendala yang terjadi pada produk saham syariah di PT. FAC Sekuritas adalah kepercayaan masyarakat mengenai saham syariah masih kurang dimana saat pembukaan akun saham syariah, RDN (Rekening Dana Nasabah) yang difasilitasi masih belum syariah, karena dikeluarkannya perusahaan-perusahaan dari daftar saham syariah juga menjadi kendala sehingga nasabah tidak mau melakukan transaksi lagi terhadap perusahaan tersebut, selain dari itu semua kendala lainnya adalah kesadaran untuk berinvestasi dari masyarakat sendiri juga masih sangat kurang. Selama melakukan Kerja Praktik di PT. FAC Sekuritas pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh bahwasanya kegiatan yang dilakukan di instansi tempat kerja praktik, telah terdapat kesesuaian antara teori yang berkaitan dengan bidang kerja praktik yang penulis paparkan di atas. Kesimpulan yang penulis dapatkan yaitu agar transaksi saham syariah meningkat maka nasabah harus lebih sering mengikuti *investor gathering* agar nasabah mendapatkan motivasi dan mendapatkan pengenalan secara langsung mengenai saham syariah sehingga nasabah maupun calon nasabah lebih giat melakukan transaksi saham agar nasabah memiliki tabungan untuk masa yang akan datang.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL KEASLIAN.....	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR HASIL.....	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 I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Laporan Kerja Praktik	6
1.3 Kegunaan Laporan Kerja Praktik.....	6
1.4 Sistematika Penulisan Laporan Kerja Praktik.....	7
BAB II TINJAUAN LOKASI KERJA PRAKTIK	9
2.1 Sejarah singkat PT.FAC Sekuritas	9
2.1.1 Visi dan Misi PT. FAC Sekuritas	10
2.2 Struktur Organisasi PT. FAC Sekuritas.....	11
2.3 Kegiatan Usaha PT. FAC Sekuritas	13
2.3.1 Penjamin Emisi Efek.....	14
2.3.2 Perantara Perdagangan Efek.....	15
2.3.3 Manajer Investasi.....	16
2.4 Keadaan personalia PT. FAC Sekuritas	19
BAB III HASIL KEGIATAN KERJA PRAKTIK.....	22
3.1 Kegiatan Kerja Praktik	22
3.1.1 Bagian Equity Sales	22
3.1.2 Bagian Admin Sales.....	23
3.2 Bidang Kerja Praktik.....	24

3.2.1	Strategi Pemasaran yang digunakan PT. FAC Sekuritas pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh dalam Meningkatkan Transaksi Saham Syariah	24
3.2.2	Tujuan Strategi Pemasaran pada PT. FAC Sekuritas Aceh	28
3.2.3	Keuntungan Transaksi Saham Syariah pada PT. FAC Sekuritas Aceh	28
3.2.4	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran pada PT. FAC Sekuritas Aceh	29
3.2.5	Kendala Dalam Pemasaran Untuk Meningkatkan Transaksi Saham Syariah pada PT. FAC Sekuritas Aceh	30
3.2.6	Upaya-upaya Yang Dilakukan dalam Meningkatkan Transaksi Saham Syariah pada PT.FAC SekuritasAceh	30
3.3	Teori Yang Berkaitan	31
3.3.1	Definisi Strategi Pemasaran	31
3.3.2	Definisi Saham Syariah.....	35
3.4	Landasan Hukum Syariah.....	40
3.5	Evaluasi Kerja Praktik.....	42
BAB IV	PENUTUP	45
4.1	Kesimpulan	45
4.2	Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA		47
LAMPIRAN.....		49

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Nasabah Saham Syariah Periode 2016-2018 ..	4
Tabel 2.1 Karakteristik Karyawan Berdasarkan Posisi Kerja.....	19
Tabel 2.2 Karakteristik Karyawan Berdasarkan Pendidikan Terakhir.	20
Tabel 2.3 Karakteristik Karyawan Berdasarkan Jenis Kelamin	20
Tabel 2.4 Karakteristik Karyawan Berdasarkan Umur	21



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT. FAC Sekuritas pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh	12
---	----



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : SK Bimbingan	49
LAMPIRAN 2 : Lembar Kontrol Bimbingan.....	50
LAMPIRAN 3 : Nilai Kerja Praktik	52
LAMPIRAN 4 : Daftar Riwayat Hidup	53



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri keuangan Islam adalah industri yang mempunyai fungsi intermediasi atau penghubung antara pihak yang mempunyai kelebihan dana (*supply side*) dengan pihak yang membutuhkan dana (*demand side*). Sebagai industri intermediasi, keuangan Islam harus dapat mengakomodir kebutuhan dari kedua belah pihak secara tepat sasaran agar tidak ada pihak yang dirugikan. Bukan hanya bagaimana cara mempertemukan kedua belah pihak dan memperoleh keuntungan dari proses tersebut, tetapi keuangan Islam harus dapat menunjukkan bahwa proses intermediasi yang dilakukan memenuhi prinsip-prinsip Islam. Oleh sebab itu, perkembangan industri keuangan Islam harus sejalan dengan kebutuhan masyarakat, baik dari sisi penawaran maupun dari sisi permintaan (Abdalloh, 2018).

Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi ekonomi yang berbasis syariah. Salah satunya adalah pasar modal. Investasi saham syariah adalah potensi yang masih dapat dikembangkan. Untuk investor yang berpegang pada prinsip syariah yang kuat maka lebih cocok menanamkan modalnya pada instrumen-instrumen investasi syariah, termasuk saham. Dalam IHSG (Indeks Harga Saham Gabungan) ini, terdapat juga saham-saham yang memenuhi kriteria syariah. Pasar modal syariah harusnya berpegang pada Indeks yang dikeluarkan oleh pasar modal syariah. Perhitungan indeks syariah harus berdasarkan kepada saham-saham yang memenuhi kriteria-kriteria syariah. Seluruh saham yang tercatat dalam bursa standar halal, sedangkan indeks konvensional saat ini dikeluarkan oleh pasar

modal konvensional. Indeks konvensional memasukkan semua saham yang terdaftar dalam bursa saham. Seluruh saham yang tercatat dalam bursa tidak ada syarat halal-haram. Dalam transaksi investasi syariah tidak boleh mengandung transaksi Ribawi. Tidak mengandung transaksi yang meragukan (*gharar*), spekulatif, dan judi. Saham perusahaan tidak bergerak dalam pada bidang/produk yang diharamkan (alkohol, judi, rokok, dan lain-lain). Transaksi penjualan dan pembelian saham tidak boleh dilakukan secara langsung untuk menghindari manipulasi harga (Abdalloh, 2018: 21).

Pasar modal Islam menjalankan fungsi intermediasi dengan menyediakan produk investasi berbasis Islam yang menghubungkan para pihak tersebut, pihak yang membutuhkan dana dengan pemilik dana. Pihak yang membutuhkan dana akan menerbitkan produk investasi (efek) yang disesuaikan dengan jenis kebutuhannya karena setiap Efek mempunyai karakteristik yang berbeda. Efek syariah yang diterbitkan akan ditawarkan kepada investor melalui mekanisme intermediasi di pasar modal Islam. Penerbit efek sebagai pihak pemasok (*supply side*), investor sebagai pihak penyelenggara fungsi intermediasi di pasar modal syariah. Pembahasan tentang Efek syariah mencakup dua area utama yaitu proses penerbitan dan proses transaksi.¹

Proses penerbitan produk pada pemenuhan prinsip Islam dari Efek yang akan diterbitkan, di antaranya aset yang menjadi *underlying*, akad yang digunakan dan skema penerbitannya. Proses transaksi fokus pada pemenuhan prinsip Islam dalam transaksi Efek syariah di pasar reguler Bursa Efek atau di luar Bursa Efek. Merujuk pada peraturan OJK, Efek syariah di pasar modal Islam Indonesia saat ini adalah saham

¹ Wawancara dengan Nafila Abdul Malik *Staff Administration* pada PT. First Asia Capital (FAC) Sekuritas Aceh, Tanggal 18 Maret 2019

syariah, sukuk, reksa dana syariah, Efek Beragun Aset (EBA) syariah dan dana investasi real estat syariah berbentuk kontrak investasi kolektif (DIRE) syariah. Sementara Efek syariah yang sudah ditransaksikan di pasar modal syariah Indonesia baru saham syariah, sukuk dan reksa dana syariah, termasuk *Exchange Traded Funds* (ETF) syariah (Abdalloh, 2018: 80).

Pertumbuhan pasar modal Indonesia secara resmi diawali dengan terbitnya Undang-undang (UU) Republik Indonesia No.8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal. Keberadaan undang-undang tersebut menjadi pemicu munculnya beragam produk investasi di pasar modal Indonesia, termasuk Efek Syariah yang menjadi tonggak sejarah perkembangan pasar modal Islam Indonesia. Secara garis besar, tonggak sejarah perkembangan pasar modal syariah Indonesia dibagi menjadi dua bagian, pertama tonggak kelahiran pasar modal Islam Indonesia, dimulai pada tahun 1997 dan kedua tonggak kebangkitan pasar modal syariah Indonesia yang diawali dengan peluncuran Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) di tahun 2011 (Abdalloh, 2018: 2).

Setiap negara tentunya memiliki Bursa Efek masing-masing. Di Indonesia sendiri, kita memiliki Bursa Efek Indonesia (BEI) atau juga dikenal dengan sebutan IDX (*Indonesia Stock Exchange*). PT Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah lembaga pemerintah yang berperan sebagai penyelenggara bursa. Artinya, Bursa Efek Indonesia bertugas untuk memfasilitasi perdagangan efek di Indonesia. Bursa Efek Indonesia merupakan bursa resmi di Indonesia, sehingga bagi para perusahaan yang ingin *go public* di Indonesia harus melalui BEI. Bursa Efek Indonesia pun harus mengontrol agar proses transaksi efek yang terjadi berjalan dengan adil dan efisien. Dengan adanya BEI sebagai penyelenggara bursa,

menjadi salah satu alasan berinvestasi saham di Indonesia adalah instrumen yang aman. Hal ini karena BEI memiliki kewenangan terhadap para anggota bursa dan emiten yang tercatat. Saat ini, sudah ada sejumlah 106 perusahaan efek/sekuritas yang tercatat di BEI sebagai anggota bursa. Perusahaan efek ini bermacam-macam, ada yang berfungsi baik sebagai perantara pedagang efek (PPE), penjamin emisi efek (PEE), maupun manajer investasi (MI) (Hogan, 2017: 49).

