

LAPORAN KERJA PRAKTIK
STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI iB
PADA PT. BANK BRI SYARIAH KANTOR CABANG
BANDA ACEH



Disusun Oleh:

CUT HADHIRA
NIM. 160601032

PROGRAM 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 : Cut Hadhira
NIM : 160601032
Jurusan : D-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 manipulasi dan pemalsuan data.*
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 4 Juli 2019

Yang Menyatakan,



Cut Hadhira

LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR HASIL

LAPORAN KERJA PRAKTIK

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

Dengan Judul:

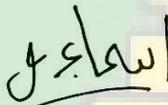
**Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji iB Pada PT.
Bank BRI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh**

Disusun Oleh:

Cut Hadhira
NIM. 160601031

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,



Ismail Rasyid Ridla Tarigan, MA
NIP. 198310282015031001

Pembimbing II,



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

Mengetahui

Ketua Prodi Diploma III Perbankan Syariah, 


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

LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Cut Hadhira
NIM. 160601031

Dengan Judul:

**Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji iB Pada PT. Bank
BRI Syariah Kantor Cabang Banda 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 : Kamis, 4 Juli 2019
1 Dzulkaidah 1440 H
Banda Aceh
Tim Penilai Seminar Hasil LKP

Ketua,



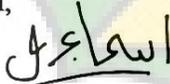
Dr. Nevi Hasnita, S.Ag.,M.Ag
NIP. 197711052006042003

Sekretaris.



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

Penguji I,



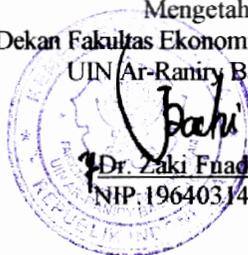
Ismail Rasyid Ridla Tarigan, MA
NIP. 198310282015031001

Penguji II,



Seri Murni, SE.,M.Si.,Ak
NIP. 197210112014112001

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



Dr. Zaki Fuad, M.Ag
NIP. 196403141992031003

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr, Wb.

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Laporan Kerja Praktik (LKP) yang sederhana ini. Tidak lupa pula shalawat berserta salam penulis junjungkan kepada Rasulullah 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 Produk Tabungan Haji iB pada PT. BRISyariah Kantor Cabang Banda Aceh”**. Penulis menyadari terdapat banyak kekurangan-kekurangan yang terdapat dalam penulisan laporan kerja praktik (LKP) ini.

Penulis menyadari bahwa selama dalam proses penulisan dan penyusunan hingga terselesainya laporan kerja praktik ini, penulis banyak mendapatkan bantuan yang sangat berharga dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

2. 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.
3. Muhammad Arifin, Ph.D selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Ismail Rasyid Ridla Tarigan, MA selaku dosen pembimbing I dan Jalilah, S.HI.,M.Ag selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu serta pikirannya dalam memberikan nasehat, pengarahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan laporan kerja praktik ini.
5. Abrar Amri, SE., S.Pd.I., M.S.I selaku dosen pembimbing akademik serta seluruh dosen dan staf akademik Program Studi Diploma III Perbankan Syariah yang selama ini telah membimbing, membagikan ilmu, dan pengalaman.
6. Firmansyah selaku pimpinan PT. BRISyariah Kantor Cabang Banda Aceh, dan Roni Ardiansyah selaku *Manager Operational* PT. BRISyariah Kantor Cabang Banda Aceh yang telah memberikan kesempatan dan arahan kepada penulis untuk melaksanakan kerja praktik pada PT. BRISyariah Kantor Cabang Banda Aceh.
7. Deddy Rifaldi selaku FRO, Sikenko Arie Fatra selaku *Brand Administration*, Kurniawan Rahmadhiansyah selaku *Branch Quality Assurance* serta seluruh karyawan PT. BRISyariah Kantor Cabang Banda Aceh yang telah banyak meluangkan waktu dan banyak memberi arahan beserta bimbingan selama penulis melakukan kerja praktik pada PT. BRISyariah Kantor Cabang Banda Aceh.

8. Ayahanda Syafruddin T. M. Ali dan Ibunda saya tercinta Dahliani S.Pd atas segala kasih sayang, pengorbanan, nasihat, kesabaran, dan doa serta telah mendidik penulis agar menjadi anak yang berbakti, peduli sesama, kejujuran dan bertanggung jawab. Tidak lupa pula kakak, abang serta adik tersayang Cut Husna A.Md, T. Abdul Charist dan T. Chadafi yang senantiasa memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam berbagai bentuk.
9. Kepada sahabat-sahabat tercinta penulis Cut Nurkhalisha Muli, Maulidia ulfah, Rosi Silvana, Maulidya Ramli, dan Cut Maisal Jannah yang selalu ada dalam setiap kondisi sulit dan bahagia penulis.
10. Dan kepada seluruh teman-teman di Program Studi Diploma III Perbankan Syariah angkatan 2016.

Terimakasih yang tak terhingga kepada nama-nama yang telah disebutkan di atas, semoga bantuan yang diberikan kepada penulis akan dibalas oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan pada Laporan Kerja Praktik (LKP) ini. Penulis mengharapkan adanya saran dan kritikan yang membangun untuk penyempurnaan Laporan Kerja Praktik (LKP) ini. Wassalamu'alaikum
Wr. Wb.

Banda Aceh, 21 Juni 2019
Penulis,

Cut Hadhira

RINGKASAN LAPORAN

Nama : Cut Hadhira
NIM : 160601032
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/DIII-Perbankan Syariah
Judul Laporan : Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji iB pada PT. BRISyariah Kantor Cabang Banda Aceh
Hari/Tanggal Sidang : Kamis/04 Juli 2019
Tebal LKP : 49 Halaman
Pembimbing I : Ismail Rasyid Ridla Tarigan, MA
PembimbingII : Jalilah, S.HI.,M.Ag

Penulis melakukan kerja praktik pada PT. BRISyariah Kantor Cabang Banda Aceh yang beralamat di jalan Daud Beureueh No.72-74 Lampriet Kota Banda Aceh selama 30 hari masa kerja. Beberapa tahun belakangan ini, produk Tabungan Haji mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Hal ini dikarenakan adanya beberapa strategi yang diterapkan oleh PT. BRISyariah KC. Banda Aceh. Tujuan penulisan Laporan Kerja Praktik (LKP) ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran produk Tabungan Haji pada PT. BRISyariah Kantor Cabang Banda Aceh. Salah satu produk yang ditawarkan PT. BRISyariah yaitu produk Tabungan Haji iB dengan menggunakan strategi seperti: *cross selling*, program-program *booster*, kerja sama dengan pihak ke-3 dan penawaran produk Tabungan Haji pada saat presentasi produk-produk lainnya seperti pembiayaan pada instansi-institusi lainnya. Strategi pemasaran produk Tabungan Haji iB yang digunakan PT.BRISyariah sudah baik, dapat dilihat pada tabel perkembangan nasabah haji yang meningkat setiap tahunnya. Selama melakukan kerja praktik, penulis menemukan beberapa kendala dalam pemasaran produk Tabungan Haji iB seperti persaingan antar bank, dan kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap Tabungan Haji yang ada pada PT. BRISyariah KC. Banda Aceh. Untuk meningkatkan progresivitas produk tabungan haji penulis menyarankan agar terus melakukan inovasi-inovasi dan terobosan baru pada produk Tabungan Haji serta dapat memberikan motivasi kepada nasabah PT. BRISyariah untuk lebih giat dalam menabung agar niat berangkat ke tanah suci sesuai target.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN HASIL SEMINAR.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN TRANSLITERASI.....	ix
RINGKASAN LAPORAN.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB SATU PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Laporan Kerja Praktik.....	4
1.3 Kegunaan Laporan Kerja Praktik.....	4
1.4 Sistematika Penulisan LKP.....	5
BAB DUA TINJAUAN LOKASI KERJA PRAKTIK.....	7
2.1 Sejarah Singkat PT. Bank BRI Syariah	7
2.2 Visi dan Misi PT. Bank BRI Syariah.....	9
2.3 Struktur Organisasi PT. Bank BRI Syariah....	10
2.4 Fitur dan Produk PT. Bank BRI Syariah	
kantor Cabang Banda Aceh.....	14
2.4.1 Penghimpunan Dana.....	14
2.4.2 Penyaluran Dana.....	17
2.4.3 Produk Jasa.....	19
2.4.4 Keadaan Personalia PT. Bank BRI	
Syariah Kantor Cabang Banda Aceh.....	20

BAB TIGA	HASIL KERJA PRAKTIK.....	24
	3.1 Kegiatan Kerja Praktik.....	24
	3.1.1 Bagian <i>Operational Manager</i>	24
	3.2 Bidang Kerja Praktik.....	25
	3.2.1 Prosedur produk Tabungan Haji iB pada PT. BRISyariah KC. Banda Aceh.....	26
	3.2.2 Keunggulan produk Tabungan Haji iB pada PT. BRISyariah KC. Banda Aceh.....	27
	3.2.3 Strategi Pemasaran produk Tabungan Haji iB pada PT. BRISyariah KC. Banda Aceh.....	28
	3.3 Teori Yang Berkaitan.....	31
	3.3.1 Definisi Pemasaran.....	31
	3.3.2 Landasan Pemasaran Dalam Islam.....	32
	3.3.3 Pemasaran Dalam Islam.....	34
	3.3.4 Strategi Pemasaran Bank.....	36
	3.4 Evaluasi Kerja Praktik.....	38
BAB EMPAT	PENUTUP.....	40
	4.1 Kesimpulan.....	40
	4.2 Saran.....	40
DAFTAR PUSTAKA.....		42
LAMPIRAN.....		44

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Jumlah Nasabah yang membuka Tabungan Haji iB.....	3
Tabel 2.1 : Karakteristik Karyawan berdasarkan posisi kerja.....	21
Tabel 2.2 : Karakteristik karyawan berdasarkan jenis kelamin.....	23
Tabel 2.3 : Karakteristik Karyawan berdasarkan jenjang pendidikan..	23



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : SK Bimbingan

Lampiran 2 : Daftar Nilai Kerja Praktik

Lampiran 3 : Lembar Kontrol Bimbingan

Lampiran 5 : Struktur Organisasi PT. BRI Syariah KC.
Banda Aceh



BAB SATU PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai umat muslim tentunya setiap individu memiliki keinginan untuk melaksanakan ibadah haji sebagai penyempurna ibadahnya. Di antara lima pilar rukun Islam, menunaikan ibadah haji merupakan ibadah yang menempati posisi paling sulit dalam tingkat keikhlasan, karena dalam pelaksanaannya tidak sekedar meminta pengorbanan fisik, melainkan juga materi. Oleh karena itu, tidak semua orang Islam sanggup menunaikan ibadah haji. Kecuali bagi mereka yang mampu dan sanggup menunaikannya baik secara materi maupun bekal kemantapan hati.

