

LAPORAN KERJA PRAKTIK
STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN BITURRAHMAN
(TABARA) PADA PT. BPRS BAITURRAHMAN
KEUTAPANG ACEH BESAR



Disusun Oleh:

ZAHRATUNNISA
NIM. 160601055

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 : Zahratunnisa
NIM : 160601055
Program Studi : D-III Perbankan Syariah
Fakultas : FEBI (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 Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
- 4. 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, 9 Juni 2019

Yang Menyatakan,



Zahratunnisa

LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR HASIL LKP

LAPORAN KERJA PRAKTIK

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

Dengan Judul:
Strategi Pemasaran Produk Tabungan Baiturrahman (TABARA) pada
BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar

Disusun Oleh:

Zahratunisa
NIM. 160601055

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,

Dr. Nevi Hasnita, M.Ag
197711052006042003

Pembimbing II,

Azimah Dianah, SE., M.Si., Ak
NIDN. 202628803

Mengetahui
Ketua Program Studi D-III
Perbankan Syariah,

Dr. Nevi Hasnita, M.Ag
NIP. 197711052006042003

AR PENGESAHAN HASIL SEMINAR

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Disusun Oleh:

Zahratunisa

NIM. 160601055

Dengan Judul:

Strategi Pemasaran Produk Tabungan Baiturrahman (TABARA) pada
BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar

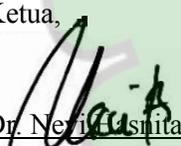
Telah Diseminarkan Oleh Program Studi D-III Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima
Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk Menyelesaikan Program Studi
Diploma III dalam Bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: Selasa, 23 Juli 2019
20 Zhulqaidah 1439 H

Di Darussalam, Banda Aceh
Tim Penilai Laporan Kerja Praktik

Ketua,

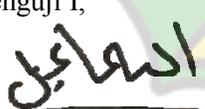
Sekretaris,

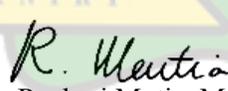

Dr. Nezi Husnita, M.Ag
NIP. 197711052006042003


Azimah Diahah, SE., M.Si., Ak
NIDN. 202628803

Penguji I,

Penguji II,


Ismail Rasyid Ridla Tarigan, MA
NIP. 198310282015031001

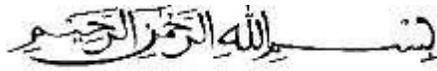

Rachmi Mutia, M.Sc
NIP. 198803192019032013

Mengetahui

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


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

KATA PENGANTAR



AssalamualaikumWr, Wb.

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik Ini. Shalawat dan salam penulis sanjungkan kepangkuan Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan sahabat Beliau yang telah memberikan pencerahan bagi kita hingga dapat merasakan nikmatnya iman dalam Islam, serta nikmat kemuliaan dalam ilmu pengetahuan.

Penulisan Laporan Kerja Praktik ini berjudul **“Strategi Pemasaran Produk Tabungan Baiturrahman pada PT. BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar”** yang bertujuan untuk melengkapi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi pada Program Diploma III Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam penyusunan Laporan Kerja Praktik ini, penulis mendapat bimbingan, arahan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ungkapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr.Zaki Fuad Chalil,M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Ibu Dr. Nevi Hasnita, S.Ag.,M.Ag selaku Ketua Prodi Diploma III Perbankan Syariah.
3. Azimah Diana SE.,M.Si.Ak selaku Penasehat Akademik
4. Ibu Dr. Nevi Hasnita S.Ag.,M.Ag selaku pembimbing I, dan Ibu Azimah Diana, SE.,M.SI.Ak selaku pembimbing II yang

telah memberikan bimbingan dan meluangkan waktu dan tenaga di celah-celah kesibukannya, dan memberikan ilmu dalam menyelesaikan LKP ini.

5. Orang Tua Tercinta, Ayahanda Ujang Ernawan dan Ibunda Kasidar serta saudara-saudaraku Amira Luthfiah, Rizky Aditya, Farah Fadhillah dan Ulil Abshar yang telah mendo'akan dan memberi semangat, sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan.
6. Bapak Rachmad Hardiyanto selaku pimpinan PT. BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar serta seluruh karyawan yang selama masa magang telah banyak membantu penulis.
7. Sahabat-sahabat Raudhatul Anzira, Rauzatul Jannah, Ona Suarnidar, Nida Ramadha Lena, Oknita Aulia, Nadia Darwis, Widia Rolianza, Putri Darmayanti dan Putri Lajuna yang selalu mendukung dan memberikan doa.