Tabel 1.1
Tabel data jumlah nasabah saham syariah periode 2016-2018

Tahun	Jumlah Nasabah
2016	155
2017	80
2018	19
Total	254

Sumber : PT.First Asia Capital (FAC) Sekuritas Aceh

BEI (Bursa Efek Indonesia) memiliki 2 indeks syariah yaitu Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) serta Jakarta Islamic Index (JII). Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) adalah indeks yang memperhitungkan kinerja seluruh saham syariah yang tercatat di Daftar Efek Syariah (DES). Indeks ini dikeluarkan oleh Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan. Investor yang ingin bertransaksi di saham sektor saham syariah dapat menggunakan indeks ini sebagai acuan. Sedangkan *Jakarta Islamic Index* (JII) adalah satu indeks saham yang ada di Indonesia yang menghitung indeks harga rata-rata saham untuk jenis saham-saham yang memenuhi kriteria syariah.

Saham syariah adalah Efek berbasis ekuitas yang memenuhi prinsip islam. Objek transaksi saham syariah adalah kepemilikan

perusahaan. Oleh sebab itu, saham hanya bisa diterbitkan oleh perusahaan atau korporasi, sedangkan negara tidak dapat menerbitkan saham. Hubungan antara investor dan perusahaan penerbit saham (emiten) adalah hubungan kepemilikan (*ownership relation*) sehingga investor adalah pemilik atau pemegang saham (*shareholder*) dari perusahaan tersebut. Penerbitan saham syariah akan memengaruhi sisi modal perusahaan sehingga berdampak terhadap komposisi pemegang saham perusahaan. Persentase kepemilikan perusahaan oleh investor ditunjukkan oleh jumlah saham yang dimilikinya. Transaksi saham Anda dapat dianggap sesuai dengan prinsip syariah jika hanya melakukan jual beli saham syariah yaitu saham-saham yang terdaftar dalam Daftar Efek Syariah (DES). Selain itu dilarang melakukan transaksi yang bertentangan dengan syariah seperti *margin trading*, *short selling*, dan sebagainya (Abdalloh, 2018: 81). Pada setiap periode *Jakarta Islamic Index* (JII) mengeluarkan daftar 30 saham syariah yang paling liquid.²

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk membahas Laporan Kerja Praktik dengan judul **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Transaksi Saham Syariah di PT.FAC Sekuritas Pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh”**.

² Wawancara dengan Nafila Abdul Malik *Staff Administration* pada PT. First Asia Capital (FAC) Sekuritas Aceh, Tanggal 18 Maret 2019

1.2 Tujuan Laporan Kerja Praktik

Adapun tujuan penulisan Laporan Kerja Praktik ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran saham syariah di PT. FAC Sekuritas pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh
2. Untuk mengetahui kendala dalam transaksi saham syariah di PT. FAC Sekuritas pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh.

1.3 Kegunaan Laporan Kerja Praktik

Adapun kegunaan laporan kerja praktik adalah sebagai berikut :

1. Khasanah Ilmu Pengetahuan
Hasil laporan kerja praktik ini diharapkan dapat menjadi sumber bacaan serta acuan pembelajaran bagi mahasiswa khususnya bagi mahasiswa/i DIII-Perbankan Syariah dalam hal Pelaksanaan Implementasi Strategi Pemasaran pada PT. FAC Sekuritas Cabang Aceh. Selain itu, dengan adanya Laporan Kerja Praktik ini diharapkan bisa menambah informasi tentang Saham melalui PT. FAC Sekuritas Cabang Aceh.
2. Masyarakat
Laporan kerja praktik ini juga diharapkan berguna bagi masyarakat sebagai pengetahuan atau memberikan informasi kepada masyarakat tentang pasar modal syariah dan turut serta dalam mengembangkan pasar modal syariah di Aceh.
3. Instansi
Laporan Kerja Praktik ini dapat menjadi acuan bagi PT. FAC Sekuritas Cabang Aceh untuk dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam proses yang telah dijadikan sebagai sumbangan pikiran

untuk kemudahan dalam Pelaksanaan Implementasi Strategi Pemasaran Pada PT. FAC Sekuritas Cabang Aceh.

4. Penulis

Laporan kerja praktik ini sangat berguna bagi penulis sendiri untuk menambah pengetahuan tentang Strategi *marketing mix*. Selain itu penulis juga mendapatkan pengalaman dalam menghadapi dunia kerja di PT. FAC Sekuritas Cabang Aceh dan tentu sangat bermanfaat untuk menghadapi dunia kerja masa yang akan datang.

1.4 Sistematika Penulisan Laporan Kerja Praktik

Untuk menyusun laporan praktik kerja ini terutama penulis akan menyusun sistematika pembahasan kerja praktik ke empat bab agar terarah dan berkaitan satu sama lain.

Bab Satu, yakni pendahuluan, penulis memaparkan beberapa hal yang melatar belakangi kegiatan penulisan laporan kerja praktik, yakni terkait dengan latar belakang, tujuan laporan kerja praktik dan kegunaan laporan kerja praktik.

Bab Dua, merupakan tinjauan lokasi kerja praktik, yaitu sejarah PT. FAC Sekuritas Cabang Aceh, keadaan personalia PT. FAC Sekuritas Cabang Aceh, kegiatan selama kerja praktik di PT. FAC Sekuritas Cabang Aceh, dan struktur organisasi PT. FAC Sekuritas Cabang Aceh.

Bab Tiga, membahas hasil kegiatan Kerja Praktik yang dilakukan oleh penulis selama 30 hari kerja di PT. FAC Sekuritas Cabang Aceh yang terdiri dari kegiatan kerja praktik, bidang kerja praktik, teori yang berkaitan, manfaat, cara menggunakan, dan evaluasi Kerja Praktik.

Bab Empat, yakni penutup, berisi tentang kesimpulan dan saran. Selanjutnya, penulis juga menyiapkan saran-saran atau rekomendasi yang

dinyatakan dalam bentuk kata-kata yang bersifat operasional serta ditunjukkan kepada para pengambil kebijakan.



BAB II

TINJAUAN LOKASI KERJA PRAKTIK

2.1 Sejarah singkat PT.FAC Sekuritas

PT. First Asia Capital (FAC) FAC Sekuritas didirikan pertama kali pada tanggal 10 Oktober 1989 dengan nama PT. Alvitamax *Securities*, dan mulai beroperasi secara komersial. Tahun 1991 PT. Alvitamax *Securities* bergabung dengan *Group Panin* dan berganti nama menjadi PT. *Panin Capital*, pada tahun 2005 PT. *Panin Capital* mengimplementasikan *remote trading* untuk perdagangan saham modern, tahun 2008 PT. *Panin Capital* kembali mengganti namanya menjadi PT. *First Asia Capital* atau yang lebih kita kenal sekarang dengan sebutan PT. FAC Sekuritas, PT. *First Asia Capital* beralamat di Gedung Bank Panin Pusat, 4, Jl. Jend Sudirman, 1 – Jakarta Pusat 10270 – Indonesia. Kemudian pada tahun 2009 PT. FAC Sekuritas meluncurkan *website* perseroan untuk memudahkan akses bagi nasabah, tahun 2010 dibentuklah *First Asia Research* (FAR) untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Kemudian pada tahun 2011 PT. FAC Sekuritas meluncurkan sistem *online trading First Asia Smart Trading* (FAST), selanjutnya pada tahun 2012 PT. FAC Sekuritas masuk dalam *TOP 50 Most Active IDX Members* dan pada tahun 2013 PT. FAC Sekuritas meluncurkan *fast mobile* untuk meningkatkan kemudahan bertransaksi bagi nasabah (facesekuritas, 2019).

PT. FAC Sekuritas telah memiliki 11 kantor cabang yang tersebar hampir di seluruh Indonesia, salah satunya terletak di Banda Aceh yang beralamat di T. No 84, Jl. Teuku Imuem , Blang Cut, Lueng Bata, Kota Banda Aceh, Aceh 23127, selain memiliki kantor cabang, PT. FAC Sekuritas juga bekerja sama dengan perguruan-perguruan tinggi

yang ada di Indonesia untuk mendirikan Galeri Investasi Syariah (GIS). Saat ini GIS PT. FAC Sekuritas yang tersebar di Aceh sudah bekerja sama dengan tiga perguruan tinggi, yang pertama kali diresmikan berada di Bireun bekerja sama dengan perguruan tinggi Islam yaitu IAI Al-Muslim, kemudian pada tanggal 8 April 2019 GIS PT. FAC Sekuritas bekerja sama dengan UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan pada tanggal 9 April 2019 GIS PT. FAC Sekuritas bekerja sama dengan salah satu perguruan tinggi yang berada di Lhokseumawe yaitu Politeknik Negeri Lhokseumawe, untuk saat ini PT. FAC Sekuritas memiliki nasabah lebih dari 5000 orang yang tersebar di seluruh Indonesia.³

2.1.1 Visi dan Misi PT. FAC Sekuritas

PT. FAC Sekuritas Indonesia Cabang Aceh memiliki visi dan misi yang sangat membangun suatu organisasi atau perusahaan (facsekuritas, 2019)

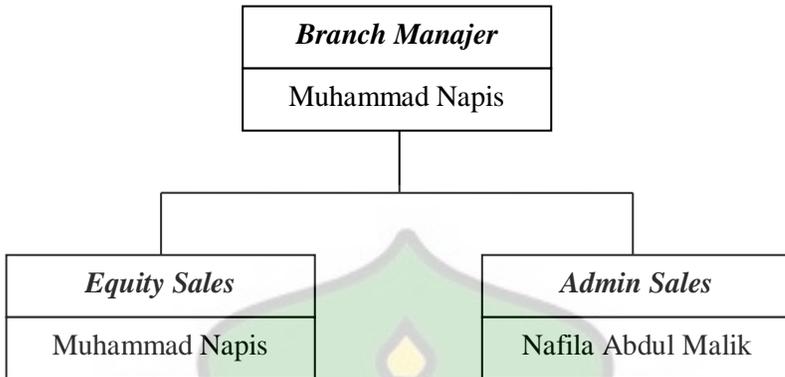
1. Visi PT. FAC Sekuritas Indonesia Cabang Aceh
Menjadi perusahaan efek berkualitas dunia yang menganut nilai-nilai integritas dan kehati-hatian.
2. Misi PT. FAC Sekuritas Indonesia Cabang Aceh
 - a. Memberikan pelayanan terbaik dalam bidang jasa keuangan dengan penuh integritas serta mendukung adanya inovasi dan kreativitas.
 - b. Membangun sumber daya manusia yang profesional dan memiliki integritas di bidang pasar modal.
 - c. Meningkatkan nilai perusahaan secara konsisten dengan tetap menerapkan prinsip kehati-hatian.