Haji adalah ibadah yang wajib dikerjakan oleh orang yang beragama Islam yang mampu sekali seumur hidup. Kalau sesudah itu dikerjakan lagi, maka menjadi ibadah sunnah (Ritonga, 2003:5). Ibadah haji sangat diminati oleh umat muslim, meski biaya haji tergolong mahal dan masa tunggu keberangkatan yang relatif lama antara 10-25 tahun tetapi antusias masyarakat muslim untuk dapat berkunjung ke Baitullah sangat tinggi. Melihat semakin tingginya animo masyarakat dari tahun ke tahun untuk menjalankan rukun Islam yang ke lima yaitu menunaikan ibadah haji, dimana masyarakat membutuhkan sarana untuk memenuhi persyaratan dan ketentuan yang telah ditentukan oleh pemerintah. Hal ini yang menjadi salah satu peluang bagi BRISyariah KC. Banda Aceh untuk mengeluarkan produk tabungan haji.

Tabungan haji merupakan salah satu solusi yang dapat diberikan kepada masyarakat dalam merencanakan dan mempersiapkan dana keberangkatan haji. Produk perbankan ini akan membantu nasabah untuk

mencapai target dana yang telah ditetapkan oleh pemerintah dalam rangka memperoleh porsi keberangkatan.¹

Secara komprehensif, Tabungan Haji merupakan tabungan yang diperuntukkan bagi perorangan guna mempersiapkan Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH). Bagi nasabah yang mempunyai saldo dalam batas minimal yang ditentukan, dapat didaftarkan untuk mendapatkan nomor porsi (*booking seat*) melalui Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) sesuai tahun keberangkatan haji yang diinginkan nasabah atau sesuai tahun keberangkatan haji yang tersedia di Departemen Agama Republik Indonesia (Pedoman Pelaksanaan Operasi Tabungan Haji iB BRISyariah No 01.11, 2009:2).

Disamping adanya layanan SISKOHAT (sistem komputerisasi haji terpadu) di PT. BRISyariah KC. Banda Aceh juga memberikan layanan *one stop service* kepada nasabah sejak mempersiapkan dana sampai dengan jasa pengurusan (pendaftaran porsi dan pelunasan setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji-BPIH) kebutuhan nasabah untuk menunaikan ibadah hajinya (Petunjuk Pelaksanaan Tabungan Haji iB No 1.0, 2009:1/5).

PT. BRISyariah KC. Banda Aceh tidak hanya menawarkan produk Tabungan Haji iB dewasa tetapi juga menawarkan produk terbaru yaitu Produk Tabungan Haji Anak. bank ini Menerapkan beberapa strategi dalam mempromosikan Tabungan Haji, seperti bekerja sama dengan pihak 3, mensosialisasikan ke sekolah-sekolah Islam, menawarkan kepada nasabah tabungan BRIS, dan beberapa penawaran strategi lainnya. Dengan beberapa strategi tersebut PT. BRISyariah KC. Banda

¹Wawancara dengan bapak Roni Ardiansyah selaku *Operational Manager* Karyawan PT. BRISyariah KC. Banda Aceh pada tanggal 08 April 2019.

Aceh berharap sudah dapat mempromosikan produk Tabungan Haji dengan baik dan tepat.

Disamping beberapa strategi di atas PT. BRISyariah juga terus menginovasi produknya agar ke depan bisa mengeluarkan trobosan-trobosan terbaru. PT. BRISyariah KC. Banda Aceh tidak lupa juga menerapkan unsur 4P yaitu Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*), ke empat unsur pengembangan produk tersebut menjadi pertimbangan yang cukup signifikan bagi perusahaan dalam mengembangkan produknya.

Beberapa tahun belakangan ini, produk Tabungan Haji sangat diminati oleh masyarakat. Hal ini dibuktikan dari tabel perkembangan jumlah nasabah pada PT. BRISyariah KC. Banda Aceh yang meningkat setiap tahunnya. Dapat kita lihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah yang membuka Tabungan Haji iB

Tahun	Bulan	Total Jumlah Nasabah
2017	Januari – Desember	515
2018	Januari – Desember	3.243
2019	Januari – April	1.136

Sumber: Data internal PT. BRISyariah KC. Banda Aceh (2019)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa strategi yang diterapkan PT. BRISyariah KC. Banda Aceh berjalan dengan baik. Dapat dilihat dari jumlah nasabah yang setiap tahunnya terus meningkat sangat signifikan dari 515 (2017), 3.243 (2018), hingga April tahun 2019 jumlah nasabah mencapai angka 1.136 hanya dalam waktu 4 bulan saja dan ini

diperkirakan akan terus meningkat hingga akhir tahun 2019.² Hal ini tentunya tidak terlepas dari strategi pemasaran yang telah diterapkan pada PT. BRISyariah KC. Banda Aceh.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mempelajari dan melaporkan tentang salah satu produk yakni Produk Tabungan Haji iB. Oleh karena itu Penulis mengambil judul tentang **“Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji iB pada PT. BRISyariah Kantor Cabang Banda Aceh”**.

1.2 Tujuan Laporan Kerja Praktik

Adapun tujuan dari Kerja Praktik yang penulis lakukan adalah :

1. Untuk mengetahui keunggulan produk Tabungan Haji iB pada PT. BRISyariah KC. Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk Tabungan Haji iB pada PT. BRISyariah KC. Banda Aceh.

1.3 Kegunaan Laporan Kerja Praktik

Hasil dari laporan kerja praktik ini berguna untuk :

1. Khasanah Ilmu Pengetahuan

Hasil laporan kerja ini di harapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam peningkatan wawasan keilmuan bagi mahasiswa UIN Ar-Raniry khususnya mahasiswa D-III Perbankan Syariah mengenai keunggulan dan strategi pemasaran produk Tabungan Haji iB pada PT. BRISyariah KC. Banda Aceh.

²Wawancara dengan bapak Roni Ardiansyah selaku (*Operational Manager*) Karyawan PT. BRISyariah KC. Banda Aceh pada tanggal 08 April 2018

2. Masyarakat

Laporan Kerja Praktik ini memberikan informasi bagi masyarakat dan pihak lainnya untuk lebih mengetahui tentang bagaimana keunggulan dan strategi pemasaran produk Tabungan Haji iB pada PT. BRISyariah KC. Banda Aceh.

3. Instansi Tempat Kerja Praktik

Laporan Kerja Praktik ini dapat menjadi acuan untuk pengembangan produk dan juga memberi masukan yang konstruktif bagi pihak PT. BRISyariah KC. Banda Aceh.

4. Penulis

Hasil laporan Kerja Praktik ini bagi penulis berguna untuk memahami dan menambah pengetahuan mengenai kerja nyata yang ada di dunia perbankan serta menambah pengetahuan tentang keunggulan dan strategi pemasaran produk Tabungan Haji iB pada PT. BRISyariah KC. Banda Aceh.

1.4 Sistematika penulisan Laporan Kerja Praktik

Sistematika penulisan laporan ini bertujuan untuk menjadikan pembahasan Laporan Kerja Praktik menjadi lebih terarah dan terstruktur maka sistematika pembahasan disusun kedalam empat bab yang saling berkaitan dan mendukung satu sama lain, sebagai berikut:

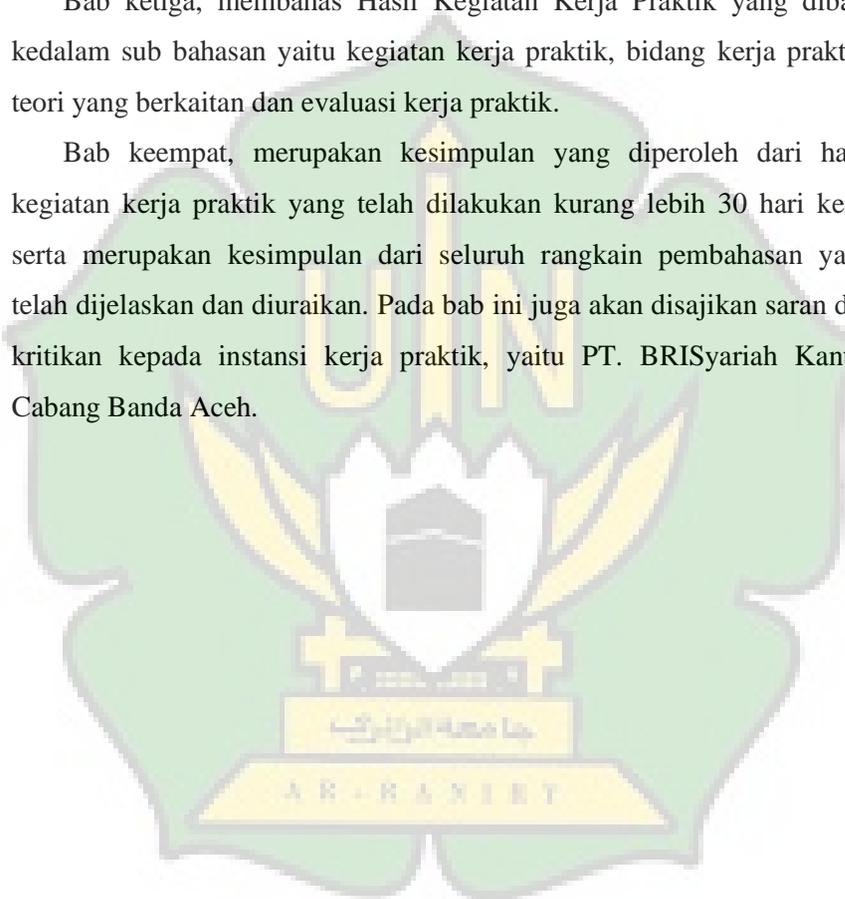
Bab pertama, merupakan bab pendahuluan sebagai pengantar secara garis besar mengenai Laporan Kerja Praktik ini, dimulai dari latar belakang, tujuan Laporan Kerja Praktik, kegunaan Laporan Kerja Praktik dan sistematika penulisan Laporan Kerja Praktik.