Akhirnya, hanya kepada Allah SWT penulis berserah diri, atas jerih payah dan bantuan dari berbagai pihak, penulis dapat berharap dan mendo'akan semoga Allah SWT akan memberikan balasan yang setimpal atas doa doanya. Amin ya Rabbal'Alamin.

Banda Aceh, 10 Juni 2019
Penulis,

Zahratunisa

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

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

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ث	Sy	28	ع	‘
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
◌َ و	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hau-la*

3. Maddah

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

harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
اَ ي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ ي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ ي	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قال : *qāla*
رمى : *ramā*
قيل : *qīla*
يقول : *yaqūlu*

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- Ta *marbutah* (ة)hidup
Ta *marbutah* (ة)yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.
- Ta *marbutah* (ة) mati
Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.
- Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَانِ

: *raudah al-atfāl/ raudatul atfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

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

طَلْحَةُ

: *Ṭalḥah*

Catatan:

Modifikasi

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

RINGKASAN LAPORAN

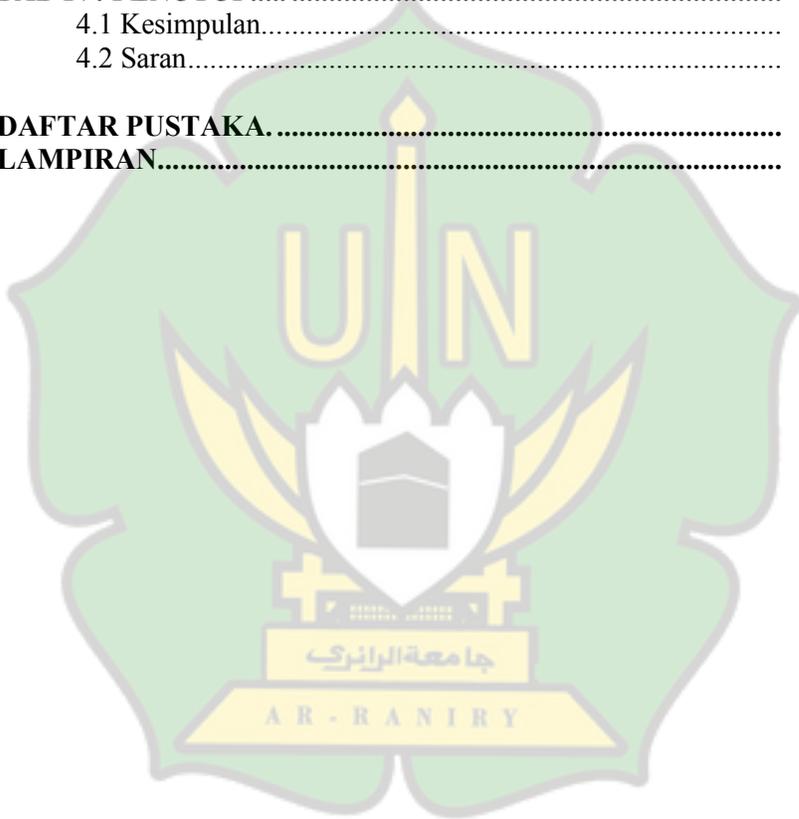
Nama : Zahratunnisa
NIM : 160601055
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/D-III
Perbankan Syariah
Judul Laporan : Strategi Pemasaran Produk Baiturrahman
(TABARA) Pada BPRS Keutapang Aceh
Besar
Hari/Tanggal Sidang : Selasa/23 Juli 2019
Tebal LKP : 48 halaman
Pembimbing I : Dr. Nevi Hasnita, S.Ag.,M.Ag
Pembimbing II : Azimah Dianah, SE., M.Si., Ak