³ Wawancara dengan Muhammad Napis *Branch Manajer* pada PT. First Asia Capital (FAC) Sekuritas Aceh, Tanggal 10 April 2019

2.2 Struktur Organisasi PT. FAC Sekuritas

Dengan adanya struktur organisasi maka tanggung jawab untuk setiap posisi pekerjaan serta hubungan antar posisi-posisi ini akan terlihat jelas. Struktur organisasi suatu perusahaan dapat digambarkan dengan bagan organisasi yang merupakan sebuah diagram yang memperlihatkan interaksi dan tanggung jawab masing-masing karyawan. Struktur organisasi akan memperjelas jabatan pekerjaan yang harus dipertanggung jawabkan oleh masing-masing tipe karyawan dan juga memperjelas siapa yang bertanggung jawab atas berbagai kegiatan, karena para karyawan sering kali berhadapan dengan persoalan yang memerlukan komunikasi dengan divisi lain. Maka dari itu struktur organisasi akan sangat membantu untuk mengetahui siapa yang bertanggung jawab untuk setiap jenis pekerjaan.

PT. FAC Sekuritas pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh juga memiliki suatu struktur yang melibatkan seluruh sumber daya yang ada dan bertanggung jawab terhadap maju mundurnya organisasi yang dapat tercapai sebagaimana yang diharapkan. Adapun struktur organisasi pada PT. FAC Sekuritas Aceh adalah sebagai berikut :



Sumber: PT. First Asia Capital (FAC) Sekuritas Aceh

Gambar 2.1

Struktur Organisasi PT. FAC Sekuritas pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh

Berdasarkan gambar 2.1 dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. *Branch Manajer* berjumlah satu orang yang menjabat sebagai ketua. Tugas *Branch Manajer* yaitu menyusun rencana kerja kantor cabang, memberikan arahan dan melakukan sosialisasi visi dan misi perusahaan kepada seluruh karyawan. Memberikan laporan berkala kepada direksi mengenai aktivitas kegiatan pemasaran kantor cabang dan melakukan komunikasi secara rutin dengan nasabah-nasabah potensial yang ada di kantor cabang.
- b. *Equity Sales* berjumlah satu orang. Tugas *Equity Sales* yaitu melayani pembukaan rekening efek, meneliti setiap persyaratan pembukaan rekening efek, membuat laporan kegiatan penjualan kepada *team supervisor* setiap bulan, membuat laporan kegiatan *equity sales* kepada *team supervisor*, menjaga kredibilitas dan reputasi perusahaan dan membantu memberikan *advice* kepada nasabah.

- c. *Admin Sales* berjumlah satu orang. Tugas *Admin Sales* yaitu melayani nasabah dengan ramah dan profesional sesuai *Standard Operating Procedure (SOP)* yang berlaku. Dan juga mengedukasi nasabah atas produk yang terdapat di PT. FAC Sekuritas pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh.

2.3 Kegiatan Usaha PT. FAC Sekuritas

Pada umumnya lembaga keuangan seperti bank memiliki kegiatan usaha berupa penghimpunan dana dan juga penyaluran dana, sedangkan lembaga keuangan seperti perusahaan efek juga melakukan kegiatan di bidang keuangan, yang secara langsung ataupun tidak langsung menghimpun dana, dimana perusahaan efek yang akan menyelenggarakan dan menyediakan sistem atau sarana untuk mempertemukan penawaran jual dan beli efek pihak-pihak lain dengan tujuan memperdagangkan efek diantara mereka. Menurut Undang-undang Republik Indonesia No. 8/1995 bahwa yang dapat melakukan kegiatan usaha sebagai Perusahaan Efek adalah Perseroan yang telah memperoleh izin usaha dari Bapepam-LK (sekarang OJK). Perusahaan efek dapat melakukan kegiatan usaha sebagai Perantara Perdagangan Efek, Penjamin Emisi Efek, dan/atau Manajer Investasi (Hadi, 2015: 38). Sebagaimana peran yang strategis dalam kenech perekonomian makro suatu Negara, perusahaan efek memiliki kegiatan usaha sebagai berikut :

2.3.1 Penjamin Emisi Efek

Penjamin emisi efek yaitu pihak yang membuat kontrak dengan emiten untuk melakukan penawaran umum bagi kepentingan emiten dengan atau tanpa kewajiban untuk membeli sisa efek yang tidak terjual. (Kasmir, 2004: 189). Dalam menjalankan fungsinya, para penjamin emisi senantiasa menjaga citra baik dirinya sebagai profesional dan dituntut untuk memiliki integritas yang tinggi di mata masyarakat. Penjamin emisi akan menolak perusahaan yang mencoba menyediakan informasi yang dapat menyesatkan kepada masyarakat. Mengingat apabila terdapat kesalahan dalam penyampaian informasi dalam prospektus akan mengakibatkan kerugian bagi para pemodal segala kesalahan penyajian informasi yang telah disampaikan kepada masyarakat, maka penjamin emisi ikut bertanggung jawab atas kesalahan tersebut.

Dalam melaksanakan fungsinya, para penjamin emisi melakukan kegiatan antara lain sebagai berikut:

1. Membantu emiten dalam rangka mempersiapkan pernyataan pendaftaran berikut dokumen pendukungnya.
2. Memberi konsultasi dibidang keuangan seperti jumlah dan jenis efek yang akan diterbitkan, bursa yang dipilih untuk mencatatkan saham, penentuan jadwal emisi, penunjukan lembaga penunjang lain, metoda pendistribusian dan sebagainya.
3. Melakukan penjaminan terhadap efek yang diemisikan.
4. Melakukan evaluasi terhadap kondisi perusahaan antara lain keuangan, manajemen, pemasaran, produksi, berikut prospeknya.
5. Menentukan harga saham bersama-sama emiten. (Hadi, 2015: 116).

Berdasarkan fungsi dan tanggungjawabnya sebagai penjamin emisi kepada emiten, dapat dibedakan menjadi tiga yaitu:

1. Penjamin emisi dengan kesanggupan penuh (*full commitment underwriting*).
2. Penjamin emisi dengan kesanggupan terbaik (*best effort underwriting*).
3. Penjamin emisi dengan kesanggupan siaga (*stand by commitment*).

2.3.2 Perantara Perdagangan Efek

Perantara perdagangan efek yang lebih dikenal dengan istilah broker atau pialang, yang bertugas menjadi perantara dalam jual beli efek antara si penjual (emiten) dengan si pembeli (investor) dalam hal menerima pesanan jual dan pesanan beli investor untuk kemudian ditawarkan di bursa efek. Atas jasa keperantaraan tersebut broker mengenakan *fee* kepada investor. (Soemitra, 2009: 117)

Adapun tugas dan tanggung jawab Perantara Perdagangan Efek, antara lain:

1. Melaksanakan amanat jual-beli dari nasabah.
2. Menyelenggarakan administrasi transaksi efek.
3. Menyediakan data dan informasi bagi kepentingan nasabah.
4. Memberikan rekomendasi kepada nasabah untuk membeli atau menjual efek berdasarkan keadaan keuangan dan maksud tujuan investasi dari nasabah.
5. Mengenal nasabah.
6. Menyampaikan laporan yang dipersyaratkan kepada Bapepam-LK (sekarang OJK).

Menurut Keputusan Ketua Bapepam-LK Nomor: Kep-548/PM/2010 Tentang Pengendalian Internal Perusahaan Efek yang melakukan kegiatan usaha sebagai Perantara Perdagangan Efek nomor 2 dinyatakan bahwa Perantara Perdagangan Efek wajib mempunyai dan melaksanakan 6 (enam) fungsi, sebagai berikut:

1. Fungsi pemasaran.
2. Fungsi manajemen resiko.
3. Fungsi pembukuan.
4. Fungsi kustodian.
5. Fungsi teknologi informasi.
6. Fungsi kepatuhan. (Hadi, 2015: 44)

2.3.3 Manajer Investasi

Manajer investasi adalah pihak yang kegiatan usahanya mengelola portofolio efek untuk para nasabah atau mengelola portofolio investasi kolektif untuk sekelompok nasabah, kecuali perusahaan asuransi, dana pension, dan bank yang melakukan sendiri kegiatan usahanya berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Sutedi, 2013:76).

Adapun tugas dan tanggung jawab Manajer Investasi, antara lain:

1. Mengelola dana nasabah.
2. Menyelenggarakan administrasi portofolio nasabah.
3. Menyediakan data dan informasi bagi kepentingan nasabah.
4. Melaksanakan keputusan investasi.
5. Memberikan rekomendasi kepada nasabah untuk membeli atau menjual efek berdasarkan keadaan keuangan dan maksud tujuan investasi dari nasabah.