Bab kedua, membahas tinjauan lokasi Kerja Praktik, yang akan dibagi dalam sub bahasan yaitu sejarah singkat PT. BRISyariah, visi dan

misi PT. BRISyariah, struktur oraganisasi PT. BRISyariah Kantor Cabang Banda Aceh, fitur dan produk PT. BRISyariah Kantor Cabang Banda Aceh, keadaan personalia PT. BRISyariah Kantor Cabang Banda Aceh.

Bab ketiga, membahas Hasil Kegiatan Kerja Praktik yang dibagi kedalam sub bahasan yaitu kegiatan kerja praktik, bidang kerja praktik, teori yang berkaitan dan evaluasi kerja praktik.

Bab keempat, merupakan kesimpulan yang diperoleh dari hasil kegiatan kerja praktik yang telah dilakukan kurang lebih 30 hari kerja serta merupakan kesimpulan dari seluruh rangkain pembahasan yang telah dijelaskan dan diuraikan. Pada bab ini juga akan disajikan saran dan kritikan kepada instansi kerja praktik, yaitu PT. BRISyariah Kantor Cabang Banda Aceh.



BAB DUA

TINJAUAN LOKASI KERJA PRAKTIK

2.1 Sejarah Singkat PT. BRISyariah

Bermula dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero),Tbk. terhadap Bank Jasa Arta pada tanggal 19 Desember 2007 dan berdasarkan izin Bank Indonesia tanggal 16 November 2008 melalui surat No. 10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. BRISyariah secara resmi beroperasi. Posisi PT. BRISyariah semakin kokoh ketika pada tanggal 19 November 2008 ditandatangani akta pemisahan (*spin off*) Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia dari PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. dan kemudian melebur ke dalam PT. BRISyariah berlaku efektif tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan akta dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero),Tbk. dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT. Bank BRISyariah. Saham PT. BRISyariah dimiliki oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero),Tbk.³

Mencanangkan visi untuk menjadi bank ritel modern, PT. BRISyariah melakukan berbagai strategi pengembangan dan penjualan produk-produk inovatif sesuai kebutuhan nasabah. Kantor cabang yang representatif dibuka di berbagai kota besar dan strategis diseluruh Indonesia demi memberikan layanan yang mudah dijangkau nasabah. Logo PT. BRISyariah dengan pendar cahaya yang benar-benar menjadi acuan perusahaan dalam mengembangkan usahanya sehingga PT. BRISyariah menjadi bank yang dituju karena dapat memenuhi berbagai kebutuhan nasabah.

³Wawancara dengan Ibu Eka Susanti (*General Affair*) Karyawan PT. BRISyariah KC Banda Aceh pada Tanggal 18 April 2019.

Mulai tahun 2010 PT. BRISyariah berhasil mendudukkan diri sebagai bank syariah ketiga terbesar dari sisi aset di Indonesia. Karim *consulting* Indonesia memberikan penghargaan *Islamic Finance Award* kepada PT. BRISyariah sebagai *The 3rd Rank The Most Expansive Islamic Bank*. Dalam tahun 2012, museum Rekor Dunia-Indonesia memberikan 2 penghargaan yaitu sebagai Bank Syariah pertama yang memiliki layanan *Mobile Banking* di 4 toko *Online* dan sebagai *Philantrophy* Pertama di Indonesia yang menggunakan ATM dalam penyaluran kepada binaan. Penghargaan lain di berikan oleh Majalah SWA yaitu penghargaan *Indonesia Original Brands 2012* untuk kategori produk bank syariah dan *Inventure Award 2013* sebagai *The Indonesia Middle Class Brand Champion 2013* untuk kategori Tabungan Haji. Berbagai penghargaan diperhitungkan dalam kancah perbankan nasional syariah.

Secara konsisten PT. BRISyariah terus mengembangkan berbagai strategi dan inisiatif untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha perusahaan. Salah satunya adalah membangun kerjasama strategis dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero),Tbk. dalam bentuk memanfaatkan jaringan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero),Tbk. untuk membangun kantor layanan syariah perusahaan yang berfokus pada tahun 2013, PT. BRISyariah merintis usaha dalam upaya meningkatkan status bank sebagai bank devisa untuk direalisasikan pada tahun 2014 izin Bank Indonesia No. 15/2272/Dpbs.

PT. BRISyariah Kantor Cabang Banda Aceh merupakan Kantor Cabang yang ke-12 didirikan di Indonesia. Kantor cabang BRISyariah diresmikan pada tanggal 1 April 2004 yang beralamat di Komplek Pertokoan Pante Pirak Jalan H. Dimurtala No. 6-7 Banda Aceh. Namun

setelah terjadinya gempa dan gelombang tsunami pada tanggal 26 Desember 2004, kantor cabang BRISyariah pindah ke Jalan Sultan Alaidin Mahmudsyah No. 4-5 Kota Banda Aceh dan sekarang Bank BRISyariah telah memiliki gedung sendiri yang diresmikan pada tanggal 9 Agustus 2016 yang beralamat di Jalan Daud Beureueh No. 72-74 Lampriet Kota Banda Aceh. PT. BRISyariah Kantor Cabang Banda Aceh memiliki 2 kantor cabang pembantu yaitu BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Lhokseumawe dan BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Meulaboh serta memiliki 3 Unit Mikro yaitu Unit Usaha Mikro Syariah Lambaro, Unit Usaha Mikro Syariah Banda Aceh dan Unit Usaha Mikro Syariah Bireun.

2.2 Visi Dan Misi PT. BRISyariah

Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

Misi

1. Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
2. Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
3. Menyediakan aktif ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.
4. Memungkinkan individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketentraman pikiran.

2.3 Struktur Organisasi PT. BRISyariah

PT. BRISyariah adalah sebuah perusahaan yang memiliki struktur organisasi dengan tujuan untuk mengatur pembagian tugas secara jelas dari masing-masing bagian kerja, sehingga akan adanya batasan antara wewenang dan tanggung jawab satu bagian dengan bagian yang lain agar tidak terjadi tumpang tindih. Dengan adanya struktur organisasi maka para pekerja akan dapat mengetahui apa yang menjadi tugas dan kewajibannya, kepada siapa tugas dan tanggung jawab tersebut diserahkan dan dipertanggung jawabkan.

PT. BRISyariah Kantor Cabang Banda Aceh mempunyai struktur organisasi garis lurus, maksudnya yaitu pada setiap tingkat atau level organisasi dikepalai oleh seorang atasan yang membawahi beberapa orang karyawan, maka pertanggungjawaban akan dilakukan mulai dari tingkat yang paling rendah sampai tingkat paling tinggi.

Adapun tugas dan wewenang bagian masing-masing adalah sebagai berikut:

1. Pimpinan cabang yaitu orang yang menjabat sebagai ketua pimpinan. Adapun tugas dan wewenangnya adalah mengarahkan dan mengkoordinasikan rencana kerja anggaran di kantor cabang/kantor cabang pembantu/kantor kas, serta memantau dan mengevaluasi pelaksanaannya, serta mengkoordinasikan pelaporannya untuk memastikan kesesuaian pelaksanaan dengan rencana anggaran yang ditetapkan.
2. *Operational Manager* yang mempunyai tugas melakukan persetujuan/otorisasi transaksi sesuai dengan kewenangan yang diberikan dan prosedur yang berlaku di BRISyariah serta mengkoordinir persiapan sarana dan prasarana yang dibutuhkan

untuk pelaksanaan operasional kantor cabang. Manajer operasional juga dibantu oleh:

- a. *Branch Operational Supervisor*, yang bertugas melakukan persetujuan/otoritas transaksi sesuai dengan kewenangan yang diberikan dan prosedur yang berlaku di BRISyariah.
 - b. Teller, yang bertugas melaksanakan dan bertanggung jawab atas transaksi operasional tunai dan nontunai yang prosesnya berdasarkan intruksi nasabah dan kebijakan serta aturan yang ditetapkan.
 - c. *Customer Service*, bertugas melayani nasabah memberikan informasi produk dan layanan serta melaksanakan transaksi operasional sesuai dengan kewenangannya, berdasarkan intruksi nasabah dan kebijakan serta aturan yang telah ditetapkan.
 - d. *Operation Support*, tugasnya memproses operasi pencairan dan pelunasan pembiayaan serta pembayaran angsuran yang dilakukan nasabah secara tepat waktu dan konsisten.
 - e. *Back Office*/kliring, tugasnya sebagai narasumber dalam layanan operasi kliring dan transfer baik untuk internal bank maupun dengan jaringan bank eksternal lainnya.
 - f. *General Affair*, tugasnya yaitu mengelola Sumber Daya Manusia (SDM), rekanan dan bagian umum yaitu mengenai data karyawan kantor cabang, mengatur rumah tangga dan kantor cabang dan mengelola Alat Tulis Kantor (ATK).
3. *Marketing Manager*, bertugas membantu Pimpinan Cabang dalam mempersiapkan Rencana Kerja Anggaran dalam rangka

mencapai target bisnis atas segmen yang dikelolanya. *Marketing Manager* dibantu oleh:

- a. *Account Officer*, bertugas menyusun rencana dan melaksanakan kegiatan pemasaran serta prakarsa pembiayaan sesuai ketentuan yang berlaku dan sesuai kewenangan bidang tugasnya agar target ekspansi pembiayaan tercapai.
 - b. *Relationship Officer*, bertugas mengkoordinasikan, melaksanakan, memantau, membina dan mengevaluasi kegiatan implementasi Kantor Layanan Syariah (KLS). Serta mendukung operasional dan aktivitas bisnis KLS yang menjadi binaannya untuk menjamin kelancaran operasional KLS dan pencapaian target yang telah ditetapkan.
 - c. *Funding Officer*, bertugas merealisasi pelaksanaan penagihan sesuai target yang telah ditetapkan.
4. *Micro Marketing Manager*, mempunyai tugas atas *performance* keuntungan Unit Mikro Syariah (UMS) dengan tujuan meningkatkan laba perusahaan dan mengelola seluruh *Staff Area* dan UMS dalam mendukung kegiatan bisnis UMS. *Micro Marketing Manager* dibantu oleh:
- Unit Head*, bertugas dan bertanggung jawab atas *performance* keuntungan UMS dengan tujuan meningkatkan laba perusahaan serta mengelola seluruh staf UMS dengan tujuan tercapainya *sustainable growth*.
- a. *Accounting Manager Micro*, bertugas melakukan proses pemasaran produk mikro BRISyariah kepada calon nasabah di sekitar komunitasnya serta radius yang disetujui antara lain di pasar dan lingkungan pasar.

