LAPORAN KERJA PRAKTIK

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN PRIMA IB HASANAH PADA PT. BANK BNI SYARIAH KANTOR CABANG BANDA ACEH

Disusun Oleh:

ROSI SILVANA
NIM. 160601118

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	: Rosi Silvana
NIM	: 160601118
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, 4 Juli 2019
Yang Menyatakan,

Rosi Silvana

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 Prima iB Hasanah Pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh

Disusun Oleh:

Rosi Silvana
NIM. 160601118

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,	Pembimbing II,
Dr. Nevi Hasnita, S.Ag.,M.Ag	Evriyenni SE.M.Si
NIP. 197711052006042003	NIDN. 2013048301

Mengetahui
Ketua Prodi Diploma III Perbankan Syariah,

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

LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Rosi Silvana
NIM. 160601118

Dengan Judul:

Startegi Pemasaran Produk Tabungan Prima iB Hasanah Pada PT. Bank BNI 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,	Sekretaris,
Dr. Nevi Hasnita, S.Ag.,M.Ag	Jalilah, S.HI.,M.Ag
NIP. 197711052006042003	NIDN. 2008068803
Penguji I,	Penguji II,
Ismail Rasyid Ridla Tarigan, MA	Seri Murni, SE.,M.Si.,Ak
NIP. 198310282015031001	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 sekarang 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 dengan judul **"Strategi Pemasaran Produk Tabungan Prima iB Hasanah Pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh"**.

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. Dan 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.

2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag selaku dosen pembimbing I dan Evri Yenni, SE., M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu serta pikirannya dalam memberikan, pengarahan kepada penulis dalam menyelesaikan Laporan Kerja Praktik ini. Dan Muhammad Arifin, Ph.D selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ismail Rasyid Ridla Tarigan, MA selaku dosen Penasehat Akademik serta seluruh dosen dan staf akademik Program Studi Diploma III Perbankan Syariah yang selama ini telah membimbing, membagikan ilmu, dan pengalaman.
4. Pimpinan PT. Bank BNI Syariah berserta para karyawannya yang telah membantu penulis dalam Kerja Praktik.
5. Ayahanda Sampurna dan Ibunda saya tercinta Nurhalomoan atas segala kasih sayang, pengorbanan, nasihat, doa yang telah mendidik penulis. Saudara/saudari kandung Samsul Bahri, Ona Handayani SH, drg. Novita Julia, Amir Muda dan saudara kembar saya Rosa Silvini yang senantiasa memberi dukungan kepada penulis.
6. Kepada sahabat-sahabat anugerah dari Allah Elfin, Cut Ha, Ulfah, Oya, Cut Nur, dan Cut Mai yang selalu ada dalam setiap kondisi sulit dan bahagia penulis. Dan kepada seluruh teman-teman di Program Studi Diploma III Perbankan Syariah angkatan 2016.

Penulis sangat mengharapkan adanya saran dan kritikan yang membangun untuk penyempurnaan Laporan Kerja Praktik (LKP) ini. Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Banda Aceh, 25 Juni 2019
Penulis,

Rosi Silvana

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987-Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṡ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ż	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	‘
14	ص	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
◌َ	*Fatḥah*	A
◌ِ	*Kasrah*	I
◌ُ	*Dammah*	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◌َ	*Fatḥah* dan ya	Ai
و◌َ	*Fatḥah* dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haula*

3. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
ي /ا◌َ	*Fatḥah* dan *alif* atau ya	Ā
◌ِي	*Kasrah* dan ya	Ī
◌ُي	*Dammah* dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيْلَ : *qīla*

يَقُوْلُ : *yaqūlu*

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة)hidup

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

b. Ta *marbutah* (ة) mati

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

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

Contoh:

رَوْضَةُ ٱلاطْفَالْ	: *rauḍah al-aṭfāl/ rauḍatul aṭfāl*
اَلْمَدِيْنَةُ الْمُنَوَرَةْ	: *al-Madīnah al-Munawwarah/ al-Madīnatul Munawwarah*
طَلْحَةْ	: *Ṭalḥah*

Catatan:

Modifikasi

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

RINGKASAN LAPORAN

Nama	: Rosi Silvana
NIM	: 160601118
Fakultas/Jurusan	: Ekonomi dan Bisnis Islam/ Diploma III Perbankan Syariah
Judul Laporan	: Strategi Pemasaran Produk Tabungan Prima iB Hasanah Pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang BandaAceh
Hari/Tanggal Sidang	: 4 Juli 2019
Tebal LKP	: 53 Halaman
Pembimbing I	: Dr. Nevi Hasnita, S.Ag.,M.Ag
PembimbingII	: Evriyenni, SE.M.Si

Penulis melakukan Kerja Praktik selama 30 hari kerja pada PT. Bank BNI Syaria Cabang Banda Aceh beralamat di jalan Teungku Haji Muhammad Daud Bereueh No. 25 C-D-E Gampong Laksana, Kecamatan Kuta Alam, Banda Aceh yang merupakan Lembaga Keuangan Bank. Dalam kurun waktu tiga tahun terakhir Tabungan Prima iB Hasanah mengalami peningkatan jumlah nasabah hal itu disebabkan karena adanya strategi pemasaran. Tujuan penulisan Laporan Kerja Praktik ini adalah untuk mengetahui keunggulan dan strategi pemasaran produk Tabungan Prima iB Hasanah pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Berdasarkan penulisan Laporan Kerja Praktik dapat diketahui pihak bank menyediakan berbagai fasilitas kepada nasabah Tabungan Prima iB Hasanah sehingga menjadikan fasilitas-fasilitas tersebut sebagai keunggulannya dibandingkan tabungan lain. Strategi yang dilakukan PT. Bank BNI Syariah dalam memasarkan produk Tabungan Prima iB Hasanah antara lain, *Direct Selling* strategi yang dilakuan terhadap nasabah secara langsung, *Personal Selling* strategi yang dilakukan terhadap nasabah yang memiliki hubungan kerabat, *Open table* strategi yang dilakukan pada acara-acara di kantor pemerintahan maupun swasta, *Advertising* strategi yang dilakukan melalui media, strategi mengadakan promo khusus setiap tahun dan *Cross Selling* merupakan strategi yang paling sering dilakukan dengan cara melihat nasabah yang memiliki saldo rata-rata Rp250.000.000 perbulan dan akan langsung diarahkan untuk meng-u*pgrade* menjadi Tabungan Prima iB Hasanah. Penulis berharap pihak bank dapat lebih mengoptimalkan strategi-strategi yang ada agar tercapainnya target yang sudah ditentukan.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL KEASLIAN..... i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN..... ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN..... iii
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR..... iv
LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL..... v
KATA PENGANTAR..... vi
HALAMAN TRANSLITERASI..... viii
RINKASAN LAPORAN..... xii
DAFTAR ISI..... xiii
DAFTAR TABEL..... xv
DAFTAR LAMPIRAN..... xvi

BAB I PENDAHULUAN..... **1**
1.1 Latar Belakang..... 1
1.2 Tujuan Laporan Kerja Praktik..... 5
1.3 Kegunaan Laporan Kerja Praktik..... 5
1.4 Sistematika Penulisan LKP..... 7

BAB II TINJAUAN LOKASI KERJA PRAKTIK..... **9**
2.1 Sejarah Singkat PT. Bank BNI Syariah..... 9
2.1.1 Visi, Misi dan Budaya Kerja PT. Bank BNI Syariah..... 11
2.2 Struktur Organisasi PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh..... 13
2.3 Kegiatan Usaha PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh..... 16
2.3.1 Penghimpunan Dana..... 16
2.3.2 Penyaluran Dana..... 19
2.3.3 Pelayanan Jasa..... 21
2.4 Keadaan Personalia PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh..... 22

BAB III HASIL KERJA PRAKTIK..... 24
3.1 Kegiatan Kerja Praktik..... 24
3.1.1 Bagian Umum *(Back Office)*..... 24
3.1.2 Bagian *Customer Service*..... 25
3.1.3 Bagian *Financing Administration* 26
3.2 Bidang Kerja Praktik..... 26
3.2.1 Keunggulan Produk Tabungan Prima iB Hasanah..... 27
3.2.2 Strategi PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh Dalam Memasarkan Produk Tabungan Prima iB Hasanah…… 31
3.3 Teori Yang Berkaitan..... 35
3.3.1 Pengertian Strategi Pemasaran..... 35
3.3.2 Konsep Pemasaran..... 37
3.3.2 *Marketing Mix*..... 38
3.3.4 Strategi Pemasaran dalam Perspektif Islam..... 39
3.4 Evaluasi kerja Praktik..... 40

BAB IV PENUTUP..... 44
4.1 Kesimpulan..... 44
4.2 Saran..... 45

DAFTAR PUSTAKA..... 46
LAMPIRAN..... 48

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peningkatan Nasabah Tabungan Prima iB Hasanah Dari Tahun 2016-2018 3

Tabel 2.1 Karakteristik Karyawan Berdasarkan Posisi Kerja 22

Tabel 2.2 Karakteristik Karyawan Berdasarkan Pendidikan Terakhir 23

Tabel 3.1 Karatkeristik Hasanah Debit Zamrud *Card* 28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Struktur Organisasi PT. Bank BNI Syariah 48

Lampiran 2 SK Bimbingan..... 49

Lampiran 3 Lembar Kontrol Bimbingan 50

Lampiran 4 Lembar Nilai Kerja Praktik..... 52

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan perekonomian merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat. Perekonomian di Indonesia menunjukan perkembangannya dalam era globalisasi seperti saat ini, tujuan utamanya adalah untuk mencapai kesejahteraan masyarakat negara itu sendiri. Dalam perkembangan kegiatan ekonomi diikuti pula dengan berkembang nya lembaga-lembaga perbankan di Indonesia.