6. Mengenal nasabah.
7. Menghitung nilai wajar pasar dari efek dalam portofolio Reksadana dan menyampaikannya kepada bank Kustodian setiap hari kerja (jika mengelola Reksadana). (Hadi, 2015: 44)

Peraturan Bapepam No. V.G.1. tentang perilaku yang dilarang bagi manajer investasi antara lain (Tjiptono Darmadji dan Hendy Fakhruddin, 2011):

1. Memberi saran kepada nasabah dalam bentuk jasa pengelolaan investasi atau jasa konsultasi pembelian, penjualan atau pertukaran dari efek tanpa dasar pertimbangan rasional, yang ternyata tidak sesuai dengan informasi lengkap yang memberikan nasabah mengenai tujuan investasi, keadaan keuangan dan kebutuhan nasabah serta informasi lain yang diketahui atau diperlukan oleh manajer investasi.
2. Memesan untuk membeli atau menjual efek untuk rekening nasabah tanpa wewenang tertulis dari nasabah yang bersangkutan.
3. Memesan untuk membeli atau menjual efek untuk rekening nasabah atas instruksi pihak ketiga tanpa terlebih dahulu memperoleh wewenang tertulis dari nasabah kepada pihak ketiga tersebut.
4. Melakukan kebijaksanaan sendiri dalam melaksanakan amanat beli atau jual efek untuk nasabah tanpa terlebih dahulu memperoleh wewenang tertulis dari nasabah tersebut.
5. Mendorong terlaksananya perdagangan atas rekening nasabah secara berlebihan dalam jumlah atau frekuensi di pandang dari sudut sumber keuangan, tujuan investasi dan sifat dari rekening nasabah tersebut.

6. Memberi gambaran yang salah kepada nasabah atau calon nasabah mengenai kualifikasi dari manajer investasi atau memberi gambaran yang salah mengenai sifat dari jasa yang diberikan, atau mengabaikan untuk menyampaikan fakta material yang diperlukan agar pernyataan yang dibuat sehubungan dengan kualifikasi manajer investasi, sifat jasa dan fakta material tersebut tidak menyesatkan.
7. Memberikan laporan atau saran kepada nasabah yang tidak disiapkan olehnya tanpa menyebutkan pihak yang menyiapkan atau saran tersebut.
8. Meminta imbalan yang sangat tinggi dibandingkan dengan imbalan yang diminta oleh manajer investasi lain, yang memberikan jasa yang sama tanpa memberitahukan kepada nasabah bahwa terdapat pilihan pemberi jasa yang lain.
9. Mengabaikan untuk mengungkapkan secara tertulis kepada nasabah sebelum nasehat diberikan mengenai benturan kepentingan dari manajer investasi yang dapat mengurangi objektivitas dari nasehat tersebut.
10. Menjanjikan suatu hasil tertentu yang akan diperoleh nasabah atas jasa pengelolaan yang diberikan atau menjanjikan suatu hasil tertentu yang akan diperoleh nasabah apabila mengikuti nasehat yang diberikan.
11. Mengungkapkan identitas, hal yang berkaitan dengan investasi nasabah kepada pihak ketiga kecuali diharuskan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
12. Mengadakan, mengubah, memperpanjang, memperpendek, atau memperbaharui kontak pengelolaan investasi tanpa persetujuan tertulis dari nasabah (Hadi, 2015).

2.4 Keadaan personalia PT. FAC Sekuritas

Keadaan personalia adalah keadaan yang menggambarkan sistem kerja atau jumlah karyawan yang terdapat dalam sebuah lembaga atau perusahaan dan juga bidang-bidang yang terdapat pada lembaga atau perusahaan. PT. FAC Sekuritas pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh mempunyai personalia yang baik dimana setiap masing-masing bagiannya memahami tugas-tugas dan peran yang harus mereka lakukan sehingga terorganisir dengan baik.

Secara keseluruhan, karyawan yang ada di PT. FAC Sekuritas pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh berjumlah 2 orang karyawan, yang terbagi pada posisi kerja yang berbeda-beda. Keadaan personalia PT. FAC Sekuritas pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh terdiri dari beberapa kategori diantaranya deskripsi posisi kerja, pendidikan terakhir karyawan, jenis kelamin dan umur karyawan.

Tabel 2.1
Karakteristik Karyawan Berdasarkan Posisi Kerja

Pekerjaan	Jumlah (orang)
<i>Branch Manajer</i>	1
<i>Equity Sales</i>	1
<i>Admin Sales</i>	1

Sumber: PT. First Asia Capital (FAC) Sekuritas Aceh, 2019.

Dari tabel 2.1 dapat disimpulkan bahwa PT. FAC Sekuritas pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh memiliki karyawan yang terdiri dari *Branch Manajer* yang berjumlah 1 orang, *Equity Sales* berjumlah 1 orang, dan *Admin Sales* berjumlah 1 orang.

Tabel 2.2
Karakteristik Karyawan Berdasarkan Pendidikan Terakhir Karyawan

Pendidikan Terakhir	Jumlah (orang)
S1	2
Total karyawan	2

Sumber: PT. First Asia Capital (FAC) Sekuritas Aceh, 2019.

Dari table 2.2 dapat disimpulkan bahwa 2 orang karyawan di PT. FAC Sekuritas pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh keduanya berpendidikan terakhir S1.

Tabel 2.3
Karakteristik Karyawan Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)
Laki-laki	1
Perempuan	1
Total karyawan	2

Sumber: PT. First Asia Capital (FAC) Sekuritas Aceh, 2019.

Dari tabel 2.3 dapat disimpulkan bahwa dari 2 karyawan di PT. FAC Sekuritas pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh, laki-laki berjumlah 1 orang dan perempuan berjumlah 1 orang.

Tabel 2.4
Karakteristik Karyawan Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah (orang)
>20	1
>30	1
Total karyawan	2

Sumber: PT. First Asia Capital (FAC) Sekuritas Aceh, 2019.

Dari tabel 2.4 dapat disimpulkan bahwa dari 2 karyawan di PT. FAC Sekuritas pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh, umur diatas 20 tahun berjumlah 1 orang dan umur diatas 30 tahun berjumlah 1 orang.⁴

⁴ Wawancara dengan Muhammad Napis *Branch Manajer* pada PT. First Asia Capital (FAC) Sekuritas Aceh, Tanggal 20 Maret 2019

BAB III

HASIL KEGIATAN KERJA PRAKTIK

3.1 Kegiatan Kerja Praktik

Selama mengikuti kegiatan kerja praktik di PT. FAC Sekuritas pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh dalam jangka waktu kurang lebih satu bulan atau 30 (tiga puluh) hari kerja, penulis telah mendapatkan pengalaman yang sangat berharga dan dapat langsung mengimplementasikan ilmu yang telah di dapatkan di bangku perkuliahan selama ini dalam dunia kerja yang sesungguhnya. Hal tersebut tidak terlepas pula dari bantuan serta bimbingan yang telah diberikan pimpinan dan karyawan/karyawati PT. FAC Sekuritas pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh.

Dalam masa kerja praktik penulis telah ditempatkan pada bagian *Equity Sales* dan *Admin Sales*, tetapi penulis lebih sering ditempatkan pada bagian *Admin Sales*. Selama ditempatkan di bagian tersebut penulis melakukan beberapa kegiatan sesuai bidang yang telah ditetapkan. Adapun jenis jenis kegiatan yang penulis lakukan selama melakukan praktik kerja lapangan di PT. FAC Sekuritas pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh adalah sebagai berikut:

3.1.1 Bagian Equity Sales

Adapun kegiatan yang penulis lakukan pada bagian *Equity Sales* di PT. FAC Sekuritas pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh adalah sebagai berikut :

1. Memberikan informasi yang dibutuhkan oleh nasabah mengenai akad yang digunakan pada transaksi saham syariah yaitu akad *ba'i al-*

musawamah untuk transaksi jual beli dan akad *musyarakah* untuk kegiatan investasi.

2. Membantu karyawan mencari nasabah.
3. Mendampingi karyawan mendatangi instansi calon nasabah yang akan membuka rekening efek.
4. Membantu karyawan membuat laporan.

3.1.2 Bagian Admin Sales

Adapun kegiatan yang penulis lakukan pada bagian *Equity Sales* di PT. FAC Sekuritas pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh adalah sebagai berikut :

1. Melayani nasabah yang akan mendaftarkan Sekolah Pasar Modal (SPM) dan Sekolah Pasar Modal Syariah (SPMS).
2. Mendaftarkan nasabah Sekolah Pasar Modal (SPM) dan nasabah Sekolah Pasar Modal Syariah (SPMS).
3. Menerima dan melayani nasabah yang akan melakukan transaksi saham dan aplikasi trading *First Asia Smart Trading* (FAST).
4. Membantu nasabah pada saat mengisi data pada formulir pembukaan rekening efek dan rekening dana nasabah.
5. Menyusun, memisahkan dan mengarsipkan berkas-berkas nasabah.
6. Memeriksa dan memperbaiki data nasabah yang belum lengkap pada saat pembukaan rekening efek maupun rekening dana nasabah.
7. Menginput data nasabah.
8. Foto copy KTP, NPWP (jika ada) dan Buku Tabungan nasabah.
9. Mengirim berkas-berkas formulir nasabah ke salah satu jasa pengiriman barang.

3.2 Bidang Kerja Praktik

Setelah mendapatkan rekomendasi dari program studi, kemudian penulis menjalani kerja praktik pada PT. FAC Sekuritas pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh. Pada saat melakukan kerja praktik selama kurang lebih 30 hari banyak pengalaman yang penulis dapatkan terutama pada bagian *Admin Sales* diantaranya yaitu menerima setoran saham nasabah, menghitung uang setoran nasabah, memperkenalkan produk saham kepada nasabah, serta melayani nasabah yang ingin membuka rekening saham, yang mana di PT. FAC Sekuritas pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh ini memiliki dua jenis produk saham, salah satunya yaitu saham syariah. Transaksi yang dilakukan pada saham syariah bisa berupa investasi saham maupun trading saham.

3.2.1 Strategi Pemasaran yang digunakan PT. FAC Sekuritas pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh dalam Meningkatkan Transaksi Saham Syariah

Strategi pemasaran produk adalah suatu kegiatan yang harus dilakukan untuk memperkenalkan produk secara lebih luas ke masyarakat. Di bawah ini kita akan membahas 5 (lima) strategi pemasaran terbaik yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan produk bisnis.

1. Sosial Media

Sosial media adalah alat pemasaran yang paling ampuh karena hampir semua orang dari berbagai latar belakang yang berbeda, sangat aktif menggunakannya. Dengan sosial media, perusahaan dapat menjalin interaksi secara luas dengan berbagai kalangan, dengan biaya yang murah dan visibilitas atau keterlihatan yang tinggi. sosial media juga memungkinkan perusahaan untuk memilih komunitas yang sesuai untuk

mengenalkan produk rekening efek saham syariah, sehingga apa yang ditawarkan memiliki peluang besar untuk terjual.