5. *Financing Support Manager*, bertugas untuk memastikan seluruh kegiatan yang berlaku yang berkaitan dengan aspek *Financing Support* telah sesuai dengan standar kebijakan dan prosedur yang berlaku serta melakukan pengawasan dokumentasi dan kualitas pembiayaan yang diberikan. *Financing Support Manager* dibantu oleh:

- a. *Appraisal & Investigation*, bertugas melakukan penilaian-penilaian jaminan dan *trade checking*.
- b. *Legal Officer*, bertugas mengontrol, mengatur dan mematuhi batas-batas hak dan kewajiban antara nasabah sebagai pengguna produk perbankan dan pihak bank itu sendiri.
- c. *Financing Administration*, bertugas melakukan pencairan pembiayaan, pelaporan asuransi, mengelola izin atau dokumen yang sudah jatuh tempo dan memverifikasi data administrasi *Costumer* bank dan produk perbankan.

Reporting Custody, bertugas melakukan pengolahan data dan membuat laporan pembiayaan untuk kebutuhan internal maupun eksternal sesuai dengan standar/ketentuan yang berlaku.

- d. *Area support*, bertugas melakukan *financing analysis* dan penilaian jaminan sesuai kebijakan perusahaan.
 - e. *Collection Supervisor*, bertugas melakukan *monitoring* terhadap fasilitas pembiayaan bermasalah serta melakukan *recovery* atas pembiayaan yang telah ekstrakontabel, Aktiva Yang Diambil Alih (AYDA) dan pembiayaan intrakontabel yang *nonperforming*.
6. *Branch Quality Assurance*, bertugas sebagai pemeriksa kantor cabang dan kantor cabang pembantu dibawah supervisinya.

Bagian ini tidak bertanggung jawab pada pimpinan cabang melainkan bertanggung jawab langsung kepada kantor pusat.

7. Bagian keamanan dan kebersihan:
 - a. *Driver*, bertugas dalam transportasi, mengantar dan menjemput pimpinan atau karyawan ketika diperlukan dan memelihara kendaraan bermotor.
 - b. *Security*, bertugas menjaga keamanan kantor, membantu setiap nasabah yang keluar masuk kantor serta selalu siap menghadapi situasi yang terjadi.
 - c. *Office Boy*, bertugas menjaga kebersihan kantor untuk kenyamanan karyawan dan nasabah serta membantu karyawan lain ketika dibutuhkan.

2.4 Fitur dan Produk PT. BRISyariah Kantor Cabang Banda Aceh

Adapun fitur dan produk dari PT. BRISyariah Kantor Cabang Banda Aceh sebagai berikut:

2.4.1 Penghimpunan Dana

Adapun produk penghimpunan dana pada PT. BRISyariah terdiri dari:

1. Tabungan BRISyariah

Tabungan merupakan simpanan yang paling populer dikalangan masyarakat umum. Dari sejak kecil kita sudah diajarkan untuk menabung. Pada awalnya menabung masih cara sederhana, seperti menyimpan uang di celengan dan disimpan di rumah. Namun resiko menyimpan uang di rumah begitu besar seperti resiko kehilangan atau kerusakan lainnya. Dalam hal ini PT. BRISyariah Kantor

Cabang Banda Aceh menyediakan empat jenis produk tabungan yang ditawarkan kepada calon nasabah, yaitu:

a. Tabungan Faedah BRISyariah iB

Tabungan Faedah BRISyariah iB merupakan tabungan perorangan yang menggunakan akad *wadi'ah yad dhamanah* atau titipan, dipersembahkan untuk individu yang menginginkan kemudahan dalam transaksi keuangan. Manfaatnya memberi ketenangan serta kenyamanan yang penuh nilai kebaikan serta lebih berkah karena pengelolaan dana sesuai prinsip syariah.

b. Tabungan Haji BRISyariah iB

Tabungan Haji BRISyariah iB merupakan tabungan yang diperuntukkan bagi nasabah yang telah merencanakan menunaikan ibadah haji. Produk ini sama dengan produk Tabungan Faedah, namun penarikannya hanya dapat digunakan untuk perjalanan haji. Manfaatnya memberi ketenangan, kenyamanan serta keberkahan dalam penyempurnaan ibadah karena pengelolaannya sesuai syariah.

c. Tabungan Haji Anak BRISyariah iB

Tabungan Haji Anak BRISyariah iB merupakan tabungan yang diperuntukkan bagi anak-anak/remaja dibawah usia 17 tahun. Produk ini diluncurkan karena mengingat masa tunggu keberangkatan haji yang terlalu lama bisa berkisar 10-20 tahun. Produk ini sama dengan produk Tabungan Haji orang dewasa, yang penarikannya hanya dapat digunakan untuk perjalanan haji. Manfaatnya memberi ketenangan, kenyamanan serta keberkahan dalam penyempurnaan ibadah karena pengelolaannya sesuai syariah.

d. Tabungan Impian BRISyariah iB

Tabungan Impian BRISyariah iB merupakan tabungan berjangka dari BRISyariah dengan prinsip bagi hasil mudarabah *muthlaqah* yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabah dengan terencana memakai *auto debet* setoran rutin bulanan. Manfaatnya memberikan ketenangan serta kenyamanan yang penuh nilai kebaikan serta lebih berkah karena pengelolaannya sesuai prinsip syariah serta dilindungi asuransi.

e. Tabungan SimPel BRISyariah iB

Tabungan Simpanan Pelajar/SimPel iB merupakan tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank Indonesia dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Akad yang digunakan pada Tabungan SimPel ini adalah *wadi'ah* atau titipan.

2. Giro BRISyariah iB

Simpanan Giro merupakan simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat menggunakan cek, *bilyet giro*, dan sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan. Giro BRISyariah iB adalah produk simpanan dari BRISyariah bagi nasabah perorangan maupun perusahaan untuk memudahkan transaksi keuangan sehari-hari dimana penarikan dana menggunakan cek dan *bilyet giro*.

3. Deposito BRISyariah iB

Deposito adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpanan dengan bank.

2.4.2 Penyaluran Dana

Dalam menyalurkan dana kepada nasabah BRISyariah memiliki tiga produk yang terdiri dari:

1. Pembiayaan *Small Medium Enterprise* (SME) dan *Linkage*

a. Pembiayaan Beragunan Tunai

Pembiayaan Beragunan Tunai adalah fasilitas pembiayaan yang dijamin penuh dengan agunan tunai. Agunan yang diperkenankan untuk saat ini hanya berupa deposito BRISyariah. Pembiayaan harus memenuhi unsur kepatuhan pada ketentuan syariah yang berlaku. Jenis penggunaan pembiayaan ini dibagi 2 yaitu modal kerja dan investasi.

b. Pembiayaan Kepemilikan Kendaraan Usaha

Pembiayaan Kepemilikan Kendaraan Usaha adalah pembiayaan yang diberikan kepada nasabah untuk pembelian kendaraan roda empat atau lebih (kendaraan penumpang atau komersial) yang digunakan untuk sarana pendukung usaha (untuk operasional/perusahaan), dalam hal ini tidak termasuk alat berat atau usaha transportasi yang akan diatur dalam ketentuan tersendiri. Akad yang digunakan dalam pembiayaan ini adalah akad murabahah.

c. Pembiayaan Usaha Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU)

Pembiayaan Usaha SPBU adalah fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada pengusaha SPBU baik untuk memenuhi kebutuhan modal kerja (pembelian BBM) maupun kebutuhan

investasi (pembelian SPBU, pembangunan SPBU baru, maupun renovasi SPBU).

2. Pembiayaan Mikro

Saat ini, bisnis mikro fokus pada aspek pembiayaan produktif. Pembiayaan ini disalurkan ke pengusaha-pengusaha mikro di pasar-pasar tradisional yang sebagian besar adalah pedagang sembako, pakaian serta barang dagangan lainnya. BRISyariah mempunyai 4 jenis pembiayaan mikro yang masing-masing dalam jumlah dana yang berbeda yakni Mikro 25 iB, Mikro 75 iB dan Mikro 500 iB serta Kredit Usaha Rakyat (KUR) Mikro iB.

3. Pembiayaan Konsumer

Pembiayaan Konsumer adalah kegiatan pembiayaan yang ditawarkan oleh BRISyariah untuk memenuhi kebutuhan konsumen atau nasabah dengan pembayaran secara angsuran. Adapun produk pembiayaan konsumer yang di tawarkan oleh BRISyariah yaitu:

a. Pembiayaan Kepemilikan Rumah BRISyariah iB

Produk pembiayaan kepemilikan rumah kepada perorangan untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan akan hunian dengan prinsip jual beli (murabahah) dimana pembayarannya secara angsuran dengan jumlah angsuran yang telah ditetapkan dimuka dan dibayar setiap bulannya.

b. Pembiayaan Multiguna BRISyariah iB

Pembiayaan kepemilikan multiguna/kepemilikan multijasa adalah pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan konsumtif karyawan sesuai syariah dengan menggunakan agunan utama berupa pendapatan gaji karyawan yang bersangkutan.

c. Pembiayaan Kepemilikan Bermotor BRISyariah iB

Pembiayaan kepemilikan bermotor diberikan kepada perorangan untuk memenuhi kebutuhan akan kendaraan dengan menggunakan prinsip jual beli (Murabahah) dengan pembayaran secara angsuran dengan jumlah angsuran yang telah ditetapkan dimuka dan dibayar setiap bulan.

d. Pembiayaan Umrah BRISyariah iB

Pembiayaan umrah telah menjadi salah satu produk yang cukup menjanjikan bagi bisnis bank. Akad yang digunakan dalam produk pembiayaan umrah BRISyariah adalah akad jual beli manfaat/jasa (*Ijarah* multijasa). Manfaat yang diberikan adalah pilihan jangka waktu sesuai kemampuan hingga 36 bulan serta paket umrah tersedia dari berbagai Biro *Tour* dan *travel* yang bekerja sama dengan BRISyariah atau sesuai pilihan nasabah sendiri.