Perbankan merupakan sebuah lembaga yang menjadi perantara dalam setiap transaksi masyarakat, baik itu kebutuhan berbisnis bagi kalangan pengusaha maupun kebutuhan individual bagi masyarakat biasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Di Indonesia lembaga keuangan bank dibagi menjadi dua jenis, yaitu bank yang bersifat konvensional dan bank yang bersifat syariah. Bank konvensional merupakan bank yang sistem operasionalnya menggunakan sistem bunga, sedangkan bank syariah dalam menjalankan sistem operasionalnya yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadits (Anshori, 2009:14).

Pada Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah disebutkan, bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Bank syariah juga bisa disebut *Islamic* Bank atau *interest fee* bank, yaitu suatu sistem perbankan dalam pelaksanaan operasionalnya tidak menggunakan sistem bunga (riba), spekulasi (maisir), dan ketidakjelasan *(gharar)* (Ismail, 2011:76).

Untuk menjalankan perannya, bank syariah tentunya menyediakan bermacam-macam produk yang dapat membantu masyarakat dalam menjalan aktivitas ekonomi. Salah satu produk perbankan syariah yang

diminati oleh masyarakat adalah produk penghimpunan dana berupa tabungan. Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seseorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan (Antonio, 2001:153).

Dalam menawarkan produknya maka terjadi persaingan antara bank-bank syariah sehingga perlu adanya strategi di dalam pemasaran masing-masing bank tersebut. Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran (Assauri, 2011:5). Strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan usaha, oleh karena itu bidang pemasaran berperan besar dalam merealisasikan usaha. Strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang kegiatan yang akan dilakukan perusahaan dalam memaksimalkan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran.

Bank syariah harus pandai membaca situasi pasar sekarang dan di masa yang akan datang. Artinya bank syariah harus cepat tanggap apa yang diinginkan dan dibutuhkan nasabahnya, kemudian kapan dan dimana dibutuhkannya. Dalam hal ini bank syariah harus menciptakan produk tabungan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen secara tepat waktu. Di samping itu bank syariah harus mampu mengomunikasikan keberadaan dan kelebihan produk tabungan di bandingkan dengan produk tabungan lainnya dari pesaing.

Dari banyaknya bank-bank syariah yang berkembang saat ini, PT. Bank BNI Syariah merupakan salah satu lembaga keuangan yang kegiatannya adalah menghimpun dan menyalurkan dana untuk masyarakat, yaitu produk pendanaan (*funding*) dan pembiayaan (*financing*) yang dijalankan dengan akad-akad yang sudah ditentukan.

Salah satunya PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh yang juga mempunyai strategi-strategi pemasaran pada setiap produk-produk yang ditawarkan, hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan tertarik untuk mengambil manfaat dari produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Terdapat berbagai jenis produk tabungan di PT. Bank BNI Kantor Cabang Banda Aceh salah satunya adalah produk Tabungan Prima iB Hasanah yang menjadi salah satu produk unggulan PT. Bank BNI Syariah, produk Tabungan Prima iB Hasanah merupakan tabungan bagi nasabah segmen *"High Network"* memiliki ketentuan setoran awal sebesar Rp25.000.000 menggunakan akad Mudarabah dengan bagi hasil yang lebih kompetitif dan juga akad *Wadiah*, mendapatkan beberapa fasilitas seperti debit *card* khusus, *Executive Lounge* bandara yang berkerja sama dengan BNI Syariah, asuransi kesehatan dan fasilitas lainnya (bnisyariah.co.id, 2019).

Tabel 1.1
Peningkatan Nasabah Tabungan Prima iB Hasanah Dari Tahun 2016-2018[1]

No.	Tahun	Peningkatan/Tahun
1.	2016	4.500
2.	2017	4.200
3.	2018	6.100

Sumber: PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh (2019)

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat peningkatan jumlah nasabah dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2018 dan setiap tahunnya mengalami peningkatan. Pada tahun 2016, mengalami peningkatan sebanyak 4.200 nasabah, di tahun 2017 tetap mengalami peningkatan namun sedikit

[1] Wawancara dengan Dina Febrina *Customer Service Head* PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh pada tanggal 3 April 2019.

menurun dari tahun sebelumnya, pada tahun 2018 mengalami kenaikan peningkatan nasabah yang lebih besar dari tahun 2017 yaitu sebesar 6.100 nasabah, dapat disimpulkan terjadi fruktuasi peningkatan jumlah nasabah selama tiga tahun terakhir, tentu adanya strategi-strategi yang dilakukan oleh PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh terhadap fruktuasi peningkatan yang terjadi.

Ada beberapa strategi pemasaran produk Tabungan Prima iB Hasanah yang dilakukan oleh PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh salah satunya seperti mengadakan promo, membagikan brosur secara langsung kepada nasabah di pusat keramaian, melakukan *open table* pada acara-acara yang di selenggarakan oleh pemerintah maupun swasta, memasang iklan di media elektronik maupun media cetak serta melakukan internet *marketing* di website resmi PT. Bank BNI Syariah.[2]

Bagian Pemasaran PT. Bank BNI Syariah Banda Aceh harus melakukan serta mengeluarkan seluruh kemampuan terbaik dan kekuatan yang optimal serta strategi pemasaran yang unggul agar mampu mengambil peluang pasar dengan melakukan promosi-promosi yang dapat menarik minat calon nasabah. Kemunculan bank-bank dan lembaga keuangan syariah baru relatif menimbulkan tantangan dari berbagai kompetitor terutama dalam hal memasarakan produk penghimpun dana yang ada dalam lembaga keuangan syariah seperti perbankan syariah. Tantangan ini menjadikan persaingan yang ketat dengan bank syariah lainnya, sehingga mengharuskan PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh menyusun strategi pemasaran yang tepat untuk mengenalkan produk Tabungan Prima iB Hasanah ini kepada calon nasabah.

[2] Wawancara dengan Dina Febrina *Customer Service Head* PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh pada tanggal 23 April 2019.

Berdasarkan uraian di atas, maka pembahasan ini layak untuk dikaji dan dituangkan dalam bentuk Laporan Kerja Praktik dengan judul **"Strategi Pemasaran Produk Tabungan Prima iB Hasanah Pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh".** Dengan adanya Laporan Kerja Praktik ini diharapkan masyarakat dapat mendapatkan informasi tentang produk Tabungan Prima iB Hasanah pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh.

1.2 Tujuan Laporan Kerja Praktik

Adapun tujuan penulisan Laporan Kerja Praktik sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui keunggulan produk Tabungan Prima iB Hasanah pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh
2. Untuk mengetahui strategi yang dilakukan PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh dalam memasarkan produk Tabungan Prima iB Hasanah

1.3 Kegunaan Laporan Kerja Praktik

a. Khazanah Ilmu Pengetahuan

Hasil Laporan Kerja Praktik ini dapat menjadi bahan referensi di prodi jurusan dalam perkembangan ilmu pengetahuan di bidang perbankan syariah dan dapat menjadi sumber bacaan bagi mahasiswa khususnya Program Studi D-III Perbankan Syariah dalam mengetahui bagaimana penerapan dan strategi pemasaran produk Tabungan Prima iB Hasanah pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh.

b. Masyarakat

Penulis berharap bahwa hasil Laporan Kerja Praktik ini dapat memberikan pengetahuan *(knowledge)* bagi masyarakat luas dan pihak-pihak yang berkepentingan lainnya mengenai strategi dan keunggulan dari produk Tabungan Prima iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh serta memberikan informasi lainnya yang berkenaan dengan permasalahan yang ada dalam dunia perbankan syariah.

c. Instansi Tempat Kerja Praktik

Hasil Laporan Kerja Praktik ini dapat menjadi masukan bagi pihak karyawan PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh untuk pengembangan produk tabungan pada masa yang akan datang dan juga memberikan kontribusi positif bagi instansi tentang teori-teori yang relevan dengan perbankan syariah kedepannya. Dan karyawan perusahaan juga dapat melihat kemampuan praktikan sehingga akan lebih mudah untuk perencanaan peningkatan Sumber Daya Manusia.

d. Penulis

Adapun bagi penulis sendiri hasil Laporan Kerja Praktik ini dapat menjadi media pengembangan diri serta menambah wawasan baru guna menambah ilmu pengetahuan, memahami lebih luas tentang praktik di dalam dunia perbankan serta dapat membandingkan dengan teori-teori yang penulis dapatkan selama di bangku kuliah sehingga menambah wawasan dan pengalaman penulis tantang perbankan syariah. Selain itu Laporan Kerja Praktik ini juga sebagai salah satu untuk persyaratan menyelesaikan studi di Program Diploma III Perbankan Syariah.

1.4 Sistematika Laporan Kerja Praktik

Bagian awal sistematika penulisan Laporan Kerja Praktik terdiri dari lembar judul yaitu strategi pemasaran produk Tabungan Prima iB Hasanah pada PT. Bank BNI Syariah Banda Aceh, lembar pernyataan keaslian, lembar seminar, lembar pengesahan hasil seminar, kata pengantar, halaman transliterasi, daftar isi, daftar tabel, daftar lampiran dan ringkasan laporan.

Bagian isi sistematika penulisan Laporan Kerja Praktik terdiri dari Bab Satu, pada Bab Satu harus memenuhi unsur-unsur latar belakang, tujuan Laporan Kerja Praktik, kegunaan Kerja Praktik, dan sistematika penulisan Laporan Kerja Praktik, di mana kandungan dari unsur-unsur tersebut harus sesuai dengan topik yang dipilih.

Pada Bab Dua memuat tentang tinjauan lokasi Kerja Praktik, meliputi sejarah singkat serta visi dan misi PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh, kegiatan usaha PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh, keadaan personalia PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh.

Dilanjutkan dengan Bab Tiga, penulis akan membahas hasil dari Kegiatan Kerja Praktik yang dilakukan oleh penulis selama lebih kurang 30 hari kerja di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh yang terdiri dari beberapa sub pembahasan yaitu kegiatan Kerja Praktik, bidang Kerja Praktik, serta teori yang berkaitan disertai dengan definisi, juga penjelasan yang sesuai dengan teori-teori lainnya yang berhubungan dengan topik pembahasan yang akan dibahas.