2. Partisipasi Pada Event Tertentu

Pasar modal syariah juga bisa di promosikan pada suatu acara atau event tertentu, dan tanpa kita sadari bahwa kebanyakan event atau acara yang diadakan merupakan sebuah cara promosi sebuah bisnis. Dan berikut ini adalah cara yang digunakan untuk mempromosikan bisnis pada suatu event:

a. *Networking*

Dalam suatu event tentu juga akan dihadiri oleh banyak orang, baik yang kita kenal ataupun yang tidak kita kenal. Hal ini bisa jadikan waktu yang tepat untuk mengenalkan produk. Kegiatan ini dapat memperoleh *network* sebanyak-banyaknya dengan orang yang baru dikenal. Dengan mengajak mereka berdialog dan memperkenalkan profil perusahaan serta produk pasar modal syariah. Ini akan menjadi pengenalan pasar modal pertama untuk calon investor.

b. Brosur informasi

Pada saat mengikuti sebuah event dan menjadi sponsor dari event tersebut, kegiatan yang dilakukan adalah membagikan atau memberikan brosur hal yang berkaitan tentang pasar modal syariah. Sekalipun sederhana namun brosur masih menjadi media promosi yang paling dicari masyarakat. Saat mengikuti dalam sebuah bazar, masyarakat yang datang juga akan mengumpulkan brosur dari berbagai usaha atau bisnis. Inilah saatnya perusahaan ikut andil dalam memberikan brosur tersebut.

3. Melaksanakan Sekolah Pasar Modal Syariah

Sekolah Pasar Modal Syariah dilaksanakan minimal 2 (dua) kali setiap bulan dengan cara mengundang calon investor. Peserta Sekolah Pasar Modal Syariah akan dikenakan biaya pendaftaran sebesar Rp. 100.000 yang akan dikonversikan menjadi saldo awal rekening efek masing-masing peserta. Adapun edukasi yang diberikan kepada peserta antara lain : mekanisme pasar modal, struktur pasar modal, manfaat serta resiko pasar modal, dan lain-lain.

Program edukasi Pasar Modal Syariah adalah kegiatan edukasi/ literasi/ inklusi (Pasar Modal Syariah) yang dilakukan oleh Bursa Efek yang bekerjasama dengan perusahaan sekuritas maupun pihak lain. Program edukasi (Pasar Modal Syariah) terdiri dari tiga jenis :

a. Sekolah Pasar Modal Syariah

Program edukasi Pasar Modal Syariah dengan tujuan penyebarluasan informasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang investasi di Pasar Modal Syariah.

b. *Workshop* Pasar Modal Syariah

Program edukasi Pasar Modal Syariah dengan tujuan untuk meningkatkan literasi masyarakat menjadi investor saham syariah di Pasar Modal Syariah.

c. Aktivasi Investor Saham Syariah

Program edukasi dengan tujuan meningkatkan jumlah investor yang melakukan transaksi saham syariah, baik secara rutin maupun insidental.

Setelah 1 (satu) sampai 2 (dua) minggu kemudian rekening efek calon investor sudah selesai dan akan diberitahukan melalui email masing-masing peserta Sekolah Pasar Modal Syariah. Calon investor

sudah berubah menjadi investor yang dapat memulai transaksi pembelian dan penjualan saham-saham perusahaan yang diminati investor.

4. Menjalin Hubungan Baik dengan Investor

Investor yang loyal adalah sebuah aset penting bagi perusahaan. Mereka telah melakukan pembelian dan penjualan saham-saham perusahaan dan ikut menyumbang pemasukan secara rutin. Di tengah persaingan banyaknya produk serupa, maka tidak ada salahnya perusahaan memberi edukasi secara terus menerus kepada para investor dengan cara membuka kursus-kursus cara memilih saham perusahaan yang baik dengan menilai kinerja dari perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia serta menanggapi masukan investor maupun memberi rekomendasi secara langsung atas pembelian yang mereka lakukan.

5. Edukasi Investor

Menedukasi investor potensial adalah salah satu cara paling efisien untuk meningkatkan pemasaran. Mereka bahkan dapat meyakinkan beberapa calon investor yang ragu-ragu. Dengan adanya keterlibatan Investor, mereka akan membantu mempublikasikan artikel dan kemudian menanggapi komentar atau pertanyaan calon investor maupun investor saat ini.

3.2.2 Tujuan Strategi Pemasaran pada PT. FAC Sekuritas Aceh

Tujuan kegiatan pemasaran bukanlah sederhana dan sepihak (untuk kepuasan konsumen saja). Tetapi tujuan sebenarnya adalah demi kepentingan perusahaan juga. Konsumen yang puas karena kebutuhannya terpenuhi akan merupakan pelanggan yang menguntungkan perusahaan. Dengan kata lain, tujuan perusahaan akan dicapai melalui pencapaian tujuan konsumen (Idri, 2015: 273)

Tujuan perusahaan pada dasarnya sama dengan mayoritas perusahaan antara lain adalah :

1. Menyelaraskan tim

Tim dengan misi dan fokus memberdayakan mereka untuk bekerja bersama. Ini menyatukan dan menciptakan rasa tujuan yang sama di lingkungan kantor.

2. Memberikan rasa sukses

Penting untuk merayakan pada saat yang tepat ketika tim mencapai pencapaian yang melebihi target. Ini membantu kepercayaan diri setiap anggota tim.

3.2.3 Keuntungan Transaksi Saham Syariah pada PT. FAC Sekuritas Aceh

PT. FAC sekuritas memiliki beberapa keuntungan yang akan didapatkan oleh nasabah maupun calon nasabah saat melakukan transaksi saham syariah yaitu⁵ :

1. Saat investor memasukkan order transaksi saham non-syariah, baik sengaja maupun tidak maka sistem akan langsung menolaknya.

⁵ Wawancara dengan Muhammad Napis *Branch Manajer* pada PT. First Asia Capital (FAC) Sekuritas Aceh, Tanggal 13 Mei 2019

Sehingga nasabah akan terhindar dari saham-saham yang mengandung unsur riba, judi dan sebagainya.

2. Saat melakukan transaksi saham syariah, nasabah tidak dapat melakukan pembelian saham yang melampaui dana yang dimiliki nasabah di Rekening Dana Nasabah (RDN) syariah miliknya. Sehingga akan terhindar dari hutang dalam melakukan transaksi saham syariah.

3.2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran pada PT. FAC Sekuritas Aceh

Faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran pada PT. FAC Sekuritas Aceh antara lain adalah⁶ :

1. Perusahaan sekuritas
Perusahaan sekuritas harus mampu menguasai pemasaraannya dengan baik agar tercapainya strategi-strategi yang telah direncanakan.
2. Calon investor
Calon investor akan memberikan pengaruh yang besar bagi tercapainya strategi pemasaran yang ada di perusahaan sekuritas, maka dari itu perusahaan sekuritas harus menjalin hubungan baik dengan investor sehingga investor akan terus menjadi penyumbang pemasukannya secara rutin kepada perusahaan sekuritas.
3. Sosial budaya
Sosial budaya juga sangat penting, di Aceh sendiri yang nilai-nilai agamanya cukup kuat maka perusahaan sekuritas di Aceh harus menjaga agar perusahaan terhindar dari unsur judi.

⁶ Wawancara dengan Muhammad Napis *Branch Manajer* pada PT. First Asia Capital (FAC) Sekuritas Aceh, Tanggal 13 Mei 2019

3.2.5 Kendala Dalam Pemasaran Untuk Meningkatkan Transaksi Saham Syariah pada PT. FAC Sekuritas Aceh

Dalam melakukan pemasaran ada beberapa kendala yang dihadapi perusahaan sehingga akan menimbulkan penurunan transaksi oleh nasabah, kendalanya antara lain⁷ :

1. Kepercayaan masyarakat berkurang disebabkan saat melakukan pembukaan akun syariah, RDN (Rekening Dana Nasabah) yang difasilitasi oleh perusahaan masih belum syariah, sehingga masyarakat ragu.
2. Terdapat beberapa perusahaan yang dikeluarkan dari daftar saham syariah sehingga nasabah enggan untuk melakukan transaksi pada perusahaan tersebut.
3. Banyaknya beredar investasi bodong sehingga mempengaruhi masyarakat untuk tidak menginvestasikan dananya di perusahaan sekuritas.
4. Kesadaran berinvestasi dari masyarakat sendiri masih sangat kurang.

3.2.6 Upaya-upaya Yang Dilakukan dalam Meningkatkan Transaksi Saham Syariah pada PT.FAC Sekuritas Aceh

Agar transaksi saham syariah di PT. FAC Sekuritas kembali meningkat maka ada beberapa upaya yang dilakukan perusahaan, yaitu⁸ :

1. Dengan online trading nasabah bisa lebih mudah melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun, online trading bisa diakses melalui android,

⁷ Wawancara dengan Muhammad Napis *Branch Manajer* pada PT. First Asia Capital (FAC) Sekuritas Aceh, Tanggal 13 Mei 2019

⁸ Wawancara dengan Muhammad Napis *Branch Manajer* pada PT. First Asia Capital (FAC) Sekuritas Aceh, Tanggal 13 Mei 2019

iOS maupun PC, untuk saham syariah sendiri diciptakan *Syariah Online Trading System (SOTS)*.

2. Sosial media mempunyai jangkauan yang sangat luas sehingga jika promosi dilakukan melalui sosial media maka akan lebih efektif dan efisien.
3. Secara rutin melakukan edukasi tentang pasar modal syariah.
4. Memberikan rekomendasi kepada nasabah maupun calon nasabah mengenai perusahaan apa yang bagus untuk di investasikan.
5. Memberikan reward atau penghargaan kepada nasabah yang melakukan transaksi terbesar dalam satu bulan.

3.3 Teori Yang Berkaitan

3.3.1 Definisi Strategi Pemasaran

1. Definisi Strategi

Strategi merupakan suatu bentuk atau rencana yang mengintegrasikan tujuan-tujuan utama, kebijakan-kebijakan dan rangkaian tindakan dalam suatu organisasi menjadi suatu kesatuan yang utuh. Suatu strategi mempunyai dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. (Chatab, 2007: 10).