2.4.3 Produk Jasa

Adapun produk-produk jasa yang ditawarkan BRISyariah adalah sebagai berikut:

1. *E-banking*

E-banking merupakan layanan produk yang digunakan untuk mempermudah seseorang dalam melakukan transaksi perbankan. Dengan *E-banking* transaksi perbankan dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun dengan mudah dan praktis melalui jaringan elektronik seperti internet, dan telepon genggam serta telepon.

2. SMS BRISyariah

SMS BRISyariah merupakan fasilitas layanan perbankan bagi nasabah tabungan BRISyariah yang mempermudah untuk melakukan berbagai transaksi seperti isi ulang pulsa, bayar tagihan transfer sampai pembayaran Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS).

3. *Mobile* BRISyariah

Mobile BRISyariah merupakan aplikasi berbasis SMS untuk mengakses rekening tabungan BRISyariah kapanpun dan dimanapun.

4. *Cash Management System*

Cash management system merupakan layanan elektronik yang menyediakan layanan berupa transaksi finansial, antara lain transfer antar rekening BRISyariah atau rekening bank lain, *payroll system*, pembayar tagihan hingga sistem laporan pembayaran dan *non financial* (informasi saldo), laporan historis transaksi dan *download file* sebagai media penyajian laporan keuangan), melalui *microsite* yang disediakan oleh BRISyariah.

2.4.4 Keadaan Personalia PT. BRISyariah Kantor Cabang Banda Aceh

Keadaan personalia adalah keadaan yang menggambarkan sistem kerja atau jumlah karyawan yang terdapat dalam sebuah lembaga atau perusahaan dan juga di bidang-bidang yang terdapat pada lembaga atau perusahaan tersebut. Pada PT. BRISyariah Kantor Cabang Banda Aceh mempunyai keadaan 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 pada PT. BRISyariah Kantor Cabang Banda Aceh berjumlah 49 orang yang terbagi pada posisi kerja yang berbeda-beda.

Deskripsi posisi kerja

Tabel 2.1
Karakteristik Karyawan Berdasarkan Posisi Kerja

Posisi Kerja	Jumlah (Orang)
Pimpinan Cabang	1
<i>Operasional Manager</i>	1
<i>Branch Operation Supervisor</i>	1
Teller	1
<i>Customer Service</i>	2
<i>Operation Support</i>	1
<i>Back Office/Kliring</i>	2
<i>General Affair</i>	1
<i>Marketing Manager</i>	1
<i>Account Officer</i>	4
<i>Relationship Officer</i>	1
<i>Funding Officer</i>	1
<i>Micro Marketing Manager</i>	1
<i>Unit Head</i>	2
<i>Sales Officer Micro</i>	8
<i>Financing Support Manager</i>	1
<i>Appraisal & Investigation</i>	1
<i>Legal Officer</i>	1

<i>Financing Administration</i>	1
<i>Reporting Custody</i>	1
<i>Area Support</i>	1
<i>Collection Supervisor</i>	1
<i>Co & Task Force</i>	3
<i>Branch Quality Assurance</i>	1
<i>Review Junior & Reviewer Madya</i>	2
<i>Driver</i>	1
<i>Security</i>	4
<i>Office Boy</i>	3
Total Karyawan	49

Sumber: Struktur Organisasi BRISyariah KC. Banda Aceh (2019)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa Pimpinan Cabang berjumlah 1 orang, *Operational Manager* berjumlah 1 orang, *Branch Operation Supervisor* berjumlah 1 orang, *Teller* berjumlah 1 orang, *Customer Service* berjumlah 2 orang, *Operation Support* berjumlah 1 orang, *Back Office/Kliring* berjumlah 2 orang, *General Affair* berjumlah 1 orang, *Marketing Manager* berjumlah 1 orang, *Account Officer* berjumlah 4 orang, *Relationship Officer* berjumlah 1 orang, *Funding Officer* berjumlah 1 orang, *Micro Marketing Manager* berjumlah 1 orang, *Unit Head* berjumlah 2 orang, *Sales Officer Micro* berjumlah 8 orang, *Financing Support Manager* berjumlah 1 orang, *Appraisal & Investigation* berjumlah 1 orang, *Legal Officer* berjumlah 1 orang, *Financing Administration* berjumlah 1 orang, *Reporting Custody* berjumlah 1 orang, *Area Support* berjumlah 1 orang, *Collection Supervisor* berjumlah 1 orang, *Co & Task Force* berjumlah 3 orang,

Baranch Quality Assurance berjumlah 1 orang, *Review Junior & Reviewer Madya* berjumlah 2 orang, *Driver* berjumlah 1 orang, *Security* berjumlah 4 orang, *Office Boy* berjumlah 3 orang, dengan demikian jumlah keseluruhan 49 orang.

Tabel 2.2
Karakteristik Karyawan Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)
Laki-laki	40
Perempuan	9
Total Karyawan	49

Sumber: Struktur Organisasi BRISyariah KC. Banda Aceh (2019)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan dengan total karyawan 49 orang, terdiri dari 40 orang laki-laki dan 9 orang perempuan.

Tabel 2.3
Karakteristik Karyawan Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Pendidikan Terakhir	Jumlah Karyawan
SMA	9
D3	10
S1	26
S2	4
Jumlah	49

Sumber: Struktur Organisasi BRISyariah KC. Banda Aceh (2019)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan dengan total karyawan 49 orang yang terdiri dari 9 orang lulusan SMA, 10 orang lulusan D3, 26 orang lulusan S1 dan 4 orang lulusan S2.



BAB TIGA

HASIL KEGIATAN KERJA PRAKTIK

3.1 Kegiatan Kerja Praktik

Kegiatan *job training* pada PT. BRI Syariah KC. Banda Aceh lebih kurang 30 hari kerja atau satu setengah bulan, dihitung mulai dari tanggal 11 Maret 2019 sampai dengan 24 April 2019. Jam kerja dimulai dari pukul 07.30-17.00 WIB, setiap hari kerja Senin sampai Jum'at. Adapun beberapa kegiatan yang penulis lakukan sebagai berikut:

Bagian Operasional

Pada bagian operasional penulis melakukan kegiatan sebagai berikut:

1. Bagian Pelunasan Haji

Adapun kegiatan yang dilakukan dalam pelunasan haji sebagai berikut:

- a. *Meeting* prosedur pelunasan haji.
- b. Melayani nasabah dalam proses pelunasan haji seperti menerima dan mengecek nomor porsi haji, mengecek berkas persyaratan pelunasan haji.
- c. Merekap kembali berkas-berkas yang telah diproses baik yang sudah lengkap maupun yang belum lengkap.
- d. Menghubungi nasabah untuk menginformasikan berkas yang sudah diproses untuk diambil.
- e. Menyiapkan souvenir untuk jamaah haji.
- f. Mengembalikan berkas yang sudah diproses untuk diserahkan kepada Departemen Agama (DEPAG) dan memberikan souvenir kepada nasabah haji.

2. Bagian proses pembuatan KTM UIN Ar-Raniry

Adapun kegiatan yang dilakukan dalam proses penerimaan aplikasi pembukaan rekening untuk pembuatan KTM mahasiswa/i UIN Ar-Raniry dan mendistribusi KTM mahasiswa/i UIN Ar-Raniry sebagai berikut:

- a. Menginput *file* data BUREKOL (Buku Rekening Kolektif) dari aplikasi tabungan ke *softcopy excel*.
- b. Memverifikasi *file* data BUREKOL (Buku Rekening Kolektif).
- c. *Upload file* data BUREKOL ke sistem T24.
- d. Mencocokkan rekening hasil BUREKOL dengan KTM yang sudah tercetak (PIN, *Mailer*, Buku Tabungan).
- e. Membuat daftar *list* penerima KTM yang sudah dicocokkan dan ditempel di papan pengumuman.
- f. Membantu mahasiswa mengaktifkan kartu KTM UIN yang telah dibagikan.

3.2 Bidang Kerja Praktik

Penulis ditempatkan secara tetap pada bagian operasional. Penulis juga ikut membantu petugas dalam kegiatan pelunasan haji selama 2 minggu. Adapun kegiatan yang penulis lakukan yaitu melayani nasabah secara langsung dalam proses pelunasan haji seperti menerima dan mengecek nomor porsi, mengecek persyaratan pelunasan haji, menghubungi nasabah untuk pengambilan souvenir dan mengembalikan berkas yang sudah diproses untuk dikembalikan ke DEPAG. Selama melakukan kegiatan kerja praktik penulis banyak memperoleh ilmu dan pengalaman mengenai produk-produk yang ada pada BRISyariah, semuanya tidak terlepas dari bimbingan dan arahan dari manager dan

karyawan-karyawan BRISyariah yang senantiasa bersedia untuk membantu penulis selama melakukan kerja praktik di tempat tersebut.

3.2.1 Prosedur Produk Tabungan Haji iB pada PT. BRISyariah KC. Banda Aceh

Produk Tabungan Haji adalah produk tabungan berdasarkan akad *wadiah* dan mudarabah *mutlaqah* yang sesuai dengan prinsip syariah. Tabungan haji diperuntukkan bagi perorangan guna mempersiapkan Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH). Bagi nasabah yang mempunyai saldo dalam batas minimal yang ditentukan, dapat didaftarkan untuk mendapatkan nomor porsi (*booking seat*) melalui Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) sesuai dengan yang tersedia di Departemen Agama Republik Indonesia.