Bab Empat memuat kesimpulan dan saran, kesimpulan yang diambil berdasarkan pembahasan secara keseluruhan yang telah dibuat. Adapun pemberian saran bertujuan untuk meningkatkan kinerja dari pihak-pihak PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh. Pada bagian akhir

sistematika penulisan Laporan Kerja Praktik meliputi, daftar pustaka, struktur organisasi, SK bimbingan, lembar konsul bimbingan, formulir penilian Kerja Praktik, lembaran nilai Kerja Praktik, daftar riwayat hidup.

BAB II
TINJAUAN LOKASI KERJA PRAKTIK

2.1 Sejarah Singkat PT. Bank BNI Syariah

Terjadinya krisis moneter pada tahun 1998 membuktikan tangguhnya sistem perbankan syariah. Prinsip syariah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, transparan, dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada Undang-Undang No. 10 Tahun 1998, pada tanggal 29 April 2000 di dirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 Kantor Cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara, dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu (bnisyariah.co.id, 2019).

Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (*office channelling*) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Dalam pelaksanaan operasional perbankan BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari Dewan Pengawas Syariah (DPS) sehingga telah memenuhi aturan syariah (bnisyariah.co.id, 2019).

Tanggal 21 Mei 2010 keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 12/41/KEP.GBI/2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT. Bank BNI Syariah. Dalam *Corporate Plan* UUS BNI tahun 2003 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan *spin off* tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu *spin off* bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor

eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah (bnisyariah.co.id, 2019). Di samping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat. Juni 2014 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 20 *Payment Point* (bnisyariah.co.id,2019). PT. Bank BNI Syariah terus berupaya meningkatkan pelayanan terbaik kepada masyarakat dengan cara memperluas jaringan ke berbagai daerah sebagai berikut:

1. Tepatnya pada tanggal 29 April 2000 BNI membuka 5 Kantor Cabang syariah di kota-kota potensial yaitu, Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin.
2. Tahun 2001 BNI kembali membuka 5 Kantor Cabang syariah, yang difokuskan di kota-kota besar di Indonesia yaitu, Jakarta (dua cabang), Bandung, Makasar dan Padang.
3. Pada tahun 2002 BNI kembali membuka dua Kantor Cabang Syariah di Medan dan Palembang.
4. Di awal tahun 2003 dengan pertimbangan *load business* yang semakin meningkat sehingga untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, BNI melakukan relokasi Kantor Cabang syariah dari Jepara ke Semarang. Sedangkan untuk melayani masyarakat kota Jepara, BNI membuka Kantor Cabang pembantu syariah Jepara.
5. Pada bulan Agustus dan September 2004, BNI Syariah membuka layanan Syariah Prima di Jakarta dan Surabaya. Layanan ini diperuntukkan bagi individu yang membutuhkan layanan perbankan yang lebih personal dalam suasana yang nyaman.

6. Pada bulan Juni dan Juli 2005, BNI Syariah membuka Kantor Cabang syariah Cirebon dan Pekanbaru dilanjuti dengan pembukaan cabang syariah Bogor di Surakarta bulan November 2005.
7. Pada bulan Desember 2005, BNI Syariah membuka Kantor Cabang syariah di Balikpapan.
8. Pada September 2006, berturut-turut BNI Syariah membuka Kantor Cabang di Jakarta Utara, Jakarta - BSD dan Tanjung Karang-Lampung. Pada Januari 2007, BNI Syariah membuka cabang di Kota Kediri.
9. Pada Desember 2007, BNI Syariah membuka cabang di Kota Jember.
10. Pada Februari 2009, BNI Syariah membuka cabang di Kota Banda Aceh yang bertempat di Jalan Tengku Daud beureuh No.33. PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh secara resmi mulai beroperasi pada tanggal 23 April 2009 yang beralamat di Jalan Teungku Haji Muhammad Daud Bereueh No. 33 C Banda Aceh. Kemudian pada tanggal 13 Desember 2018 BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh melakukan relokasi yang terletak di Jalan Teungku Haji Muhammad Daud Bereueh No. 25 C-D-E, tidak jauh dari lokasi sebelumnya.

2.1.1 Visi, Misi dan Budaya Kerja PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh

Adapun visi dan misi PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh yaitu:

2.1.1.1 Visi :

Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.

2.1.1.2 Misi :

Adapun misi PT. Bank BNI Syariah yaitu:

1. Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
2. Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
3. Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
4. Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
5. Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

2.1.1.3 Budaya Kerja

Demi mewujudkan visi dan misi PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh, maka perlu adanya budaya kerja insan yang membuat pegawai termotivasi dalam bekerja, adapun budaya kerja insan PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh yaitu, pertama, budaya kerja insan Amanah meliputi, profesional dalam menjalankan tugas, jujur dan menepati janji, bertanggung jawab, bersemangat untuk menghasilkan karya terbaik, bekerja ikhlas dan mengutamakan niat ibadah, melayani melebihi harapan nasabah. Kedua, budaya kerja insan Jamaah meliputi, peduli dan berani memberi maupun menerima umpan balik yang konstruktif, membangun sinergi secara profesional, membagi pengetahuan yang bermanfaat, memahami keterkaitan proses kerja, memperkuat kepemimpinan yang efektif (bnisyariah.co.id, 2019).

2.2 Struktur Organisasi PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh

Adapun struktur organisasi PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh adalah sebagai berikut:

1. *Branch Manager*, bertugas menetapkan rencana kerja dan anggaran sasaran usaha, tujuan yang akan dicapai, strategi dan rencana program pelaksanaan dan melihat secara langsung unit-unit kerja menurut bidang tugasnya di wilayah kerjanya sejalan dengan sistem dan prosedur yang berlaku.
2. *Branch Internal Controller*, bertugas melakukan pengendalian untuk mencapai tujuan tertentu seperti memastikan keamanan harta bank dan warkat-warkat atau berkas-berkas dari pencurian atau penggunaan yang dilakukan secara tidak benar, mendorong terciptanya operasional yang efisien dalam pemakaian sumber dana dan sumber daya yang ada, mendorong terciptanya data akuntansi yang teliti dan *reliable* sebagai dasar untuk mengembalikan keputusan maupun sebagai sarana untuk menyusun laporan keuangan, serta mendorong dipatuhinya kebijakan manajemen yang telah ditetapkan dalam mencapai tujuan perusahaan.
3. *Operational Manager*, bertugas memberi dukungan pada pimpinan cabang dan bekerja sama dalam mengorganisasikan serta mengelola dan memberikan pelayanan dan memastikan berjalannya program peningkatan budaya pelayanan dari kantor pusat PT. Bank BNI Syariah.
4. Bagian Umum, bertugas mendata dan mendokumentasikan surat masuk dan surat keluar, menyusun rancangan program-program bagi karyawan, mengatur jadwal pelaksanaannya, dan

memenuhi segala perlengkapan yang diperlukan oleh kantor guna kegiatan bank berjalan dengan kondusif.

5. *Recovery & Remedial Officer*, bertugas melakukan *Collection* kepada nasabah dengan kategori kolektibilitas 3, 4, 5 dan hapus buku, memproses usulan penyelamatan nasabah pembiayaan dengan kategori kolektibilitas 3, 4, 5, memproses usulan dan eksekusi penyelesaian nasabah dengan kategori 3, 4, 5, & hapus buku, dan memproses usulan hapus buku nasabah pembiayaan dengan kategori kolektibilitas 3, 4, 5.
6. *SME Financing*, bertugas memasarkan produk pembiayaan produktif ritel, memproses permohonan pembiayaan produktif ritel, melakukan penilaian jaminan nasabah terkait proses permohonan pembiayaan produktif ritel, mengelola pemantauan, melakukan *collection* dan memproses usulan pembiayaan produktif ritel dengan kategori kolektibilitas 1 dan 2 dan memproses pengalihan pengelolaan nasabah pembiayaan produktif kepada *Recovery & Remedial Head* sesuai ketentuan berlaku.
7. *Consumer Processing Assistant*, bertugas melakukan verifikasi data & kelengkapan dokumen permohonan pembiayaan nasabah melakukan penilaian jaminan nasabah terkait proses permohonan pembiayaan konsumer, memproses permohonan pembiayaan konsumer melalui aplikasi proses pembiayaan *(origination)*, dan mengelola validitas datanya, mengajukan keputusan atas pembiayaan konsumer yang telah diproses dan melakukan pemeriksaan data sistem informasi debitur untuk pembiayaan produktif dan konsumer.

8. *Collection Assistant,* bertugas melakukan *collection* dan memproses usulan penyelamatan pembiayaan konsumer dengan kategori kolektibilitas 1 dan 2 termasuk atas nasabah non-*skoring* agunan likuid, memproses pengalihan pengelolaan nasabah pembiayaan konsumer kepada *Recovery & Remedial Head* sesuai ketentuan berlaku.
9. *Financing Administration*, bertugas mencatat segala transaksi yang berhubungan dengan pelaksanaan akad dari jenis pembiayaan yang telah disetujui pihak pimpinan dan manajemen bank untuk dikelola dananya melalui pembiayaan kepada nasabah, proses pembuatan akad nasabah pembiayaan.
10. *Unit Sales*, bertugas untuk mencari nasabah sebanyak-banyaknya, sehingga mampu menghimpun dana dari pihak ketiga.
11. Teller, bertugas dalam melayani transaksi penyetoran dan penarikan uang tunai maupun non tunai, penukaran uang, melayani kiriman uang antar bank (kliring).
12. *Customer Service (CS)*, bertugas melayani masyarakat yang ingin membuka rekening, giro, deposito dan produk-produk yang lain sesuai dengan keinginan para calon nasabahnya, *Customer Service* juga menangani yang berkenaan dengan keluhan nasabah yang berhubungan dengan produk dan jasa bank.
13. *Back Office*, menjalankan semua proses administrasi seluruh transaksi umum agar semua tercatat dan terdokumentasi dengan baik, memonitori stok persediaan barang di gudang, dan mendukung bagian teknik komputerisasi dan ATM.