Strategi pemasaran sangat penting dilakukan oleh suatu perusahaan karena merupakan ujung tombak mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya dari mewujudkan rencana yang terarah di bidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang optimal (Anoraga, 2004: 230).

2. Definisi Pemasaran

Philip Kotler dan Gary Amstrong (2008: 6) mendefinisikan pengertian pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain. Dalam konteks bisnis yang lebih sempit, pemasaran mencakup menciptakan hubungan pertukaran muatan nilai dengan pelanggan yang menguntungkan. Karena itu kita mendefinisikan pemasaran (marketing) sebagai proses di mana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

Dari pengertian tersebut dapat diuraikan bahwa pemasaran merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa. Untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, maka setiap perusahaan perlu melakukan riset pemasaran, karena dengan melakukan riset pemasaran inilah bisa diketahui keinginan dan kebutuhan konsumen yang sebenarnya. (Kasmir, 2004: 51-53)

Kegiatan pemasaran selalu ada dalam 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. Hal ini terjadi karena pelaku pemasaran belum pernah belajar atau bahkan belum pernah mendengar kata-kata pemasaran. Justru kejadian seperti ini banyak terjadi di kehidupan masyarakat.

Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa.

Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga bisa dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat. Para pesaing justru semakin gencar melakukan usaha pemasaran dalam rangka memasarkan produknya.

3. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Strategi pemasaran adalah memilih dan menganalisis pasar sasaran yang merupakan suatu kelompok orang yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan dan menciptakan suatu bauran pemasaran yang cocok dan dapat memuaskan pasar sasaran tersebut. Dunia pemasaran diibaratkan dengan suatu medan tempur bagi para produsen dan para pedagang yang bergerak dalam komoditas yang sama sehingga perlu sekali diciptakan strategi pemasaran agar dapat memenangkan peperangan tersebut (Idri, 2015: 278).

Manajemen pemasaran dikelompokkan dalam empat aspek yang sering dikenal dengan *marketing mix* atau bauran pemasaran. *Marketing mix* atau bauran pemasaran merupakan kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan, hampir dari semua perusahaan menerapkan strategi ini agar mencapai pemasarannya, apalagi dalam kondisi persaingan yang semakin ketat ini.

Kotler (2008: 63) menyebutkan konsep dari *marketing mix* terdiri dari 4P yaitu :

- c. *Product* (produk) secara umum diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah, produk dapat berupa barang dan jasa.
- d. *Price* (harga) merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Penentuan harga sangat penting diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perusahaan. Kesalahan dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.
- e. *Place* (lokasi) penentuan lokasi menjadi sangat penting agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta mudah dalam mendistribusikan barang dan jasa.
- f. *Promotion* (promosi) merupakan kegiatan setiap perusahaan untuk mempromosikan produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Ada macam-macam sarana promosi yang digunakan oleh setiap perusahaan seperti periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi dan sebagainya.

Kemudian dari teori Boom dan Bitner dalam Kasmir (2008) menambah dalam bisnis jasa, bauran pemasaran disamping 4P juga ada tambahan dengan 3P , yaitu:

- a. *People* (orang) yaitu semua orang terlibat aktif dalam pelayanan dan mempengaruhi persepsi pembeli, nama, pribadi pelanggan, dan pelanggan-pelanggan lain yang ada dalam lingkungan pelayanan. *People* meliputi kegiatan untuk karyawan, seperti kegiatan rekrutmen, pendidikan pelatihan, motivasi, balas jasa dan kerjasama, serta pelanggan yang menjadi nasabah atau calon nasabah.

- b. *Physical evidence* (bukti fisik) terdiri dari adanya logo atau symbol perusahaan, moto, fasilitas yang dimiliki, seragam karyawan, laporan, kartu nama dan jaminan perusahaan.
- c. *Process* (proses) merupakan keterlibatan pelanggan dalam pelayanan jasa, proses aktivitas, standar pelayanan, kesederhanaan atau kompleksitas prosedur kerja yang ada di perusahaan yang bersangkutan.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan penggunaan konsep *marketing mix* (bauran pemasaran) jika digabungkan menjadi 7P yaitu (Kasmir, 2008: 119-120):

- a. *Product* (produk)
- b. *Price* (harga)
- c. *Place* (lokasi)
- d. *Promotion* (promosi)
- e. *People* (orang)
- f. *Physical evidence* (bukti fisik)
- g. *Process* (proses)

3.3.2 Definisi Saham Syariah جامعة الرانيرى

1. Saham

Menurut Darmadji dan Fakhruddin (2012: 5) Saham (stock) merupakan tanda penyertaan atau pemilikan seseorang atau badan dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas. Saham berwujud selembar kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemilik perusahaan yang menerbitkan surat berharga tersebut.

Saham merupakan salah satu instrumen pasar modal yang paling diminati investor karena memberikan tingkat keuntungan yang menarik.

Saham dapat didefinisikan sebagai tanda penyertaan modal seorang atau sepihak (badan usaha) dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas. Dengan menyertakan modal tersebut, maka pihak tersebut memiliki klaim atas pendapatan perusahaan, klaim atas aset perusahaan, dan berhak hadir dalam rapat umum pemegang saham (RUPS).

2. Saham Syariah

Saham syariah merupakan surat berharga yang merepresentasikan penyertaan modal ke dalam suatu perusahaan dimana penyertaan modal tersebut dilakukan pada perusahaan-perusahaan yang tidak melanggar prinsip-prinsip syariah, seperti bidang perjudian, riba, memproduksi barang yang diharamkan seperti bir dan lain-lain (Darmadji, Fakhruddin, 2012: 184). Objek transaksi saham syariah adalah kepemilikan perusahaan. Oleh sebab itu, saham hanya bisa diterbitkan oleh perusahaan atau korporasi, sedangkan negara tidak dapat menerbitkan saham.

Hubungan antara investor dan perusahaan penerbit saham (emiten) adalah hubungan kepemilikan (*ownership relation*) sehingga investor adalah pemilik atau pemegang saham (shareholder) dari perusahaan tersebut. Penerbitan saham syariah akan memengaruhi sisi modal perusahaan sehingga berdampak terhadap komposisi pemegang saham perusahaan. Persentase kepemilikan perusahaan oleh investor ditunjukkan oleh jumlah saham yang dimilikinya (Abdalloh, 2018: 81)

Sebagai pemegang saham, investor berhak mengikuti Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) dan menikmati keuntungan perusahaan dalam bentuk kenaikan harga saham dan juga bonus perusahaan (dividen). Di sisi lain, investor juga harus ikut menanggung kerugian perusahaan misalnya dalam bentuk harga saham turun, tidak menerima

dividen atau modal tidak kembali apabila emitennya bangkrut. Hubungan perjanjian antar sesama pemegang saham perusahaan menggunakan akad *ba'i al-musahamah* atau akad jual beli yang tidak mengenal batas waktu (Abdalloh, 2018: 81).

Ada dua jenis saham syariah yang diakui di pasar modal Indonesia. Pertama, saham yang dinyatakan memenuhi kriteria seleksi saham syariah berdasarkan peraturan OJK Nomor 35/POJK.04/2017 tentang Kriteria dan Penerbitan Daftar Efek Syariah, kedua adalah saham yang dicatatkan sebagai saham syariah oleh emiten atau perusahaan publik syariah berdasarkan peraturan OJK no. 17/POJK.04/2015.

Semua saham syariah yang terdapat di pasar modal syariah Indonesia, baik yang tercatat di BEI maupun tidak, dimasukkan ke dalam Daftar Efek Syariah (DES) yang diterbitkan oleh OJK secara berkala, setiap bulan Mei dan November. Saat ini, kriteria seleksi saham syariah oleh OJK adalah sebagai berikut⁹ :

1. Emiten tidak melakukan kegiatan usaha sebagai berikut:
 - a. Perjudian dan permainan yang tergolong judi.
 - b. Perdagangan yang dilarang menurut syariah, antara lain:
 - perdagangan yang tidak disertai dengan penyerahan barang/jasa
 - perdagangan dengan penawaran/permintaan palsu
 - c. Jasa keuangan ribawi, antara lain:
 - bank berbasis bunga
 - perusahaan pembiayaan berbasis bunga
 - d. Jual beli risiko yang mengandung unsur ketidakpastian (*gharar*) dan/atau judi (*maisir*), antara lain asuransi konvensional.

⁹ <https://www.idx.co.id/idx-syariah/produk-syariah/>. Diakses pada tanggal 20 Mei 2019.

- e. Memproduksi, mendistribusikan, memperdagangkan, dan/atau menyediakan antara lain:
 - barang atau jasa haram zatnya (*haram li-dzatihi*)
 - barang atau jasa haram bukan karena zatnya (*haram lighairihi*) yang ditetapkan oleh DSN MUI
 - barang atau jasa yang merusak moral dan/atau bersifat mudarat
 - f. Melakukan transaksi yang mengandung unsur suap (*risywah*)
2. Emiten memenuhi rasio-rasio keuangan sebagai berikut:
- a. Total utang yang berbasis bunga dibandingkan dengan total aset tidak lebih dari 45% (empat puluh lima per seratus)
 - b. Total pendapatan bunga dan pendapatan tidak halal lainnya dibandingkan dengan total pendapatan usaha (*revenue*) dan pendapatan lain-lain tidak lebih dari 10% (sepuluh per seratus).

Di Indonesia prinsip-prinsip penyertaan modal secara syariah tidak diwujudkan dalam bentuk saham syariah maupun non-syariah, melainkan berupa pembentukan indeks saham yang memenuhi prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini, di Bursa Efek Jakarta terdapat Jakarta Islamic Indeks (JII) yang merupakan 30 saham yang memenuhi kriteria syariah yang ditetapkan Dewan Syariah Nasional (DSN), Indeks JII dipersiapkan oleh PT. Bursa Efek Jakarta (BEJ) bersama dengan PT. Danareksa Investment Management (DIM).