3.2.1.1 Syarat dan Ketentuan Pembukaan Tabungan Haji iB

Adapun syarat yang harus dilengkapi untuk pembukaan Tabungan Haji iB pada PT. BRISyariah KC. Banda Aceh sebagai berikut:

1. Melampirkan fotokopi KTP (Kartu Tanda Penduduk)
2. Melampirkan fotokopi NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak)
3. Melampirkan fotokopi KK (Kartu Keluarga) untuk pembukaan bagi anak-anak

3.2.1.2 Fitur & Biaya

1. Setoran awal minimum: Rp100.000
2. Setoran selanjutnya minimum: Rp10.000
3. Saldo mengendap minimum: Rp50.000
4. Tidak mendapatkan kartu ATM
5. Dana tidak dapat ditarik sewaktu-waktu

6. Gratis asuransi jiwa dan kecelakaan
7. Biaya administrasi bulanan tabungan: Gratis
8. Biaya penggantian buku tabungan saat pembukaan rekening atau karena habis: Gratis
9. Biaya penggantian buku tabungan karena hilang/rusak: Rp5000
10. Biaya jika saldo mengendap dibawah minimum: Gratis
11. Biaya penutupan rekening: Rp25.000

3.2.2 Keunggulan Produk Tabungan Haji iB pada PT. BRISyariah KC. Banda Aceh

Adapun beberapa keunggulan dari produk Tabungan Haji di BRISyariah diantaranya: syarat yang mudah (cukup KTP dan NPWP bagi yang memiliki), saldo awal minimal Rp100.000 dan dapat dilayani dikantor BRIS atau kantor layanan yang memiliki KLS (Kantor Layanan Syariah). Tidak hanya itu PT. BRISyariah KC. Banda Aceh juga memiliki terobosan baru yaitu produk Tabungan Haji Anak. Produk Tabungan Haji Anak diluncurkan untuk meningkatkan DPK (Dana Pihak Ketiga) BRIS secara kontinu dan jangka panjang. Tabungan Haji anak adalah Tabungan Haji yang sasaran penjualannya segmen anak-anak/remaja di bawah usia 17 tahun. Adapun fasilitas/keunggulan yang ditawarkan diantaranya:

1. Setoran awal yang ringan
2. Gratis biaya administrasi bulanan
3. Gratis asuransi jiwa dan kecelakaan
4. *Online* dengan SSKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) untuk kepastian porsi keberangkatan haji
5. Dapat bertransaksi di seluruh jaringan kantor cabang BRISyariah secara *online*

6. Dapat dilayani di Kantor Layanan Syariah (KLS) dimanapun
7. Pemotongan zakat secara otomatis dari bagi hasil yang di dapatkan
8. Kemudahan dalam merencanakan persiapan ibadah haji
9. Dapat dibukakan untuk anak-anak
10. Tersedia pilihan ibadah haji reguler dan haji khusus

3.2.3 Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji iB pada PT. BRISyariah KC. Banda Aceh

Strategi yang diterapkan PT. BRISyariah KC. Banda Aceh dalam memasarkan produknya yaitu dengan memaksimalkan kepuasan nasabah dengan memberikan layanan yang terbaik. Oleh karena itu, PT. BRISyariah KC. Banda Aceh dituntut untuk menetapkan tujuan dalam memasarkan produknya dengan cara mensosialisasikan produk, memberikan spesial nisbah, bonus, serta membangun hubungan yang baik antara nasabah dan *marketing*. Dengan demikian diharapkan dapat membuat strategi pemasaran yang terencana dan terarah sehingga segala perubahan lingkungan dapat diantisipasi dengan baik.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan salah seorang karyawan PT. BRISyariah KC. Banda Aceh yaitu bapak Roni Ardiansyah selaku *Operational Manager* (OM), produk Tabungan Haji adalah produk tabungan yang sangat diminati oleh masyarakat khususnya Banda Aceh untuk bisa berkunjung ke baitullah. Meski waktu tunggu keberangkatan yang lama 10-20 tahun ke depan, tidak mematahkan semangat masyarakat dalam menabung pada Tabungan Haji, hal ini dibuktikan dengan terus meningkatnya jumlah nasabah produk Tabungan Haji setiap tahunnya.

Untuk melakukan kegiatan pemasaran, PT. BRISyariah KC. Banda Aceh mempunyai beberapa strategi pemasaran tersendiri, diantaranya sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran *cross selling*

Strategi pemasaran *cross selling* adalah salah satu strategi yang diterapkan pada PT. BRISyariah KC. Banda Aceh, dimana strategi ini diterapkan untuk menawarkan produk/jasa tertentu dengan produk yang berbeda. Contohnya: *Customer Service* menawarkan produk baru (produk Tabungan Haji iB) kepada nasabah yang sudah pernah memiliki produk tabungan lain sebelumnya (produk Tabungan Faedah iB). Strategi ini digunakan untuk mengembangkan penawaran-penawaran produk lainnya (produk Tabungan Haji iB) melalui *Customer Service* kepada nasabah yang loyal terhadap PT. BRISyariah.

2. Program-program *booster*

Program-program *booster* yaitu program peningkatan akuisisi Tabungan Haji BRIS yang berlangsung pada masa-masa tertentu, seperti: pada saat mendekati masa pelunasan haji, bulan ramadhan, ataupun pada saat pencairan gaji 13 bagi PNS. Pada saat program ini diselenggarakan setiap ada pembukaan rekening haji diberikan hadiah langsung berupa: gelas, payung, kelender, dan kain sarung atau kesempatan meraih bonus.

3. Kerja sama dengan pihak ke-3

Kerja sama dengan pihak ke-3 adalah kerja sama yang dilakukan oleh PT. BRISyariah (pihak pertama) dengan beberapa kolega/rekan bisnis (pihak ketiga) dalam kepengurusan haji yang bertujuan untuk membantu meningkatkan produk Tabungan Haji.

Adapun pihak ke-3 yang dimaksud seperti: KBIH (Kelompok Bimbingan Ibadah Haji). KBIH (Kelompok Bimbingan Ibadah Haji) adalah salah satu organisasi dakwah yang bertugas untuk membantu proses pelayanan ibadah haji Indonesia. KBIH merupakan lembaga atau yayasan sosial Islam dan pemerintah bergerak di bidang bimbingan manasik haji terhadap calon jamaah haji baik selama dalam pembekalan di tanah air maupun pada saat pelaksanaan ibadah haji di Arab Saudi. KBIH sebagai lembaga sosial keagamaan (non pemerintah) telah memiliki legalitas pembimbing melalui undang-undang (Aziz, 2007:17). Yang termasuk dalam KBIH yaitu: Abu Mekkah, Abu kuning dan Tgk zulfan dan BRISyariah juga melakukan kerja sama dengan *travel-travel* yang ada di Banda Aceh seperti: Iskandariah, El-Hanif dan Sahid.

4. Pemasaran/penawaran Tabungan Haji pada saat presentasi produk-produk lainnya seperti pembiayaan pada institusi-institusi lainnya, yaitu pemasaran produk haji yang dilakukan pada saat tim bisnis/pihak BRIS melakukan pemasaran selain produk haji dengan lembaga-lembaga/institusi-institusi baik pemerintah maupun non pemerintah seperti pada saat melakukan kegiatan pemasaran/audiensi dengan anggota koperasi, karyawan atau pekerja pabrik, dan para PNS. Selain memaparkan produk yang menjadi tujuan utama juga menyampaikan mengenai ketersediaan pelayanan pendaftaran haji di PT. BRISyariah KC. Banda Aeh.

Pemasaran/penawaran produk Tabungan Haji ini biasanya dilakukan pada institusi-institusi seperti:

1. GKN (Gedung Keuangan Negara) Banda Aceh
2. IPHI (Ikatan Persaudaraan Haji Indonesia)

3. PARMUSI (Persaudaraan Muslim di Seluruh Indonesia)
4. LAZIS (Lembaga Amal Zakat Infaq dan Sadaqah)
5. Asrama Haji

3.3 Teori yang Berkaitan

3.3.1 Definisi Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal ini disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, dimana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar. Kegiatan pemasaran dalam suatu perusahaan tetap bisa berkembang atau pelanggan mempunyai pandangan baik terhadap perusahaan tersebut.

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan majerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk dengan pihak lain (Kasmir, 2010:53). Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Dalam organisasi pemasaran, semua kegiatan perusahaan untuk menghasilkan dan menjual barang didasarkan pada masalah pemasaran. Jadi, pemasaran menjadi dasar motivasi perusahaan dan akan mempengaruhi politik perusahaan baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Pengertian pemasaran bagi setiap perusahaan tidak ada perbedaan. Hanya yang menjadi masalah adalah penerapan pemasaran untuk setiap jenis perusahaan memiliki karakteristik tersendiri. Misalnya, pemasaran

yang dijalankan untuk perusahaan yang menghasilkan produk berupa barang tertentu akan sangat berbeda dengan perusahaan yang memiliki produk jasa seperti perusahaan keuangan. Bank sebagai perusahaan yang bergerak di bidang keuangan, produk yang diperjualbelikan merupakan jasa keuangan. Oleh karena itu, perlakuan pemasaran terhadap dunia perbankan pun sedikit berbeda dengan perusahaan lainnya. Karena bagi dunia perbankan yang berorientasi profit, kegiatan pemasaran merupakan suatu kebutuhan utama dan suatu keharusan yang dijalankan.

Secara umum pengertian pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk dan jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan. Bank sebagai lembaga keuangan yang menghasilkan jasa keuangan juga membutuhkan strategi pemasaran untuk memasarkan produknya. Salah satunya perubahan teknologi, dimana dampak dari perubahan teknologi berdampak positif terhadap perkembangan dunia perbankan. Karena, produk yang ditawarkan kepada nasabah menjadi lebih cepat dan efisien.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah usaha perusahaan dimulai dengan menentukan kebutuhan konsumen yang perlu dipuaskan, menentukan produk yang akan diproduksi, menentukan harga produk yang sesuai, menentukan cara-cara promosi dalam penyaluran atau penjualan produk tersebut.

3.3.2 Landasan Pemasaran dalam Islam

Segala aktivitas kehidupan didasari dengan perencanaan yang baik termasuk dalam hal perencanaan pemasaran. Pada kegiatan pemasaran tentu terlebih dahulu menyusun perencanaan strategi untuk memberi

arahan tentang kegiatan perusahaan yang menyeluruh agar mencapai tujuan sasaran pemasaran (Kartajaya, Syakir Sula, 2006:58).

Pemasaran dalam bisnis Islam sangat mengedepankan adanya konsep rahmat dan ridha, baik dari penjual, pembeli, sampai ridha Allah SWT. Dengan demikian aktivitas pemasaran harus di dasari pada beberapa kriteria yang telah ditentukan (Muhammad, 2004:101).

Dalam Islam, bukanlah suatu larangan bila seorang hamba mempunyai rencana atau keinginan untuk berhasil dalam usahanya. Namun dengan syarat, bahwasanya rencana itu tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Kriteria dalam pemasaran tentunya perlu didasari pada nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Qur'an:

1. Al-Qur'an

Sesuai dengan firman Allah SWT dalam surah An-Nisa' ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
 أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

Artinya: *“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.”* (Q.S. An-Nisa' : 29)

Ayat ini menerangkan hukum transaksi secara umum, lebih khusus kepada transaksi perdagangan, bisnis jual beli. Dalam ayat ini Allah mengharamkan orang beriman untuk memakan, memanfaatkan menggunakan, (dan segala bentuk transaksi lainnya) harta orang lain dengan jalan yang batil, yaitu yang tidak dibenarkan oleh syariat. Kita

boleh melakukan transaksi terhadap harta orang lain dengan jalan perdagangan dengan asas saling ridha, dan saling ikhlas.