14. Bagian kebersihan dan keamanan kantor:
    1) *Office boy*, bertugas menjaga kebersihan kantor untuk kenyamanan karyawan dan nasabah, serta membantu karyawan lain ketika dibutuhkan.
    2) *Security*, bertugas untuk menjaga keamanan kantor, memantau setiap nasabah yang keluar masuk kantor, serta selalu siap untuk menghadapi situasi yang terjadi.
    3) *Driver*, bertangung jawab dalam hal transportasi, mengantar dan menjemput karyawan ketika diperlukan, dan juga memelihara kendaraan kantor (PT. Bank BNI Syariah, 2019).

2.3 Kegiatan Usaha PT. Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh

Bank memiliki fungsi utama yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, kemudian menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan bank juga memiliki fungsi untuk memberikan pelayanan dalam bentuk jasa (Ismail, 2011:39) Untuk mewujudkan semua fungsi utama bank, maka PT BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh memiliki kegiatan usaha yang diwujudkan dalam bentuk produk sebagai berikut:

2.3.1 Penghimpunan dana

Penghimpunan dana yang dilakukan oleh PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh di realisasiakan dalam bentuk berbagai produk sebagai berikut:

1. Tabungan BNI Dollar iB Hasanah

   Tabungan yang dikelola dengan akad *Wadiah* dan Mudarabah yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan bagi Nasabah Perorangan dan Non Perorangan dalam mata uang *USD* (bnisyariah.co.id, 2019).

2. Tabungan BNI SimPel iB Hasanah

   Tabungan dengan akad *Wadiah* untuk siswa berusia di bawah 17 tahun dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini (bnisyariah.co.id, 2019).

3. Tabungan BNI Baitullah iB Hasanah

   BNI Baitullah iB Hasanah adalah tabungan dengan akad Mudarabah atau *Wadiah* yang dipergunakan sebagai sarana untuk mendapatkan kepastian porsi berangkat menunaikan ibadah Haji (Reguler/ Khusus) dan merencanakan ibadah Umrah sesuai keinginan penabung dengan sistem setoran bebas atau bulanan dalam mata uang Rupiah dan USD (bnisyariah.co.id, 2019).

4. Tabungan BNI Prima iB Hasanah

   BNI Prima iB Hasanah adalah tabungan dengan akad Mudarabah dan *Wadiah* yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan bagi Nasabah *high networth individual* secara perorangan dalam mata uang rupiah dan bagi hasil yang lebih kompetitif (bnisyariah.co.id, 2019).

5. Tabungan BNI Tunas iB Hasanah

   BNI Tunas iB Hasanah adalah tabungan dengan akad *Wadiah* dan Mudarabah yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia di bawah 17 tahun (bnisyariah.co.id, 2019).

6. Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah

   BNI Bisnis iB Hasanah adalah tabungan dengan akad Mudaarabah dan *Wadiah* yang dilengkapi dengan detil mutasi debet dan kredit pada buku tabungan dan bagi hasil yang lebih kompetitif dalam mata uang rupiah (bnisyariah.co.id, 2019).

7. Tabungan BNI iB Hasanah

   BNI iB Hasanah adalah tabungan dengan menggunakan akad Mudarabah atau *Wadiah* yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan dalam mata uang Rupiah (bnisyariah.co.id, 2019).

8. Tabungan BNI Tapenas iB Hasanah

   BNI Tapenas iB Hasanah adalah tabungan berjangka dengan akad Mudarabah untuk perencanaan masa depan yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan sistem setoran bulanan yang bermanfaat untuk membantu menyiapkan rencana masa depan seperti rencana liburan, ibadah umrah, pendidikan ataupun rencana masa depan lainnya (bnisyariah.co.id, 2019).

9. Tabungan BNI TabunganKu iB Hasanah

   BNI TabunganKu iB Hasanah ialah produk simpanan dana dari Bank Indonesia yang dikelola sesuai dengan prinsip syariah dengan akad *Wadiah* dalam mata uang Rupiah untuk meningkatkan kesadaran menabung masyarakat.

10. Giro iB Hasanah

    Giro iB Hasanah adalah simpanan transaksional dalam mata uang IDR dan USD yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan pilihan akad mudarabah *mutlaqah* atau *Wadiah yadh dhamanah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan Cek, Bilyet Giro, Sarana Perintah pembayaran lainnya atau dengan Pemindah bukuan, salah satu manfaat giro yaitu giro dapat dibuka atas nama perorangan maupun perusahaan (bnisyariah.co.id, 2019).

11. Deposito iB Hasanah

    Deposito iB Hasanah adalah investasi berjangka yang dikelola berdasarkan prinsip syariah yang ditujukan bagi nasabah perorangan, perusahaan, dengan menggunakan akad mudarabah (bnisyariah.co.id, 2019).

2.3.2 Penyaluran dana

Adapun produk penyaluran dana yang ditawarkan PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh sebagai berikut:

2.3.2.1 Pembiayaan konsumtif

Pembiayaan konsumtif merupakan pembiayaan yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan. Berikut produk pembiayaan konsumtif yang ditawarkan oleh PT. Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

1. BNI Griya iB Hasanah

   Griya iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli, membangun, merenovasi rumah (termasuk ruko, rusun, rukan, apartemen dan sejenisnya) dan membeli tanah kavling, yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan membayar kembali masing-masing calon nasabah (bnisyariah.co.id, 2019).

   Berdasarkan tujuannya BNI Griya iB Hasanah terbagi atas tiga, yaitu:

   a. BNI Griya iB Hasanah Kavling yaitu fasilitas yang bisa dimanfaatkan oleh nasabah yang ingin membeli tanah.
   b. BNI Griya iB Hasanah Bangun yaitu fasilitas yang bisa dimanfaatkan oleh nasabah yang ingin membangun atau

merenovasi rumah, ruko, rusun, rukan, apartemen dan sejenisnya.

c. BNI Griya iB Hasanah Plus yang menjadi produk unggulan yaitu pembiayaan dengan dua fasilitas berupa pembelian tanah plus pembangunan rumah, ruko, rusun, rukan, apartemen dan sejenisnya.

2. BNI Oto iB Hasanah

   Oto iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif murabahah yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk pembelian kendaraan bermotor dengan agunan kendaraan bermotor yang dibiayai dengan pembiayaan Oto iB Hasanah ini (bnisyariah.co.id, 2019).

3. BNI Multiguna iB Hasanah

   Multiguna iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk pembelian barang kebutuhan konsumtif dan/ atau jasa sesuai prinsip syariah dengan disertai agunan berupa tanah dan bangunan yang ditinggali berstatus SHM atau SHGB dan bukan barang yang dibiayai (bnisyariah.co.id, 2019).

4. BNI Fleksi iB Hasanah

   Fleksi iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif bagi pegawai/karyawan suatu perusahaan/lembaga/instansi untuk pembelian barang dan penggunaan jasa sesuai syariat islam (bnisyariah.co.id, 2019).

5. BNI CCF iB Hasanah

   Cash Collateral Financing (CCF) iB Hasanah adalah pembiayaan yang dijamin dengan cash, yaitu dijamin dalam

bentuk deposito, giro, dan tabungan yang diterbitkan BNI Syariah (bnisyariah.co.id, 2019).

2.3.2.2 Pembiayaan produktif

Pembiayaan produktif merupakan pembiayaan yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan produksi nasabah baik dalam peningkatan usaha, perdagangan ataupun untuk investasi. Berikut produk pembiayaan produktif yang ditawarkan oleh PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh.

1. BNI Wirausaha iB Hasanah

   Wirausaha iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan produktif yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan usaha-usaha produktif (modal kerja dan investasi) yang tidak bertentangan dengan syariah dan ketentuan peraturan perundangan yang berlaku (bnisyariah.co.id, 2019).

2. BNI Usaha Kecil iB Hasanah

   Usaha Kecil iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan produktif yang diberikan untuk pengembangan usaha produktif yang *feasible* guna memenuhi kebutuhan modal kerja atau investasi usaha (bnisyariah.co.id, 2019).

2.3.3 Pelayanan jasa

PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh menyediakan pelayanan kepada nasabah sama halnya dengan bank syariah pada umumnya. Jasa- jasa tersebut meliputi: pengiriman uang (transfer), *payroll* gaji, penagihan surat-surat berharga yang berasal dari dalam kota *(clearing)*, penagihan surat-surat berharga yang berasal dari luar kota (inkaso), bank garansi, dan jasa-jasa pendukung dari kegiatan pokok bank dalam menghimpun dan menyalurkan dana (bnisyariah.co.id, 2019).

2.4 Keadaan Personalia PT. Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh

PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh memiliki 45 karyawan, yang terdiri dari 29 laki-laki dan 16 perempuan. Adapun posisi yang ditempati karyawan tersebut berbeda-beda, pada pembahasan ini penulis akan membahas keadaan personalia PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh berdasarkan beberapa kategori diantaranya: deskripsi posisi kerja dan pendidikan terakhir. Karakterisktik karyawan berdasarkan posisi kerja dapat dilihat pada tabel 2.1 dan pendidikan karyawan dapat dilihat pada tabel 2.2.