Jakarta Islamic Index (JII) terdiri atas 30 jenis saham yang dipilih dari saham-saham yang sesuai dengan Syariah Islam. Penentuan kriteria pemilihan saham dalam Jakarta Islamic Index melibatkan pihak Dewan Pengawas Syariah PT. Danareksa Investment Management. Saham-saham yang masuk dalam Indeks Syariah adalah emiten yang kegiatan usahanya tidak bertentangan dengan syariah, seperti :

- a. Usaha perjudian dan permainan yang tergolong judi atau perdagangan yang dilarang.
- b. Usaha lembaga keuangan konvensional (ribawi) termasuk perbankan dan asuransi konvensional.
- c. Usaha yang memproduksi, mendistribusi serta memperdagangkan makanan dan minuman yang tergolong haram.
- d. Usaha yang memproduksi, mendistribusi dan/atau menyediakan barang-barang ataupun jasa yang merusak moral dan bersifat mudarat.

Selain kriteria di atas, dalam proses pemilihan saham yang masuk JII Bursa Efek Jakarta melakukan tahap-tahap pemilihan yang juga mempertimbangkan aspek likuiditas dan kondisi keuangan emiten, yaitu :

- a. Memilih kumpulan saham dengan jenis usaha utama yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan sudah tercatat lebih dari tiga bulan (kecuali termasuk dalam 10 kapitalisasi besar).
- b. Memilih saham berdasarkan laporan keuangan tahunan atau tengah tahun terakhir yang memiliki rasio kewajiban terhadap asset maksimal sebesar 90%.
- c. Memilih 60 saham dari susunan saham di atas berdasarkan urutan rata-rata kapitalisasi pasar (*market capitalization*) terbesar selama satu tahun terakhir.
- d. Memilih 30 saham dengan urutan berdasarkan tingkat likuiditas rata-rata nilai perdagangan regular selama satu tahun terakhir.

Jadi, pengkajian ulang akan dilakukan enam bulan sekali dengan penentuan komponen indeks pada awal bulan Januari dan Juli setiap tahunnya. Sedangkan perubahan pada jenis usaha emiten akan diawasi

secara terus-menerus berdasarkan data-data publik yang tersedia. (Darmadji, Fakhruddin, 2012: 185-186)

3.4 Landasan Hukum Syariah

1. Al-Quran

Dalam melakukan berbagai strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan transaksi saham pasti diharapkan investasi dari nasabah juga ikut meningkat. Dimana transaksi atau penanaman modal yang dilakukan nasabah diharapkan akan memperoleh keuntungan dimasa yang akan datang. Sebagaimana yang tercantum dalam Q.S Lukman: 34 berikut ini :



إِنَّ اللَّهَ عِنْدَهُ عِلْمُ السَّاعَةِ وَيُنزِلُ الْغَيْثَ وَيَعْلَمُ مَا فِي الْأَرْحَامِ وَمَا تَدْرِي نَفْسٌ مَّاذَا تَكْسِبُ غَدًا وَمَا تَدْرِي نَفْسٌ بِأَيِّ أَرْضٍ تَمُوتُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya: *“Sesungguhnya Allah, hanya pada sisi-Nya sajalah pengetahuan tentang hari Kiamat; dan Dia-lah yang menurunkan hujan, dan mengetahui apa yang ada dalam rahim. dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui (dengan pasti) apa yang akan diusahakannya besok dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui di bumi mana Dia*

akan mati. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengetal.”

Maksudnya manusia itu tidak dapat mengetahui dengan pasti apa yang akan diusahakannya besok atau yang akan diperolehnya, namun demikian mereka diwajibkan berusaha. Dalam berinvestasi nasabah harus benar-benar mempertimbangkan dan memperhitungkan perusahaan mana yang akan dia investasikan agar memperoleh keuntungan dimasa yang akan datang.

Di dalam Islam, bukanlah suatu larangan bila seorang hamba mempunyai rencana atau keinginan untuk berhasil dalam usahanya. Namun dengan syarat, rencana itu tidak bertentangan dengan ajaran (syariat) Islam. Sesuai dengan firman Allah SWT.

Dalam surat an-Najm ayat 24:

أَمْ لِلْإِنْسَانِ مَا تَمَنَّى

Artinya: *“atau apakah manusia akan mendapat segala yang dicita-citakannya?”*

Apabila ayat diatas dikaitkan dengan strategi pemasaran, yaitu suatu interaksi yang tujuannya berusaha untuk menciptakan atau mencapai suatu keberhasilan dalam melakukan pemasaran, usaha yang dilakukan tersebut belum diketahui bagaimana hasil kedepannya, segala sesuatu yang telah kita rencanakan, berhasil atau tidaknya hal tersebut sudah menjadi ketentuan dari Allah SWT. Dalam pelaksanaan strategi pemasaran dalam Islam haruslah konsisten dengan jiwa Islam yang tidak

terlepas dari tuntunan al-Quran dan Hadits, juga sesuai dengan kode etik ekonomi Islam.

2. Hadist

Rasulullah SAW telah bersabda :

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ :
 الْحَرَاجُ بِالضَّمَانِ (رواه احمد وابو داود والترمذى والنسائى وحسنه
 الألبانى)

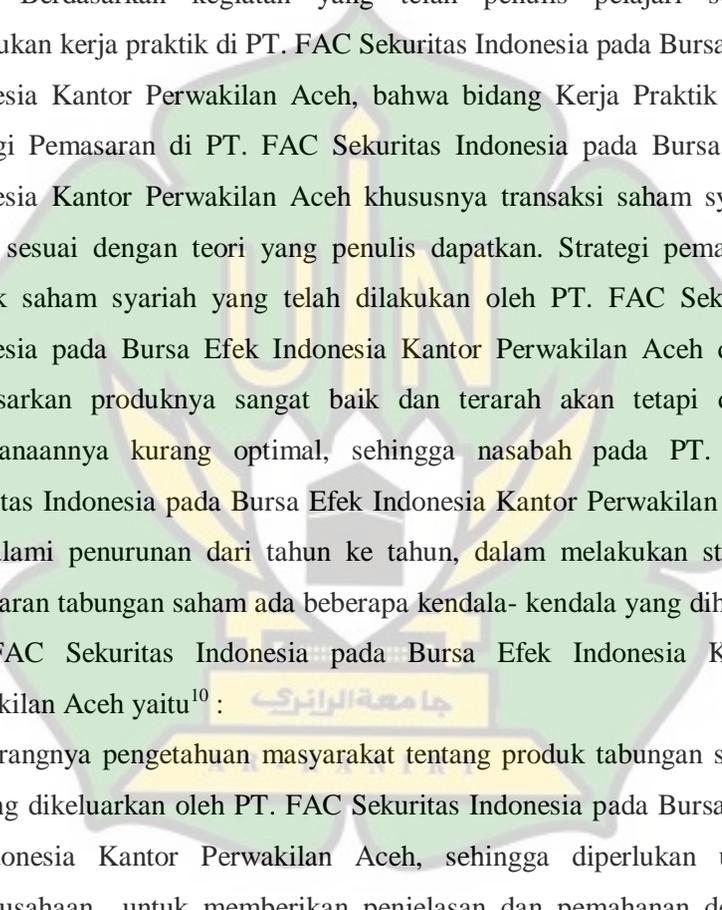
Dari sahabat 'Aisyah radhiallahu 'anha bahwa Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam berkata: “ keuntungan adalah imbalan atas kesiapan menanggung kerugian.” (Hr. Ahmad, Abu Daud, at-Tirmidzi, dan an-Nasai; oleh al-Albani dinyatakan sebagai hadist hasan).

Hadist diatas apabila dikaitkan dengan transaksi saham maksudnya adalah apabila seseorang melakukan transaksi, baik berupa investasi maupun trading haruslah siap dengan segala bentuk resiko maupun kerugiannya sebelum dia akan memperoleh keuntungan dari transaksi yang dia lakukan.

3.5 Evaluasi Kerja Praktik

Selama penulis mengikuti kerja praktik di PT. FAC Sekuritas Indonesia pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh, penulis banyak mendapat pengalaman baru tentang saham dan banyak kegiatan yang dapat penulis lakukan selama kerja praktik. Penulis membantu pegawai dalam mengerjakan tugasnya, seperti pelayanan, pemasaran dan komunikasi yang baik, dalam kegiatan pemasaran penulis sering

membantu karyawan dalam mendatangi instansi-instansi dari calon nasabah dan juga ikut serta dalam pelaksanaan Sekolah Pasar Modal Syariah (SPMS), maka dari itu banyak pengetahuan yang baru penulis dapatkan ketika melaksanakan kerja praktik.

Berdasarkan kegiatan yang telah penulis pelajari selama melakukan kerja praktik di PT. FAC Sekuritas Indonesia pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh, bahwa bidang Kerja Praktik yaitu Strategi Pemasaran di PT. FAC Sekuritas Indonesia pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh khususnya transaksi saham syariah sudah sesuai dengan teori yang penulis dapatkan. Strategi pemasaran produk saham syariah yang telah dilakukan oleh PT. FAC Sekuritas Indonesia pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh dalam memasarkan produknya sangat baik dan terarah akan tetapi dalam pelaksanaannya kurang optimal, sehingga nasabah pada PT. FAC Sekuritas Indonesia pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh mengalami penurunan dari tahun ke tahun, dalam melakukan strategi pemasaran tabungan saham ada beberapa kendala- kendala yang dihadapi PT. FAC Sekuritas Indonesia pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh yaitu¹⁰ : 

1. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang produk tabungan saham yang dikeluarkan oleh PT. FAC Sekuritas Indonesia pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh, sehingga diperlukan upaya perusahaan untuk memberikan penjelasan dan pemahanan dengan bahasa yang mudah dimengerti tentang produk tabungan saham yang digunakan PT. FAC Sekuritas Indonesia pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh.