Penulis melakukan Kerja Praktik selama tiga puluh (30) hari masa kerja, dimulai dari tanggal 25 Februari 2019 sampai dengan 09 April 2019 pada PT. BPRS Baiturrahman Keutapang Kecamatan Darul Imarah Kabupaten Aceh Besar. Selama penulis melakukan Kerja Praktik, penulis ditempatkan pada bagian Customer Service dan Account Officer. Adapun tujuan penulisan Laporan Kerja Praktik ini adalah mengetahui Strategi Pemasaran Produk Baiturrahman (TABARA), mulai dari strategi, alur, serta manfaat tabungan. Berdasarkan hasil kerja praktik di lapangan PT. BPRS Baiturrahman Keutapang, penulis melihat terlebih dahulu peluang terhadap ruang lingkup nasabah untuk menggunakan produk TABARA. Tabungan TABARA adalah produk simpanan dana dengan menggunakan akad syariah, sebagai media penyimpanan dalam bentuk rupiah. Adapun syarat dan alur pembukaan rekening tabungan TABARA ini yang telah ditetapkan oleh kebijakan bank dan harus dipenuhi oleh calon nasabah.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN HASIL SEMINAR.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN TRANSLITERASI..	v
DAFTAR ISI.....	xi
RINGKASAN LAPORAN.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	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 Laporan Kerja Praktik.....	6
BAB II TINJAUAN LOKASI KERJA PRAKTIK.....	8
2.1 Sejarah Singkat PT. BPRS Baiturrahman Aceh besar.....	8
2.2 Visi dan Misi PT. BPRS Baiturrahman Aceh besar.....	9
2.3 Struktur Organisasi PT. BPRS Baiturrahman Aceh besar.....	11
2.4 Kegiatan Usaha PT. BPRS Baiturrahman Aceh besar.....	18
2.4.1 Penghimpunan dana.....	18
2.4.2 Penyaluran Dana.....	20
2.4.3 Jasa Lainnya.....	23
2.5 Keadaan Personalia PT. BPRS Baiturrahman Aceh besar.....	23
BAB III: HASIL KEGIATAN KERJA PRAKTIK.....	25
3.1 Kegiatan Kerja Praktik.....	25
3.1.1. Bagian <i>Teller</i>	26
3.1.2. Bagian <i>Account Officer</i>	26
3.1.3. Bagian <i>Costumer Service</i>	26
3.2 Bidang Kerja Praktik.....	22
3.2.1. Produk Tabara.....	28
3.2.3. Strategi Pemasaran Produk Tabara.....	28
3.3 Teori yang Berkaitan dengan Kerja Praktik.....	32
3.3.1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	32
3.3.2. Pengertian produk.....	32
3.3.3. Pengertian Strategi Pemasaran.....	34

3.3.4. Akad Mudarabah.....	36
3.3.4.1. Pengertian Akad Mudarabah.....	36
3.3.4.2. Rukun dan Syarat Mudarabah.....	37
3.3.4.3. Jenis-jenis Akad Mudarabah.....	38
3.3.4.4. Landasan Hukum Mudarabah.	40
3.5 Evaluasi Kerja Praktik.....	41
BAB IV: PENUTUP.....	43
4.1 Kesimpulan.....	43
4.2 Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA.....	45
LAMPIRAN.....	46



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Nasabah Produk Tabungan Baiturrahman.....	5
Tabel 2.1	Jumlah Karyawan BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar Berdasarkan Jenis Kelamin	23
Tabel 2.2	Jumlah Karyawan BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar Berdasarkan umur	24
Tabel 2.3	Jumlah Karyawan BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	24



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT. BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar.....	12
--	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : SK Bimbingan	45
Lampiran 2 : Lembar Kontrol Bimbingan	46
Lampiran 3 : Lembar Nilai Kerja Praktik	47



BAB SATU PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam pembicaraan sehari-hari, Bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan, dan deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkannya. Di samping itu, bank juga dikenal sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak, uang kuliah, dan pembayaran lainnya. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 1998 tanggal 10 november 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah "Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Kasmir, 2013:24).

Perubahan dunia yang begitu cepat telah memaksa produsen dan para penjual berpikir keras agar tetap eksis di dunianya. Perubahan ini diakibatkan oleh berbagai sebab seperti pesatnya pertumbuhan dan perkembangan teknologi, baik teknologi mesin dan alat-alat berat, terlebih lagi teknologi telekomunikasi. Perkembangan teknologi mesin dari manual sampai ke serba otomatis telah mampu mengubah mutu produk. Begitu pula dengan perkembangan dan perubahan teknologi informasi dan telekomunikasi yang berkembang dalam hitungan detik (Rianto, 2010:1).