Tabel 2.1
Karakteristik Karyawan Berdasarkan Posisi Kerja

Posisi	Jumlah (orang)
Branch Manager	1
Branch Internal Controller	1
Operational Manager	1
Recovery & Remedial Head	1
Recovery & Remedial Assistant	1
SME Financing Head	1
SME Account Officer	2
Sales Head	1
Sales Officer	1
Sales Assistant	3
Funding officer	1
Funding Assistant	3
Consumer Processing Head	1
Consumer Processing Assistant	2
Collection Assistant	1
Back Office Head	1
Operation Assistant	1
Administration Assistant	1
Financing Administration Head	1
Financing Administration Assistant	2
Costumer Service Head	1
Customer Service	3
Teller	4

Security	4
Driver	3
Office Boy	3
Total	45

Sumber: PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh (2019)

Berdasarkan tabel 2.1 deskripsi posisi kerja karyawan pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh di atas dapat disimpulkan bahwa rata-rata jumlah karyawan pada setiap posisi dalam satu unit terdiri dari tiga sampai empat orang karyawan. Dimana dalam setiap unit terdapat satu orang sebagai *Head* dan dua atau tiga orang sebagai *Assistant.*

Tabel 2.2
Karakteristik Karyawan Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah (orang)
Magister (S-2)	7
Sarjana (S-1)	29
SMA	9

Sumber: PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh (2019)

Tabel di atas menunjukkan tingkat pendidikan terakhir karyawan PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh yang mempunyai latar belakang pendidikan yang berbeda-beda yaitu Magister (S2), Sarjana (S1), dan SMA. Karyawan dengan pendidikan S2 berjumlah 7 orang, karyawan yang berpendidikan S1 berjumlah 29 orang dan karyawan yang berpendidikan SMA berjumlah 9 orang, dengan total 45 orang karyawan.

BAB III
HASIL KEGIATAN KERJA PRAKTIK

3.1 Kegiatan Kerja Praktik

Kegiatan Kerja Praktik dilaksanakan dalam 30 hari kerja ditambah kontrak 5 hari kerja yang berlangsung pada tanggal 18 Maret sampai dengan tanggal 10 Mei 2019, kegiatan ini dilaksanakan dari hari Senin sampai dengan hari Jumat yang dimulai dari pukul 08.00 wib sampai dengan pukul 17.00 WIB. Pada hari Jumat kegiatan dimulai dari pukul 07.15 dengan pembacaan ayat suci Al-Quran yang dilakukan secara tadarus oleh seluruh pegawai di musala, selanjutnya diberkan beberapa menit waktu luang untuk melaksanakan shalat sunah dhuha. Penulis banyak mendapatkan pengetahuan tentang pelaksanaan kegiatan perbankan syariah dan pengalaman serta dapat mengimplementasikan ilmu yang telah didapatkan di bangku perkuliahan. Sebelum penulis melakukan kegiatan-kegiatan di tempat Kerja Praktik, penulis terlebih dahulu diberikan bimbingan oleh karyawan PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh agar pekerjaan yang dibebankan terlaksanakan sebagaimana mestinya.

Selama melaksanakan Kerja Praktik pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh banyak kegiatan yang penulis lakukan. Adapun kegiatan atau tugas-tugas yang penulis lakukan adalah sebagai berikut:

3.1.1 Bagian Umum

Kegiatan yang penulis lakukan selama melaksanakan Kerja Praktik pada Bagian Umum di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh yaitu, sebagai berikut:

1. Mencatat surat masuk, surat keluar, dan surat keluar rahasia

2. Mengantar surat masuk yang telah diregistrasi ke *Branch Manager* maupun *Operational Manager* untuk didisposisi
3. Merekap *Attendance Table Statistic* karyawan
4. Mengantar dan mengambil *voucher* pembelian barang
5. Mencatat dan mengarsip *voucher* pembelian barang
6. Mengantar dan mengambil *payroll* gaji pegawai
7. Membantu menyetor dan mengambil uang ke Teller
8. Membantu merapikan gudang dan memberikan nama pada jenis barang yang terdapat di gudang
9. Membantu mempersiapkan pelaksanaan acara ALPC 2019
10. Memperbaharui buku registrasi surat masuk, surat keluar, surat keluar rahasia, dan buku pengiriman barang
11. Menjaga meja absensi pada acara pelatihan *consumer* KC Banda Aceh dan KC Lhokseumawe di Hotel The Pade Aceh
12. Memeriksa kelengkapan berkas nasabah pendanaan

3.1.2 Bagian *Customer Service*

Kegiatan yang penulis lakukan selama melaksanakan Kerja Praktik pada bagian *Customer Service* PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh yaitu, sebagai berikut:

1. Merapikan berkas formulir pembukaan rekening nasabah.
2. Membantu stempel pembukaan buku tabungan nasabah.
3. Membantu *Customer Service Head* dalam mempersiapkan acara ALPC 2019
4. Membuat tabel laporan pemenang pada acara ALPC 2019
5. Mencetak soal uji kompetensi karyawan *front office*
6. Melihat kembali kesinkronan data nasabah

7. Mencatat data perusahaan yang membuka rekening giro, mencatat pengaduan nasabah, pemindah pembukuan (PP) dan debet nota (DN)
8. Membuat format buku registrasi serah terima asuransi Sinar Mas
9. Memmbuat tabel daftar nama-nama karyawan *frontliner*
10. Mendatangi seluruh pegawai untuk menandatangai absen *sharing session* bulan April

3.1.3 Bagian *Financing Administration*

Kegiatan yang penulis lakukan selama melaksanakan Kerja Praktik pada bagian *Financing Administration* PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh yaitu, sebagai berikut:

1. Memeriksa kelengkapan berkas-berkas nasabah yang telah melakukan akad
2. Melakukan fotokopi atau *scanning* dokumen seperti BPN, PKWT
3. Mengikuti proses akad dan mengambil dokumentasi yang diperlukan
4. Mengambil dan meletakkan kembali berkas nasabah pembiayaan berdasarkan kode arsip
5. Mencatat peminjaman berkas nasabah pembiayaan di buku register peminjaman berkas nasabah

3.2 Bidang Kerja Praktik

Selama melakukan kegiatan Kerja Praktik di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh, penulis di tempatkan pada bagian yang berbeda-beda, namun lebih sering melaksanakan kegiatan yang berhubungan dengan Bagian Umum dan *Customer Service*. Penulis

mengamati produk tabungan yang ditawarkan pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh. Salah satu produk tabungan yang ditawarkan adalah Tabungan Prima iB Hasanah. Tabungan ini adalah salah satu simpanan transaksional yang diperuntukan bagi segmen nasabah *high network individuals* yang berakad Mudarabah dan *Wadiah*, memiliki ketentuan setoran awal sebesar Rp25.000.000, saldo minimum sebesar Rp250.000.000 dan akan dilakukan pemotongan otomatis sebesar Rp200.000 apabila saldo rekening dibawah saldo minimum di setiap akhir bulan, sebelumnya nasabah akan diberikan pemberitahuan apabila saldo dibawah saldo minimum. Tabungan ini juga memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan transaksi kepada nasabahnnya. Selama melaksanakan kegiatan Kerja Praktik penulis memperoleh beberapa informasi mengenai produk Tabungan Prima iB Hasanah, semua itu didapatkan dengan cara mewawancarai karyawan PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh untuk membantu penulis dalam menyelesaikan proses penulisan Laporan Kerja Praktik.

3.2.1 Keunggulan Produk Tabungan Prima iB Hasanah

Sebagai salah satu produk tabungan unggulan di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh, nasabah produk Tabungan Prima iB Hasanah akan menjadi nasabah prioritas pada seluruh PT. Bank BNI Syariah di Indonesia, tersedia banyak fasilitas yang diberikan oleh pihak Bank. Dengan adanya fasilitas yang diberikan membuat ketertarikan nasabah terhadap Tabungan Prima iB Hasanah, dan menjadikan keunggulan untuk Tabungan iB Prima Hasanah dibandingan dengan produk tabungan lainnya. Adapun fasilitas Tabungan Prima iB Hasanah yang diberikan yang harus diketahui nasabah antara lain:

1. Zamrud *Card* sebagai kartu ATM dengan jaringan ATM (ATM BNI, ATM Bersama, ATM *Link*, ATM Prima & *Cirrus*) dan kartu belanja (Debit *Card*) di merchant berlogo *MasterCard* di seluruh dunia. Adapun karatkeristik Hasanah Debit Zamrud *Card* dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3.1
Karakteristik Hasanah Debit Zamrud Card

Jenis Kartu ATM	**Zamrud**
Penarikan Tunai Melalui ATM	Rp10.000.000
Transfer ke BNI/BNI Syariah melalui ATM BNI per hari	Rp100.000.000
Transfer melalui ATM *Link*/Bersama/Prima per hari	Rp25.000.000
Transfer melalui Internet *Banking*	Rp100.000.000
Transfer melalui SMS *Banking*	Rp10.000.000
Belanja pada *merchant*	Rp100.000.000
Pembelian *voucher* pulsa	Rp2.000.000

Sumber: Data dari PT.Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh (2019)

2. Kemudahan bertransaksi di seluruh *channel* perbankan BNI tanpa dipungut biaya.
3. Mendapatkan fasilitas *Executive Lounge* di Bandara. Nasabah tabungan Prima iB Hasanah dapat menikmati fasilitas *Executive Lounge* bandara yang bekerja sama dengan BNI Syariah dengan menunjukan Hasanah Debit Zamrud *Card* kepada petugas bandara.
4. Detail mutasi transaksi pada buku tabungan. Nasabah memperoleh informasi secara rinci dan jelas seluruh catatan atau riwayat transaksi

yang terjadi dalam rekeningnya, baik itu aliran dana masuk maupun dana keluar.