Maksud dari memakan harta secara batil diatas meliputi bagaimana cara mendapatkan harta yang tidak diizinkan atau tidak dibenarkan Allah SWT. Di antaranya dengan cara menipu, menyuap, berjudi menimbun barang-barang kebutuhan pokok untuk menaikkan harganya, dan semua bentuk jual beli yang haram, serta sebagai pemukanya adalah riba (Sayyid Quthb, 1992).

3.3.3 Pemasaran dalam Islam

Pemasaran syariah menurut definisi adalah “suatu disiplin bisnis strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah” (Al Arif, 2010:20) jadi pemasaran syariah dijalankan berdasarkan konsep keIslaman yang diajarkan Rasulullah SAW. Nilai inti pemasaran syariah adalah integritas, dan transparansi, sehingga penjual tidak boleh berbohong dan orang membeli karena butuh dan sesuai dengan keinginan, bukan karena diskonnya atau iming-iming hadiah belaka (Nilam Sari, 2012).

Pemasaran dalam Islam adalah bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal terlarang oleh ketentuan syariah. Menurut Hermawan Kartajaya dan Muhammad syakir Sula pemasaran syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan nilai (*value*) dari suatu inisiator kepada *stakeholder*, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam.

Hal ini berarti bahwa dalam pemasaran syariah, seluruh proses baik proses penciptaan, penawaran, maupun perubahan nilai (*value*), tidak

boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah Islam. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah Islam tidak terjadi dalam suatu transaksi atau dalam proses suatu bisnis, maka bentuk transaksi apapun dalam pemasaran dapat dibolehkan (Kertajaya dan Sula, 2006:27).

Dengan adanya pemasaran syariah diharapkan dapat menciptakan *relationship* antara bank syariah dengan nasabah untuk membangun hubungan kemitraan yang terjalin secara terus menerus dalam usaha meningkatkan kepercayaan kepada bank syariah (Nilam Sari, 2012).

Berikut ini beberapa alasan penting yang membuat pemasaran menjadi sebuah kebutuhan utama usaha bisnis untuk bisa terus eksis dan berkembang: (Nilam Sari, 2012)

1. Pemasaran untuk menginformasikan sebuah produk kepada konsumen
Tanpa adanya proses pemasaran, maka konsumen tidak akan tau tentang sebuah produk yang dihasilkan. Pemasaran yang semakin gencar akan membuat semakin banyak orang yang tau dengan produk bisnis, dan kemungkinan besar ketertarikan para pelanggan akan memperbesar angka penjualan perusahaan. Terlebih jika perusahaan memiliki suatu produk yang unik dan memiliki kualitas dan nilai inovatif, maka sangat penting melakukan upaya pemasaran yang maksimal.
2. Menjelaskan fungsi, manfaat dan keunggulan sebuah produk usaha atau layanan

Melalui proses pemasaran, kita bisa menjelaskan kepada konsumen mengenai fungsi sebuah produk, manfaat, keunggulan, cara penggunaan dan sebagainya yang berkaitan dengan produk. Karena kemungkinan besar konsumen akan tertarik membeli produk atau jasa

setelah mendengarkan fungsi, manfaat, keunggulan serta cara penggunaan yang benar dari produk yang ditawarkan. Di sinilah peran pemasaran itu dirasakan, semakin luas pemasaran dilakukan, maka akan semakin banyak jumlah konsumen yang mengetahui informasi produk usaha perusahaan.

3. Menginformasikan sebuah produk atau layanan baru kepada konsumen

Meskipun orang telah cukup mengenal suatu perusahaan, pemasaran tetap penting dilakukan apabila perusahaan menghasilkan sebuah produk trobosan baru. Pemasaran tersebut dilakukan melalui upaya *marketing* promosi secara terus menerus kepada konsumen.

3.3.4 Strategi Pemasaran bank

Strategi pemasaran bank mempunyai hubungan dengan kepuasan nasabah, karena strategi pemasaran bank mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usaha perusahaan umumnya dan bidang pemasaran khususnya. Di samping itu, strategi pemasaran bank yang diterapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Dengan demikian strategi pemasaran bank harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada pasar sasaran (Gusti Ayu RPD, 2013).

Untuk menghadapi pasar sasaran yang ada, perbankan menghadapi banyak kesulitan, seperti munculnya bank baru, pembaharuan teknologi, kemudahan bertransaksi, aneka ragam hadiah dan promosi yang ditawarkan oleh bank dan sebagainya. Dalam mempertahankan dan

meningkatkan jumlah nasabah, stabilitas dan kemampuan laba, maka pemasaran dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan tetap fokus pada pasar yang sudah ada dan memperbanyak promosi produk kepada calon nasabah. Selain itu bank juga harus meningkatkan strategi pemasaran seperti *marketing mix*.

Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan. Kebanyakan perusahaan melakukan strategi ini guna mencapai tujuan pemasarannya, apalagi dalam keadaan persaingan saat ini. kombinasi yang terdapat dalam komponen bauran pemasaran harus dilakukan secara terpadu. Artinya, pelaksanaan dan penerapan komponen ini harus dilakukan dengan memperhatikan komponen yang satu dengan yang lainnya. Karena antara komponen yang satu dengan yang lainnya saling berkaitan erat guna mencapai tujuan perusahaan dan tidak efektif jika dijalankan terpisah (Kasmir, 2010:119).

Dalam dunia perbankan penggunaan bauran pemasaran dijalankan dengan menggunakan konsep-konsep yang sesuai dengan kebutuhan bank. Kotler menyebutkan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari 4p, yaitu: (Kasmir, 2010:119)

1. *Product* (Produk)

Produk merupakan unsur yang paling penting dalam strategi pemasaran, karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Dalam hal lain produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Produk dapat berupa barang (berwujud) dan jasa (tidak berwujud).

2. *Price* (Harga)

Harga juga merupakan salah satu aspek penting dalam bauran pemasaran. Mengapa harga termasuk penting karena harga sangat menentukan laku atau tidak lakunya suatu produk dan jasa pada perbankan. Salah saat menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan sehingga produk tidak laku dipasarkan.

3. *Place* (Lokasi)

Penentuan lokasi dan distribusi serta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta mendistribusikan barang dan jasa.

4. *Promotion* (Promosi)

Dalam setiap kegiatan bank pasti berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimiliki bank baik secara langsung atau tidak langsung. Adapun sarana yang biasa digunakan untuk mempromosikan barang dan jasa yaitu melalui periklanan, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan pribadi.

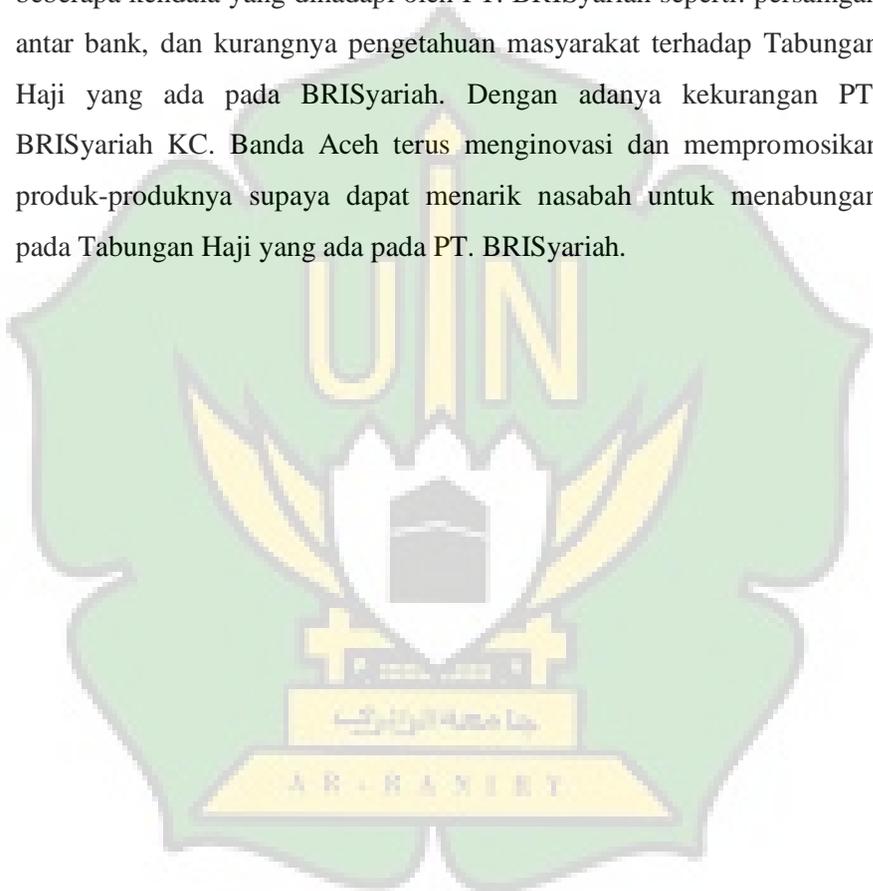
3.4 Evaluasi kerja praktik

Berdasarkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan pada PT. BRISyariah KC. Banda Aceh, penulis banyak mendapatkan pengalaman-pengalaman baru tentang dunia perbankan. Dari hasil kerja praktik yang penulis dapatkan tentang strategi pemasaran yang diterapkan pada PT. BRISyariah KC. Banda Aceh sudah sesuai dengan teori dan prinsip-prinsip syariah.

Strategi yang diterapkan pada PT. BRISyariah KC. Banda Aceh dalam memasarkan produknya sudah baik, namun akan lebih baik lagi jika PT. BRISyariah KC. Banda Aceh dapat menambahkan beberapa

strategi lagi seperti misalnya *personal selling*. Karena, jumlah nasabah menjadi tolak ukur berhasil atau tidaknya suatu usaha pemasaran yang dijalankan untuk mempengaruhi nasabahnya.