¹⁰ Wawancara dengan Muhammad Napis *Branch Manajer* pada PT. First Asia Capital (FAC) Sekuritas Aceh, Tanggal 18 Juni 2019

2. Tidak difasilitasinya Rekening Dana Nasabah (RDN) Syariah sehingga nasabah merasa ragu untuk menabung sahamnya, karena ditakutkan transaksi yang akan dilakukan belum sepenuhnya syariah. selain itu juga karena ada beberapa perusahaan yang awalnya nasabah rutin melakukan transaksinya pada perusahaan tersebut kemudian perusahaan tersebut dikeluarkan dari daftar saham syariah maka hal tersebut akan membuat nasabah tidak lagi melakukan transaksinya pada perusahaan tersebut sehingga transaksi akan menurun.
3. Persaingan antar perusahaan sekuritas, Kota Banda Aceh merupakan wilayah yang luas dan padat dengan penduduk yang memiliki Sumber Daya Manusia (SDM) memadai, sehingga banyak berdiri perusahaan perusahaan sekuritas di kota ini, hal ini mengakibatkan terjadinya persaingan yang ketat antar perusahaan sekuritas dalam menarik antusias masyarakat disekitarnya. Maka cara yang dilakukan untuk bersaing dengan sehat adalah dengan melakukan pengenalan secara langsung kepada calon nasabah bahwa PT. FAC Sekuritas Indonesia pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh mempunyai karakteristik produk yang berbeda dengan perusahaan-perusahaan sekuritas yang berada disekitar kota Banda Aceh, seperti tata cara penyampaian produk kepada nasabah untuk meyakinkan nasabah terhadap produk yang ditawarkan.

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan kerja praktik yang telah penulis lakukan seperti yang dibahas dalam bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran yang digunakan PT. FAC Sekuritas Indonesia pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh dalam meningkatkan transaksi saham syariah ada lima strategi yaitu : Sosial Media, Partisipasi Pada Event Tertentu, Melaksanakan Sekolah Pasar Modal Syariah, Menjalin Hubungan Baik dengan Investor, Edukasi Investor. Strategi yang digunakan tersebut sudah sesuai dengan konsep pemasaran yaitu : *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (lokasi), *Promotion* (promosi), *People* (orang), *Physical evidence* (bukti fisik), *Process* (proses).
2. Kendala yang muncul pada transaksi saham syariah di PT. FAC Sekuritas Indonesia pada Bursa Efek Indoensia Kantor Perwakilan Aceh yaitu Kepercayaan masyarakat berkurang disebabkan saat melakukan pembukaan akun syariah, RDN (Rekening Dana Nasabah) yang difasilitasi oleh perusahaan masih belum syariah, sehingga masyarakat ragu, terdapat beberapa perusahaan yang dikeluarkan dari daftar saham syariah sehingga nasabah enggan untuk melakukan transaksi pada perusahaan tersebut, banyaknya beredar investasi bodong sehingga mempengaruhi masyarakat untuk tidak menginvestasikan dananya di perusahaan sekuritas, dan kesadaran berinvestasi dari masyarakat sendiri masih sangat kurang.

4.2 Saran

Berdasarkan pengamatan penulis selama melakukan kegiatan kerja praktik di PT. FAC Sekuritas Indonesia pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh maka penulis memberikan beberapa rekomendasi berikut :

1. Diharapkan PT. FAC Sekuritas Indonesia pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh lebih sering melakukan *investor gathering* dan memberikan motivasi kepada nasabah maupun calon nasabah agar lebih giat dalam melakukan transaksi saham syariah sehingga nasabah dapat memiliki tabungan untuk masa yang akan datang.
2. Diharapkan PT. FAC Sekuritas Indonesia pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh dalam melakukan pemasaran harus lebih optimal agar nasabah syariah semakin meningkat setiap tahunnya, sehingga transaksi saham syariah juga akan ikut meningkat.
3. Diharapkan PT. FAC Sekuritas Indonesia pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh segera memfasilitasi Rekening Dana Nasabah (RDN) Syariah untuk calon nasabah agar mereka tidak ragu lagi untuk membuka akun saham syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Al-quran dan Terjemahannya.

Abdalloh, Irwan. (2018). *Pasar Modal Syariah*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.

Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. (2012). *Bank dan Lembaga Keuangan*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Anoraga, Pandji. (2004). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.

Chatab, Nevizand. (2007). *Diagnostic Management*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta.

Darmadji, Tjiptono dan Hendy M. Fakhruddin. (2012). *Pasar Modal di Indonesia Pendekatan Tanya Jawab*. Jakarta : Salemba Empat.

Hadi, Nor. (2015). *Pasar Modal*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Hogan, Nicky. (2017). *Yuk Nabung Saham Selamat Datang Investor Indonesia*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.

<https://www.idx.co.id/idx-syariah/produk-syariah/>. Diakses pada tanggal 20 Mei 2019.

Huda, Nurul dan Mustafa Edwin Nasution. (2007). *Investasi pada Pasar Modal Syariah*. Jakarta : Predana Media Group.

Idri. (2015). *Hadis Ekonomi Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*. Jakarta : Prenadamedia Group.

Kasmir. (2004). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Kasmir. (2008). *Pemasaran Bank*. Jakarta : Predana Media Group.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Penerbit Erlangga.

- Manan, Abdul. (2012). *Hukum Ekonomi Syariah dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama (Pertama)*. Jakarta : Predana Media Group.
- Moechdie, Abi Hurairah dan Haryajid Ramelan. (2012). *Gerbang Pintar Pasar Modal*. PT Capital Bridge Advisory.
- Soemitra, Andi. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta : Predana Media Group.
- Sutedi, Andrian. (2013). *Pasar Modal Mengenal Nasabah sebagai Pencegahan Pencucian Uang*. Bandung : Alfabeta..
- www.facsekuritas.co.id/our-profile, diakses pada tanggal 15 April 2019.
- www.facsekuritas.co.id/our-vision, diakses pada tanggal 15 April 2019.



Lampiran 1



UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

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

Nomor : 2421/Un.08/FEB/PP.00.9/04/2019

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 :
- bahwa untuk kelancaran penulisan Laporan Kerja Praktik mahasiswa Program Studi D-III Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Laporan Kerja Praktik yang ditetapkan dengan surat keputusan Dekan;
 - 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 :
- 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 Banda Aceh No. 01 Tahun 2015, Tentang Pendelegasian Wewenang Kepada Para Dekan dan Direktur PPs UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Menetapkan
P e r t a m a :
- Menunjuk Saudara () :
- Inayattillah, MA, Ek
 - Yulindawati, SE, MM
- Sebagai Pembimbing I
Sebagai Pembimbing II
- untuk membimbing Laporan Kerja Praktik Mahasiswa (I) :
- N a m a : Nadiyah Khatami
- N I M : 160601054
- Prodi : D-III Perbankan Syariah
- J u d u l : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Transaksi Saham Syariah Di PT, FAC Sekuritas Pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh
- 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 : 03 Mei 2019

D e k a n,

Zaki Fuadi

Tambahan :

- Rektor UIN Ar-Raniry;
- Ketua Prodi D-III Perbankan Syariah;
- Dosen pembimbing yang bersangkutan
- Mahasiswa yang bersangkutan.

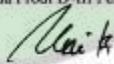
Lampiran 2

LEMBAR KONTROL BIMBINGAN

Nama/NIM :Nadiya Khatami/ 160601054
 Jurusan :Diploma III Perbankan Syariah
 Judul LKP :Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Transaksi Saham Syariah di PT. FAC Sekeritas pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh
 Tanggal SK : 03 Mei 2019
 Pembimbing I : Inaystillah, MA,Ek
 Pembimbing II : Yulindawati, SE.,MM

No	Tanggal Penyerahan	Tanggal Bimbingan	Bab yang Dibimbing	Catatan	Tanda Tangan Pembimbing
1.	26/6 - 2019	26/6 - 2019	Bab 1, 2, 3, 4	Perbaikan	
2	1/7 - 2019	1/7 - 2019	Bab 1, 2, 3, 4	Perbaikan	
3.	2/7 - 2019	2/7 - 2019	Bab 1, 2, 3, 4	ACC Pembimbing	

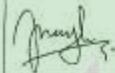
Mengetahui,
 Ketua Prodi D-III Perbankan Syariah,


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

Lampiran 3

LEMBAR KONTROL BIMBINGAN

Nama/NIM :Nadrya Khatami/ 160601054
 Jurusan :Diploma III Perbankan Syariah
 Judul LKP :Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Transaksi Saham Syariah di PT. FAC Sekuritas pada Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Aceh
 Tanggal SK : 03 Mei 2019
 Pembimbing I : Inayatillah, MA,Ek
 Pembimbing II : Yulindawati, SE,MM

No	Tanggal Penyerahan	Tanggal Bimbingan	Bab yang Dibimbing	Catatan	Tanda Tangan Pembimbing
1	2/7/2019	2/7/2019	1-10	Revisi	

Mengetahui,
 Ketua Prodi D-III Perbankan Syariah,


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

Lampiran 4



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Syaikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
 Situs : <http://febi.uin-ar-raniry.ac.id> | Email : febi.uin@ar-raniry.ac.id

FORMULIR PENILAIAN

1. MAHASISWA YANG DINILAI

NAMA : NADIYA KHATAMI
 NIM : 160601054

2. UNSUR PENILAIAN

NO	UNSUR YANG DINILAI	NILAI HURUF (NH)	NILAI ANGKA (NA)	KETERANGAN
1	Kepemimpinan (Leadership)	B	85	
2	Kerjasama (Cooperation)	A	90	
3	Pelayanan (Public Service)	B	80	
4	Penampilan (Performance)	A	90	
5	Ketelitian dan Kecematan (Incredible Detail)	B	85	
6	Tanggung Jawab (Responsibility)	B	85	
7	Kedisiplinan (Discipline)	A	90	
8	Pengetahuan Ekonomi Syariah (Islamic Economic Knowledge)	B	85	
Jumlah			675	
Rata-rata		A	84	

3. KRITERIA PENILAIAN

SKOR (% PENCAPAIAN)	NILAI	PREDIKAT	NILAI BOBOT
85-100	A	ISTIMEWA	4
72-85	B	BAIK SEKALI	3
60-71	C	BAIK	2
50-59	D	KURANG	1
0-49	E	GAGAL	0

Banda Aceh, 12 April 2019

Penilai,

NIM EDUKASI:



Muhammad Naps
 Kepala PT.FAC Aceh

Mengetahui,

Ketua Prodi D-III Perbankan Syariah
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Nur Hasnita S.Ag. M.Ag
 NIP. 197711052006042003