5. Mendapatkan fasilitas SMS pemberitahuan dan *E-banking (*SMS *Banking*, Internet *Banking dan Mobile Banking*) agar dapat mempermudah nasabah dalam bertransaksi seperti transfer, cek saldo, dan sebagainya tanpa harus mendatangi Kantor Cabang dan ATM terdekat.
6. Bagi hasil dengan menggunakan akad Mudarabah dengan nisbah bagi hasil antara nasabah dan bank sebesar 23:77.
7. Layanan antrian prioritas, apabila nasabah Tabungan Prima iB Hasanah mendatangi Kantor Cabang BNI Syariah terdekat dan menunjukkan Hasanah Debit Zamrud *Card* maka *security* akan langsung mengarahkan nasabah kepada *Customer Service Head* tanpa perlu mengambil nomor antrian dan mengantri.
8. Mendapatkan fasilitas asuransi jiwa. Berikut beberapa syarat dan ketentuannya (PT.Bank BNI Syariah, 2019):
    1) Nasabah yang diajukan sebagai calon nasabah yang telah memiliki rekening Tabungan Prima iB Hasanah dengan saldo akhir bulanan tabungan yang ditentukan oleh bank.
    2) Peserta sebagaimana yang dimaksud dalam ayat (1) pasal ini terdiri dari:
        a. Peserta *existing* yaitu pihak yang sudah menjadi nasabah sebelum tanggal efektifnya perjanjian ini
        b. Peserta baru yaitu pihak yang menjadi nasabah pada saat dan setelah tanggal efektifnya perjanjian ini.
    3) Dalam hal usia calon peserta pada saat pengajuan Asuransi menjadi peserta adalah pada usia 17 (tujuh belas) tahun dan 70

(tujuh puluh) tahun dan 75 (tujuh puluh lima) tahun, maka berlaku ketentuan sebagai berikut:

a. Usia calon peserta pada saat di ajukan ditambah dengan masa perjanjian asuransi setinggi-tingginya 71 (tujuh puluh satu) tahun
b. Manfaat meninggal dunia (termasuk akumulasi manfaat) dengan nilai sebesar Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah)

4) Dalam hal usia calon peserta pada saat pengajuan asuransi menjadi peserta adalah pada usia 71 (tujuh puluh satu) tahun dan 75 (tujuh puluh lima) tahun, maka berlaku ketentuan sebagai berikut:

a. Usia calon peserta pada saat di ajukan ditambah dengan massa perjanjian asuransi setingi-tingginya 76 (tujuh puluh enam) tahun
b. Manfaat meninggal dunia (termasuk akumulasi manfaat) dengan nilai sebesar Rp100.000.000 (seratus juta rupiah)

9. Fasilitas auto debet untuk pembayaran tagihan rutin. Nasabah tidak perlu mendatangi outlet yang bersangkutan untuk membayar tagihan seperti tagihan kartu kredit, telepon, listik, dan pembayaran dapat langsung dilakukan dengan pemotongan secara otmatis pada rekening.
10. Nasabah baru dalam pembukaan rekening otomatis berinfaq Rp500
11. Mendapatkan fasilitas limit belanja hingga Rp100.000.000 per hari

3.2.2 Strategi PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh Dalam Memasarkan Produk Tabungan Prima iB Hasanah

Dalam dunia perbankan di Indonesia yang semakin maju banyak terjadinya persaingan antara bank yang satu dengan bank lainnya. Hal ini di karenakan setiap bank ingin meningkatkan laba perusahaan dan memberikan pelayanan produk dan jasa yang terbaik bagi masyarakat. Untuk dapat mempertahankan dan menarik calon nasabah baru maka pihak bank menciptakan berbagai macam produk yang berkualitas dan mengenalkannya kepada masyarakat dalam strategi pemasaran yang efektif.

Konsep pemasaran produk Tabungan Prima iB Hasanah yang dilakukan PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh dalam memasarkan produknya yaitu memaksimalkan kepuasan pengguna Tabungan Prima iB Hasanah dari segi, kemudahan, keamanan dan kepraktisan. Oleh karena itu, PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh dituntut untuk menetapkan tujuan dan strategi dengan sebaik-baiknya sehingga segala perubahan lingkungan dapat diantisipasi dengan cermat. Hal tersebut dapat diterapkan dengan membuat strategi pemasaran yang terencana dan terarah. Dalam melakukan aktivitas pemasarannya, strategi yang dijalankan PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh yaitu dengan terus berupaya memberikan pelayanan terbaik dan fasilitas-fasilitas yang memberikan kemudahan nasabah pengguna Tabungan prima iB Hasanah dalam melakukan kegiatan keuangan dan jasa lainnya. Adapun bentuk strategi pemasaran Tabungan Prima iB Hasanah antara lain:[3]

[3] Wawancara dengan Alaina Sahisti Handayani, *Funding Assistant* PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh pada tanggal 3 Mei 2019.

1. *Direct Selling* merupakan strategi pemasaran yang dilakukan dengan cara mendatangi secara langsung calon nasabah. Pada dasarnya *direct selling* dibagi menjadi dua:
    a. Strategi yang dilakukan oleh PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh dengan mendatangi atau menjumpai calon nasabah secara langsung tanpa adanya sebuah perjanjian terlebih dahulu dengan calon nasabah. Strategi ini akan memberikan beberapa keuntungan bank yaitu, bank dapat langsung bertatap muka dengan nasabah atau calon nasabah, sehingga dapat langsung menjelaskan tentang produk tabungan Prima iB Hasanah kepada nasabah secara rinci.
    b. Strategi yang dilakukan oleh PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh dalam memasarkan produk Tabungan Prima iB Hasanah lewat *event* atau pameran-pameran pusat keramaian masyarakat atau perbelanjaan.
2. *Personal Selling* yaitu strategi yang di lakukan oleh PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh dengan cara melakukan hubungan langsung yang memiliki kekerabatan dengan karyawan atau pihak bank dengan tujuan utama memberitahukan kepada nasabah yang memiliki hubungan kerabat mengenai produk Tabungan Prima iB Hasanah baik itu berupa keunggulan serta prosedur dari produk Tabungan iB Hasanah.
3. *Open Table* merupakan strategi yang dilakukan PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh di kantor pemerintah atau swasta dengan cara meletakkan souvenir, brosur atau alat alat yang berhubungan dengan produk-produk bank pada suatu tempat dalam upaya

memperkenalkan produk tabungan Prima iB Hasanah kepada masyarakat.

4. Periklanan *(Advertising)* yaitu strategi promosi melalui media. Baik itu website resmi BNI Syariah, media cetak seperti baliho, spanduk, *billboards*, brosur dan lainnya di tempat-tempat yang strategis yang memungkinkan masyarakat dapat melihat dengan mudah, maupun media sosial seperti, *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *Google* dan lainnya.
5. PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh juga melakukan strategi seperti menawarkan promo-promo yang dikhususkan untuk produk Tabungan Prima iB Hasanah, seperti salah satunya adalah promo program OPTIMA (Open Tabungan Prima)
    1. Definisi Program

       Program OPTIMA (Open Tabungan Prima) adalah program pemberian hadiah langsung kepada nasabah baru yang membuka rekening Tsbungan Prima iB Hasanah atau eksisting nasabah tabungan BNI Prima iB Hasanah dengan menempatkan /top up dana *fresh fund* atau pemindahan dana deposito minimal sebesar dua ratus lima puluh juta dan diblokir selama jangka waktu 12 bulan.
    2. Keuntungan program antara lain, hadiah langsung di awal yang diterima nasabah, nasabah dapat memilih sendiri hadiahnya dalam bentuk barang, kesempatan mendapatkan paket wisata halal ke Turki.
    3. Ketentuan Program

       Hadiah langsung untuk nasabah dalam bentuk barang yang disediakan oleh bank. Nasabah yang diperkenankan mengikuti

program ini adalah nasabah yang melakukan penempatan dana *fresh fund* dan atau pemindahan dana deposito di tabungan BNI prima iB Hasanah. Pengertian dana *fresh fund* adalah dana yang berasal dari kiriman uang/ setoran tunai dari Bank lain dan yang bukan dianggap sebagai dana *fresh fund* sebagai berikut :

a. Dana dari penutupan tabungan lainnya yang telah dibuka di BNI Syariah.
b. Dana dari pencairan fasilitas pembiayaan nasabah.
c. Dana eksisting dari tabungan dan giro nasabah.
d. Setoran tunai hasil dari penarikan dana tabungan dan giro nasabah.

6. Strategi pemasaran terakhir dan menjadi strategi andalan untuk memasarkan produk Tabungan iB Prima Hasanah yang dilakukan PT. Bank BNI Syariah adalah *Cross Selling,* strategi ini biasanya dilakukan oleh *Customer Service* terhadap nasabah baru yang ingin melakukan pembukaan rekening baik itu produk tabungan, giro maupun deposito. Dalam hal ini *Customer Service* akan menawarkan produk Tabungan iB Prima Hasanah terhadap calon nasabah yang ingin melakukan pendanaa di atas Rp250.000.000. Strategi ini juga dilakukan oleh unit *Funding* (Pendanaan) yang akan melihat kembali apabila nasabah-nasabah eksiting (lama) yang menggunakan produk tabungan BNI Syariah lainnya dan memiliki saldo rekening rata-rata Rp250.000.000 perbulan. Kemudian nasabah akan langsung diarahkan untuk meng-*upgrade* tabungannya menjadi Tabungan Prima iB Hasanah dan sebelumnya akan diberikan edukasi terkait persyaratan dan fasilitas yang akan diperoleh.

3.2 Teori yang berkaitan

3.2.1 Pengertian Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi

Secara umum, strategi adalah langkah-langkah yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan utama, kebijakan dan rangkaian tindakan dalam suatu organisasi menjadi suatu kesatuan yang utuh. Suatu strategi mempunyai dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju (Kasmir, 2004:171).

Definisi strategi menurut Henry Mintzberg yaitu:

a. Strategi sebagai perencaanaan (*Plan)*

   Konsep pemasaran tidak terlepas dari aspek perencanaan, arahan atau acuan gerak langkah perusahaan untuk mencapai tujuan di masa depan.

b. Strategi sebagai posisi (*Position*)

   Menempatkan produk tertentu ke pasar yang telah ditentukan. Strategi ini melihat penentuan posisi dalam konteks persaingan.

c. Strategi sebagai perspektif (*Perspektive*)

   Strategi yang menggunakan insting alami melihat bagaimana suatu organisasi menjalankan kegiatannya.

d. Strategi sebagai permainan (*Play*)

   Sebuah manuver spesifik untuk memperdaya lawan atau pesaing.

2. Pengertian Pemasaran

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 tentu akan sangat berbeda dengan perusahaan keuangan.