Dalam menjalankan strategi pemasaran Tabungan Haji tentunya ada beberapa kendala yang dihadapi oleh PT. BRISyariah seperti: persaingan antar bank, dan kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap Tabungan Haji yang ada pada BRISyariah. Dengan adanya kekurangan PT. BRISyariah KC. Banda Aceh terus menginovasi dan mempromosikan produk-produknya supaya dapat menarik nasabah untuk menabung pada Tabungan Haji yang ada pada PT. BRISyariah.



BAB EMPAT PENUTUP

1.1 kesimpulan

Berdasarkan laporan di atas dapat disimpulkan bahwa:

1. Keunggulan yang diterapkan pada PT. BRISyariah KC. Banda Aceh yaitu: Setoran awal yang ringan, gratis biaya administrasi bulanan, gratis asuransi jiwa dan kecelakaan , *online* dengan SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) untuk kepastian porsi keberangkatan haji, dapat bertransaksi di seluruh jaringan kantor cabang BRISyariah secara *online*, dapat dilayani di Kantor Layanan Syariah (KLS) dimanapun, pemotongan zakat secara otomatis dari bagi hasil yang di dapatkan, kemudahan dalam merencanakan persiapan ibadah haji, dapat dibukakan untuk anak-anak dan, tersedia pilihan ibadah haji reguler dan haji khusus.
2. Strategi yang diterapkan pada PT. BRISyariah KC. Banda Aceh yaitu: Strategi pemasaran *cross selling*, program-program *booster*, kerja sama dengan pihak ke-3, dan penawaran Tabungan Haji pada saat presentasi produk-produk lainnya seperti pembiayaan pada institusi-institusi lainnya.

1.2 Saran

Berdasarkan hasil setelah melakukan Praktik Kerja Lapangan (LKP) pada PT. BRISyariah KC. Banda Aceh, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan PT. BRISyariah KC. Banda Aceh bisa terus memberikan inovasi-inovasi dan trobosan baru pada produk Tabungan Haji agar nasabah lebih tertarik untuk menabung di BRISyariah.

2. Diharapkan karyawan PT. BRISyariah KC. Banda Aceh dapat memberikan motivasi kepada nasabah Tabungan Haji untuk lebih giat dalam menabung agar niat untuk berangkat ke tanah suci sesuai target.
3. Diharapkan PT. BRISyariah KC. Banda Aceh dapat menambahkan lagi beberapa strategi lainnya seperti *personal selling* agar lebih efektif dalam hal mempromosikan produk Tabungan Haji untuk kedepannya.



DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, Abdul dan Kustini. 2007. *Ibadah Haji dalam Sorotan Publik*. Jakarta: Puslitbang Kehidupan Keagamaan.
- BRISyariah. 2009. *Pedoman Pelaksanaan Operasi Tabungan Haji iB BRISyariah Nomor 01.11*.
- BRISyariah. 2009. *Petunjuk Pelaksanaan Tabungan Haji iB Nomor 1.0*.
- Dewi, Gusti Ayu Resti P. 2015. *Hubungan Strategi Pemasaran Bank Dengan Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Tabanan Tahun 2013*, Jurnal Vol.5 No.1.
- Entaresmen, R. Ajeng. (2016). Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan iB Hasanah di PT. Bank Negara Indonesia Kantor Cabang X. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa (MPJ)*. Vol. 9 No. 1
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. 2006. *Syariah Marketing*, Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- <https://www.brisyariah.co.id/detailProduk.php?&f=20>
- <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://repository.umsida.ac.id/bitstream/handle/123456789/17432/Naskah%20520Publikasi.pdf%3Fsequence%3D11%26isAllowed%3Dy&ved=2ahUKEwiYOPTnmYfjAhWSXisKHYZ3CCkQFjADegQIARAB&usq=AOvVaw3y37Fh-W6fmLI7-u8T36Uy>
- Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*. Edisi Revisi 2010. Jakarta: KENCANA.
- Muhammad. 2004. *Kriteria Bisnis Islami*, Yogyakarta: UPP APM YKP.

Sari, Nilam. “Manajemen Marketing (pemasaran) Produk Jasa Keuangan Perbankan Dalam Perspektif Islam”. *Jurnal Vol. XIV No. 2 Juli-Desember 2012* : 206-207.

Sayyid Quthb, 1992. “*TafsirFi Zhillalil Qur’an*”, Beirut: Darusy-Syuruq.





UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

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

Nomor : 2316/Un.08/FEBI/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 menunjukkan 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.

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

P e r t a m a : Menunjuk Saudara (i) :

a. Ismail Rasyid Ridla Tarigan, MA

Sebagai Pembimbing I

b. Jalilah, S.HI.,M.Ag

Sebagai Pembimbing II

untuk membimbing Laporan Kerja Praktik Mahasiswa (i) :

N a m a : Cut Hadhira

N I M : 160601032

Prodi : D-III Perbankan Syariah

J u d u l : Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji iB Pada PT. Bank BRI Syariah
KC Banda 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 : 23 April 2019

D e k a n,


Zaki Fuad

Tembusan :

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



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

Jl. Syeikh 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 : Cut Hadhira
NIM : 160601032

2. UNSUR PENILAIAN

NO	UNSUR YANG DINILAI	NILAI HURUF (NH)	NILAI ANGKA (NA)	KETERANGAN
1	Kepemimpinan (Leadership)	A	90	
2	Kerja Sama (Cooperation)	A	95	
3	Pelayanan (Public Service)	A	95	
4	Penampilan (Performance)	A	95	
5	Ketelitian dan Kecermatan (Incredible Detail)	A	95	
6	Tanggung Jawab (Responsibility)	A	95	
7	Kedisiplinan (Discipline)	A	100	
8	Pengetahuan Ekonomi Syari'ah (Islamic Economic Knowledge)	B	85	
Jumlah			750	
Rata-rata			93,75	

3. KRITERIA PENILAIAN

SKOR (% PENCAPAIAN)	NILAI	PREDIKAT	NILAI BOBOT
86-100	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, 24 April 2019
Bank BRISyariaha KC Banda Aceh



Ropi Ardiansyah
Manager Operasional

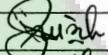
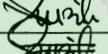
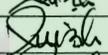
Mengetahui,
Ketua Prodi D-III Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




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

LEMBAR KONTROL BIMBINGAN

Nama/NIM : Cut Hadhira/160601032
 Jurusan : D-III Perbankan Syariah
 Judul LKP : Strategi Pemasaran produk Tabungan Haji iB
 pada PT. BRISyariah Kantor Cabang Banda Aceh
 Tanggal SK : 23 April 2019
 Pembimbing I : Ismail Rasyid Ridla Tarigan, MA
 Pembimbing II : Jalilah, S.HI., M.Ag

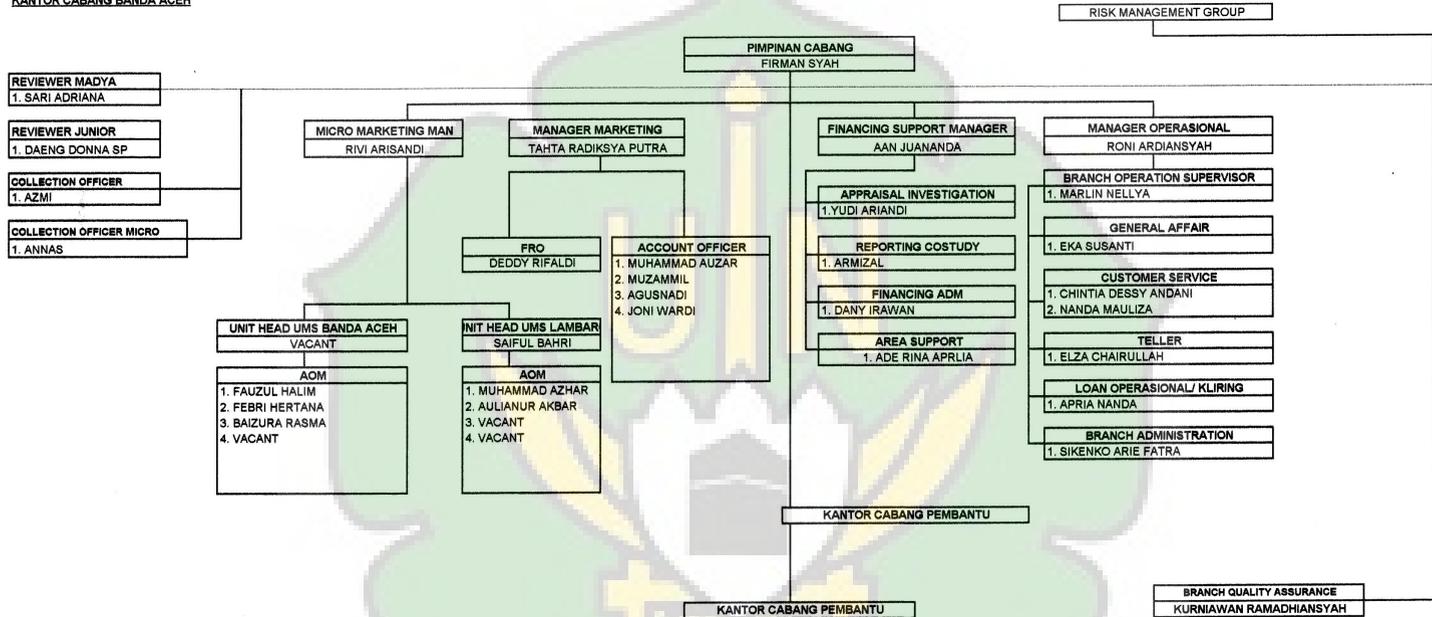
No	Tanggal Penyerahan	Tanggal Bimbingan	Bab yang Dibimbing	Catatan	Tanda Tangan Pembimbing
1.	22/April 2019	22/April 2019	Bab I	Konsul Bab 1 (sk)	
2.	19/Mei 2019	19/Mei 2019	Bab I - IV	Revisi ringkasan, typo penulisan, huruf kapital	
3	21/June 2019	21/June 2019	Bab I - IV	Hasil kerja praktik, teori tertulis Teknik Penulisan secara keseluruhan	
4.				ACC	

Mengetahui,
 Ketua Prodi D-III Perbankan Syariah,



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

**STRUKTUR ORGANISASI BRIS
KANTOR CABANG BANDA ACEH**



GROUP HEAD NETWORK LOGISTIC

BANDA ACEH, 02 JANUARI 2019
KANTOR CABANG BANDA ACEH
PIMPINAN CABANG