Secara umum, pengertian pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan (Kasmir, 2005:63). Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pemasaran yaitu usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa. Untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan nasabah, maka bank perlu melakukan riset pemasaran, karena dengan melakukan riset pemasaran inilah dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen yang sebenarnya.

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, menyatu dan terpadu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai rangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberikan arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan pesaing yang selalu berubah (Assauri, 2013: 168).

3.3.2 Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran adalah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Dalam kegiatan pemasaran terdapat beberapa konsep yang masing-masing konsep memiliki tujuan yang berbeda (Kasmir, 2008: 58).

Saat ini ada empat konsep dalam pemasaran dimana masing-masing konsep saling bersaing satu sama lain (Kasmir, 2008: 58).

Adapun konsep-kosep tersebut merupakan :

1. Konsep Produksi

   Konsep produksi adalah salah satu falsafah tertua yang menjadi penuntun para penjual. Konsep ini menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dan selaras dengan kemampuan mereka dan oleh karenanya manajemen harus berkonsentrasi pada peningkatan efisiensi produksi dan efesiensi distribusi. Konsep ini juga menekankan volume produksi yang seluas-luasnya dengan harga ditekan serendah mungkin.

2. Konsep Penjualan

   Kebanyakan konsumen tidak akan membeli cukup banya produk, kecuali perusahaan menjalankan suatu usaha promosi dan penjualan yang kokoh. Oleh karena itu, perusahaan harus menjalankan usaha-usaha promosi dan penjualan dalam rangka memengaruhi konsumen. Konsep penjualan biasanya diterapkan pada produk-produk asuransi untuk lembaga nirlaba seperti parpol. Dalam konsep ini kegiatan pemasaran ditekankan lebih agresif melalui usaha-usaha promosi yang gencar.

3. Konsep Pemasaran

   Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk mencapai saran organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keiinginan pasar sasaran. Kemudian kunci yang kedua adalah pemberian kepuasan seperti yang diinginkan oleh konsumen secara lebih efektif dan lebih efisien dari yang dilakukan pesaing (Kasmir, 2008: 59).

4. Konsep Pemasaran Kemasyarakatan

   Konsep pemasaran kemasyarakatan merupakan konsep yang bersifat kemasyarakatan, konsep ini menekankan kepada penentuan kebutuhan, keinginan, dan minat pasar serta memberikan kesejahteraan konsumen dan masyarakat. Konsep pemasaran kemasyarakatan menyatakan bahwa tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan minat pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing sedemikian rupa sehingga dapat mempertinggi kesejahteraan masyarakat (Kasmir, 2008: 60).

3.3.3 *Marketing Mix*

Marketing mix (bauran pemasaran) merupakan strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan. Kebanyakan perusahaan melakukan strategi ini guna mencapai tujuan pemasarannya, apalagi dalam persaingan yang semakin ketat saat ini. Kombinasi yang terdapat dalam komponen pemasaran harus dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan secara bersama diantara elemen-elemen yang ada dalam *marketing mix* itu sendiri, setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri-sendiri tanpa dukungan dari elemen yang lain.

Elemen-elemen yang ada dalam *marketing mix* adalah *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi), dan *promotion* (promosi). Oleh karena itu setiap elemen membutuhkan strategi tersendiri, namun akan tetap terkait dengan strategi elemen lainnya seperti (Kasmir, 2006:186-206):

1. Produk (*product)* ialah dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

2. Harga (*price*) ialah salah satu aspek terpenting dalam kegiatan *marketing mix*. Mengingat harga sangat menetukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan.
3. Lokasi *(place)* ialah lokasi yang ditentukan bagi industri.
4. Promosi (*promotion*) ialah kegiatan *marketing mix* yang terakhir.

Setiap bank berusaha mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung, tanpa promosi nasabah tidak akan mengenal produk bank.

3.3.4 Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Islam

a. Pemasaran Dalam Islam

Pemasaran dalam pandangan Islam merupakan suatu penerapan disiplin strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Ide mengenai Pemasaran Syariah ini sendiri dikemukakan oleh dua orang pakar di bidang Pemasaran dan Syariah. Mereka adalah Hermawan Kertajaya, salah satu dari lima puluh orang guru yang telah mengubah masa depan dunia pemasaran bersama-sama dengan Philip Kotler, dan Muhammad Syakir Sula, salah satu dari enam pemegang gelar profesional ahli Asuransi Syariah juga CEO Batasa Tazkia sebuah Konsultan Syariah yang cukup dikenal dikalangan perbankan dan Asuransi Syariah.

Mereka memberikan definisi untuk Pemasaran Syariah *(Marketing* Syariah), adalah sebagai berikut: "*Sharia Marketing is astrategic business discipline that directs the process of creating, offering, and changing value from one initiatorto its stakeholders, and the wholeprocess should be in aaccordance with muamalah principles in Islam*". Jika diterjemahkan pengertian dari *Sharia Marketing* di atas

adalah sebagai berikut: "*Marketing* Syariah adalah sebuah disiplin strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *values* dari satu inisiator kepada stakeholdernya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah Islami" (Kertajaya dan Sula, 2000:29).

Pemasaran merupakan ruh dari sebuah institusi bisnis. Semua orang yang bekerja dalam institusi tersebut adalah marketer yang membawa intergritas, identitas, dan *image* perusahaan. Sebuah institusi yang menjalankan Pemasaran Syariah adalah perusahaan yang tidak berhubungan dengan bisnis yang mengandung unsur-unsur yang dilarang menurut syariah, yaitu bisnis judi, riba, dan produk-produk haram. Namun, walaupun bisnis perusahaan tersebut tidak berhubungan dengan kegiatan bisnis yang diharamkan, terkadang taktik yang digunakan dalam memasarkan produk-produk mereka masih menggunakan cara-cara yang diharamkan dan tidak etis(Kertajaya dan Sula, 2000). Sebagaimana dalam Al-qur'an:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ (١) الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ (٢) وَإِذَا كَالُوهُمْ أَو
وَّزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ (٣) أَلَا يَظُنُّ أُولَٰئِكَ أَنَّهُم مَّبْعُوثُونَ (٤) لِيَوْمٍ عَظِيمٍ (٥)

Artinya: "*Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang. (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. Tidaklah orang-orang itu menyangka, bahwa sesungguhnya mereka akan dibangkitkan pada suatu hari yang besar, (yaitu) hari (ketika) manusia berdiri menghadap Tuhan semesta alam. Yang dimaksud dengan orang-orang yang curang di sini ialah orang-orangyang curang dalam menakar dan menimbang".* (Al-muthaffifin [83] : 1-6)

Ayat diatas merupakan ancaman kepada semua pihak agar tidak melakukan kecurangan dalam penimbangan dan pengukuran, termasuk melakukan standar ganda. Perlakuan semacam ini, bukan saja kecurangan tetapi juga pencurian dan bukti kebejatan hati pelakunya. Disisi lain kecurangan ini menunjukkan pula keangkuhan dan pelecehan, karena biasanya pelakunya menganggap remeh sehingga berani melakukan hal tersebut (Shihab, 2006: 121-124).

Ada empat hal yang menjadi *key success factors* (KSF) dalam mengelola strategi pemasaran syariah, yaitu (Kertajaya dan Sula, 2000):

a. *Shiddiq* (benar dan jujur), jika seorang pengusaha senantiasa berperilaku benar dan jujur dalam sepanjang kegiatannya, pemasar bersifat shiddiq haruslah menjiwai seluruh perilakunya dalam melakukan pemasaran, dalam berhubungan dengan pelanggan, dalam bertransaksi dengan nasabah, dan dalam membuat perjanjian dengan mitrabisnisnya.
b. Amanah (terpercaya, kredibel) artinya dapat dipercaya, bertanggung jawab, dan kredibel, juga bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan. Diantara nilai yang terkait dengan kejujuran dan melengkapinya adalah amanah.
c. Fathanah (cerdas), dapat diartikan sebagai intelektual, kecerdikan atau kebijaksanaan. Pemimpin yang fathanah adalah pemimpin yang memahami, mengerti, dan menghayati secara mendalam segala halyang menjadi tugas dan kewajibannya. Dalam bisnis, implikasi ekonomi sifat fathanah adalah bahwa segala aktivitas dalam manajemen suatu perusahaan harus dengan kecerdasan, dengan mengoptimalkan semua potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan.

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

3.4 Evaluasi Kerja Praktik

Selama melakukan Kerja Praktik pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh lebih banyak melakukan kegiatan di Bagian umum dan *Customer Service.* Ketika melaksanakan Kerja Praktik banyak ditemukan keunggulan pada bank tersebut seperti pengelolaan manajemen yang baik, keramahan pegawai pada saat melayani nasabah dan kerja sama tim yang baik, kedisiplinan dan efektivitas perusahaan dalam mendapatkan nasabah sesuai target yang telah ditentukan oleh bank tersebut. Selama ini, strategi pemasaran produk Tabungan Prima iB Hasanah yang dilakukan PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh sudah baik dan terarah hal ini dapat dilihat dari tabel jumlah peningkatan nasabah selama tiga tahun terakhir dimana setiap tahun selalu mengalami peningkatan. PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh lebih sering menerapkan strategi *Cross Selling* dan membuat promo-promo setiap tahunnya seperti program OPTIMA.

Sedangkan strategi yang lain seperti *Direct Selling*, *Personal Selling*, *Open Table*, dan *Advertising* (Periklanan) juga di lakukan oleh PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh dalam memasarkan Tabungan Prima iB Hasanah hanya saja strategi tersebut juga diterapkan di produk tabungan lainnya. Strategi pemasaran Produk Tabungan Prima iB

Hasanah diterapkan sesuai dengan prinsip syariah. PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh menghadirkan berbagai keunggulan-keunggulan yang dimiliki Tabungan Prima iB Hasanah yang membuat nasabah tertarik untuk bergabung menjadi nasabah prima pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Kota Banda Aceh, pihak bank berusaha memahami apa yang menjadi kendala bagi nasabah, sehingga apabila nantinya ada kesulitan, pihak bank dan nasabah akan bersama-sama bermusyawarah dan mencari solusi dari masalah yang dihadapi. Oleh karena itu diharapkan PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh mampu untuk mengatasi masalah-masalah yang ada dengan melakukan berbagai upaya dengan memberikan penjelasan dan pemahaman tentang produk Tabungan Prima iB Hasanah dengan baik dan efektif dan memberikan pelayanan yang maksimal lebih dari yang diharapkan bagi masyarakat.

BAB IV
PENUTUP

4.1 Kesimpulan

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

1. Keunggulan pada produk Tabungan Prima iB Hasanah dapat dilihat dari fasilitas yang diberikan antara lain, Zamrud *Card* sebagai kartu ATM dengan jaringan ATM dan kartu belanja di merchant berlogo MasterCard di seluruh dunia, kemudahan bertransaksi di seluruh *channel* perbankan BNI tanpa dipungut biaya, fasilitas *Executif Lounge* di Bandara, detail mutasi transaksi pada buku tabungan, bagi hasil yang kompetitif, fasilitas *E-Banking*, layanan antrian prioritas, fasilitas asuransi jiwa, fasilitas auto debet untuk pembayaran tagihan rutin, dan limit belanja hingga Rp100.000.000
2. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh dalam memasarkan produk Tabungan Prima iB Hasanah umumnya sama seperti yang dilakukan terhadap produk tabungan lainnya yaitu menggunakan strategi *Direct Selling*, *Personal Selling, Open Table*, *Advertising*, mengadakan promo tahunan yang menjadi strategi andalan dan paling sering dilakukan dalam memasarkan produk Tabungan Prima iB Hasanah adalah strategi *Cross Selling.*

4.2 Saran

Setelah melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh, ada beberapa saran yang perlu disampaikan dalam hal ini, di antaranya:

1. Diharapkan PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh selalu melakukan inovasi terhadap produk Tabungan Prima iB Hasanah agar lebih menarik perhatian nasabah, sehingga jumlah nasabah akan semakin bertambah dan lebih mengoptimalkan strategi yang ada guna untuk meningkatkan target usahanya
2. Penulis berharap Nisbah bagi hasil pada produk Tabungan Prima iB Hasanah dapat diberi tambahan persentase kepada nasabah karena menurut penulis nisbah 23:77 kurang menguntungkan bagi nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran dan Terjemahannya

Anshori, Abdul Ghofur. (2009). *Perbankan Syariah di Indonesia.* Yogyakarta: Gadjah Mada University Press

Antonio, Muhammad Syafi'i. (2001). *Bank Syariah dan Teori ke Praktik.* Jakarta: Gema Insani

Assauri, Sofjan, (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Gafindo Persana

Brosur, PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh. *Produk Tabungan Prima IB Hasanah,* Banda Aceh 26 April 2019.

Ismail, (2011). *Perbankan Syariah*. edisi pertama Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Kasmir, (2006). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Kasmir, (2011). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Kasmir. (2005). *Pemasaran Ban*. Jakarta: Kencana

Kotler, Philip (2008). *Manajemen Pemasaran.* edisi revisi cetakan III Jakarta: Kencana

Kertajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula, (2000). *Syariah Marketing*. Bandung: Mekar Surabaya

Republik_Indonesia. 2008. Undang-Undang No 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

Shihab, M.Quraish, (2000), *Wawasan Al-Quran tentang Dzikir dan Doa* Jakarta: Lentera Hati

bnisyariah.co.id. 2019 "BNI Tabungan iB Hasanah", http;/www.bnisyariah.co.id/idid/personal/pendanaan/bnitabunganibhasanah

bnisyariah.co.id. 2019 " Pembiyaan BNI Syariah ", http;/www.bnisyariah.co.id/id-id/personal/pembiyaan

bnisyariah.co.id. 2019 "Sejarah BNI Syariah", http;/www.bnisyariah.co.id/idid/perusahaan/tentangbnisyariah/sejarah

bnisyariah.co.id. 2019 " Visi & Misi BNI Syariah", http;/www.bnisyariah.co.id/idid/perusahaan/tentangbnisyariah/visi&misi

bnisyariah.co.id. 2019 "Produk Tabungan BNI Prima iB Hasanah", http;/www.bnisyariah.co.id/id-id/personal/pendanaan/bniprimaibhasanah

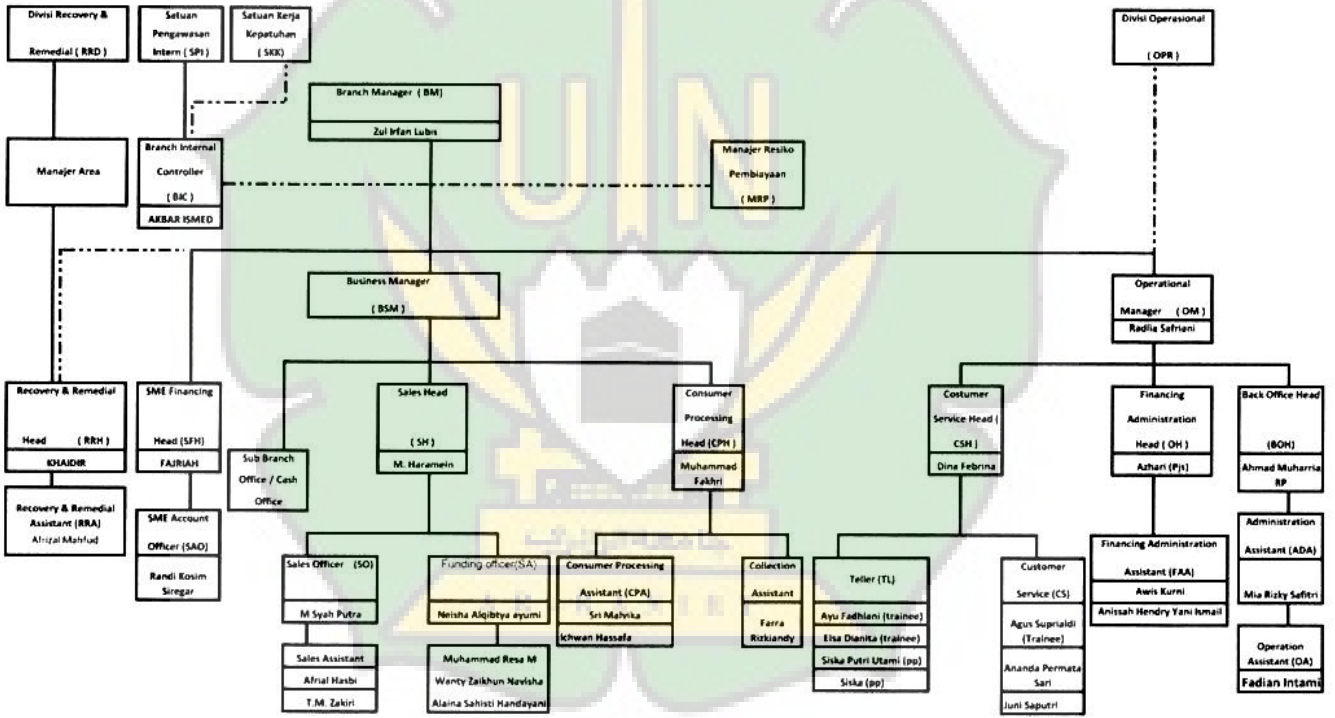
bnisyariah.co.id. 2019 "Profile Perusahaan", http;/www.bnisyariah.co.id/idid/perusahaan/tentangbnisyariah /profileperusahaan

Berdasarkan Hasil Keputusan Rapat Direksi tanggal 12 Oktober 2012
Organisasi Kantor Cabang
Ketetapan Organisasi Divisi REN No ORG/06/XI/2012 tanggal 29 Nov 2012
Lampiran 1: STRUKTUR KANTOR CABANG

Status Dokumen : Perubahan Kedua
Penetapan terakhir Kantor Cabang tanggal 25-6-2012

KANTOR CABANG

STRUKTUR



UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor : 2373/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 :
a. bahwa untuk kelancaran penulisan Laporan Kerja Praktik mahasiswa Program Studi D-III Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka dipandang perlu menunjukkan Pembimbing Laporan Kerja Praktik yang ditetapkan dengan surat keputusan Dekan;
b. bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dinilai mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Laporan Kerja Praktik pada Program Studi D-III Perbankan Syariah.

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

M E M U T U S K A N

Menetapkan :
Pertama : Menunjuk Saudara (i) :
a. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag — Sebagai Pembimbing I
b. Evriyenni, SE.,M.Si — Sebagai Pembimbing II

untuk membimbing Laporan Kerja Praktik Mahasiswa (i) :
N a m a : Rosi Silvana
N I M : 160601118
Prodi : D-III Perbankan Syariah
J u d u l : Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Prima Hasanah Pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh

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

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada tanggal : 29 April 2019
D e k a n,

Zaki Fuad

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

LEMBAR KONTROL BIMBINGAN

Nama/NIM : Rosi Silvana/160601118
Prodi : D-III Perbankan Syariah
Judul LKP : Strategi Pemasaran Produk Tabungan Prima iB Hasanah Pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh
Tanggal SK : 29 April 2019
Pembimbing I : Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag
Pembimbing II : Evriyenni, SE.M.Si

No.	Tanggal Penyerahan	Tanggal Bimbingan	Bab yang Dibimbing	Catatan	Tanda Tangan Pembimbing
1.	27/Mei 2019	27/Mei 2019	Bab I, II, III, IV	Revisi tujuan penulisan LKP	
2.	11/Juni 2019	12/Juni 2019	Bab I, II, III, IV	Revisi tanda baca, kapital	
3.	24/Juni 2019	24/Juni 2019	Bab I, II, III, IV	Acc Sidang	

Mengetahui,
Ketua Prodi D-III Perbankan Syariah,

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