Cepatnya informasi yang masuk akibat majunya teknologi sektor informasi seperti televisi, radio, koran atau majalah telah menjadikan masyarakat semakin cerdas dan masyarakat sudah semakin sulit untuk dibohongi. Dampak lain bagi produsen adalah ketatnya persaingan antar produsen untuk memanfaatkan kemajuan teknologi ini. Produsen berusaha dengan sekuat tenaga untuk merebut konsumen pesaingnya. Oleh karena itu, kemajuan teknologi dimanfaatkan sebesar-besarnya untuk merebut hati konsumen agar membeli dan mengkonsumsi produknya hanya melalui pemahaman pemasaran secara utuh dengan menjalankan strategi pemasaran yang tepat.

Dalam memasarkan produknya, seorang pemasar harus pandai membaca situasi pasar sekarang dan dimasa yang akan datang. Dalam hal ini produsen harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen secara tepat waktu. Di samping itu, seorang pemasar harus mampu mengomunikasikan keberadaan dan kelebihan produk dibandingkan dengan produk lainnya dari pesaing. Produsen juga harus pandai menarik minat dan merayu konsumen untuk terus menggunakan produk yang ditawarkan melalui berbagai strategi. Bank sebagai lembaga keuangan yang menghasilkan jasa keuangan juga membutuhkan strategi pemasaran untuk memasarkan produknya. Dampak dari perubahan teknologi juga berdampak positif terhadap perkembangan dunia perbankan. Produk yang ditawarkan kepada nasabahnya menjadi lebih cepat dan efisien. Dampak negatifnya bagi adalah tingginya biaya untuk membeli teknologi tersebut. Kemudian bank juga harus pandai membaca keinginan dan kebutuhan nasabahnya melalui berbagai cara seperti melalui riset pemasaran. Tanpa riset pemasaran yang handal jangan harapkan bank dapat mengetahui keinginan dan

kebutuhan nasabahnya secara tepat. Bahkan bukan tidak mungkin bank akan ketinggalan informasi dibandingkan dengan bank pesaing (Rianto, 2010:3).

Dalam melakukan pemasaran, bank memiliki beberapa sasaran yang hendak dicapai. Artinya, nilai penting pemasaran bank terletak dari tujuan yang ingin dicapai tersebut seperti dalam hal meningkatkan mutu pelayanan dan menyediakan ragam produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah. Dengan diketahuinya keinginan dan kebutuhan nasabah serta lingkungan pemasaran yang memengaruhinya memudahkan bank untuk melakukan strategi guna merebut hati nasabah. Strategi yang dilakukan meliputi penentuan strategi produk, strategi harga, strategi lokasi dan layout, dan strategi promosi. Strategi ini kita kenal dengan nama bauran pemasaran (*marketing mix*). Dalam strategi produk misalnya bank harus dapat memodifikasi produk yang sudah ada menjadi lebih menarik. Bank juga dapat menciptakan produk baru. Strategi produk biasanya dimulai dari penciptaan logo dan moto yang dibuat semenarik mungkin. Kemudian menciptakan merek terhadap produk yang ditawarkan (Rianto, 2010:5).

Sebagai lembaga keuangan kegiatan bank sehari-hari tidak akan terlepas dari bidang keuangan. Sama seperti halnya pedagang atau perusahaan lainnya, kegiatan pihak perbankan secara sederhana dapat kita katakan adalah membeli uang (menghimpun dana) dan menjual uang (menyalurkan dana) kepada masyarakat umum. Dalam melaksanakan kegiatannya bank dibedakan antara kegiatan bank umum dengan kegiatan bank perkreditan rakyat. Kegiatan bank umum lebih luas dari bank perkreditan rakyat. Artinya, produk ditawarkan oleh bank umum lebih beragam, hal ini disebabkan bank umum mempunyai kebebasan untuk

menentukan produk dan jasanya. Sedangkan Bank Perkreditan Rakyat mempunyai keterbatasan tertentu sehingga kegiatannya lebih sempit (Kasmir, 2005:38).

Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) sebagai salah satu lembaga keuangan perbankan syariah, yang pola operasinya mengikuti prinsip-prinsip syariah ataupun muamalah Islam. BPRS Syariah didirikan sebagai langkah aktif dalam rangka restrukturisasi perekonomian Indonesia yang dituangkan dalam berbagai paket kebijaksanaan keuangan, moneter, dan perbankan secara umum, dan secara khusus mengisi peluang terhadap pelaksanaan bank konvensional dalam penetapan tingkat suku bunga (*rate of interest*), yang selanjutnya BPRS secara luas dikenal sebagai sistem perbankan bagi hasil atau sistem perbankan Islam (Rodoni, 2008:38).

Dalam operasionalnya, BPRS menawarkan berbagai produk yang sama seperti yang ditawarkan oleh bank syariah. Dasarnya produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian besar, yaitu produk penyaluran dana (*financing*), produk penghimpunan dana (*funding*), dan produk jasa (Karim, 2006: 97).

Dari masing-masing produk yang ditawarkan oleh PT. BPRS Baiturrahman memiliki keunggulan tersendiri dari pelaksanaannya. Salah satu produk dari PT. BPRS Baiturrahman Keutapang adalah tabungan baiturrahman (TABARA) sebagai produk tabungan pertama di PT. BPRS Baiturrahman Keutapang dan yang banyak diminati nasabah. Dari datanya nasabah tabungan tabara pada PT. BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar di tahun 2016 berjumlah 3359 (yang aktif)

tahun 2017 berjumlah 3040 (yang aktif) dan tahun 2018 berjumlah 2353 (yang aktif).¹

Tabel 1.1.
Jumlah Nasabah Produk Tabungan Baiturrahman.

Tahun	Jumlah
2016	3359
2017	3040
2018	2353
Jumlah	8.752

Dari pembahasan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk mengambil topik pembahasan dengan judul **“Strategi Pemasaran Produk Tabungan Baiturrahman (TABARA) pada PT. BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar”**

1.2. Tujuan Laporan KerjaPraktik

Tujuan Laporan Kerja Praktik ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi Pemasaran Produk Tabungan Baiturrahman (TABARA) pada PT. BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar.

1. Untuk mengetahui keunggulan atau kelebihan produk tabungan baiturrahman (TABARA) pada PT. BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar.
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk tabungan Baiturrahman (TABARA) PT. BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar.

¹Wawancara dengan Bapak Rajuwin selaku kepala bagian operasional 20 Maret 2019

1.3. Kegunaan Laporan Kerja Praktik

1. Khazanah Ilmu pengetahuan

Laporan Kerja Praktik ini diharapkan dapat menjadi sumber bacaan dan referensi bagi mahasiswa khususnya D-III Perbankan Syariah untuk mengetahui ”Strategi Pemasaran Produk Tabungan Baiturrahman (TABARA) pada PT. BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar”.

2. Masyarakat

Laporan kerja praktik bagi masyarakat yaitu dapat menjadi pengetahuan dan sumber informasi untuk masyarakat mengenai “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Baiturrahman (TABARA) pada PT. BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar”.

3. Instansi Tempat Kerja Praktik

Laporan Kerja Praktik bagi instansi tempat kerja praktik dapat membantu staf atau karyawan di BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar, serta dapat menjadi acuan bagi pihak BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar di masa yang akan datang dan juga memberikan masukan yang konstruktif kepada instansi yang terkait tentang teori-teori yang relevan untuk dapat diaplikasikan dalam dunia kerja.

4. Penulis

Laporan ini berguna untuk menambah wawasan mengenai “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Baiturrahman (TABARA) pada PT. BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar”. Serta memperoleh pengalaman baru dalam dunia kerja, dimana penulis bisa membandingkannya dengan teori yang telah diperoleh diperkuliahan dengan keadaan yang didapat dalam dunia kerja.

1.4 Sistematika Laporan Kerja Praktik

Untuk menjadikan pembahasan laporan kerja praktik ini terarah secara baik dan benar, maka penulis akan menyusun pembahasan ke dalam empat bab yang saling berkaitan dan mendukung satu sama lain, sebagai berikut: dimana bab pertama, dijelaskan tentang pendahuluan sebagai pengantar secara garis besar mengenai laporan Kerja Praktik ini. Disusun mulai dari latar belakang, tujuan laporan kerja praktik, kegunaan laporan kerja praktik dan sistematika penulisan laporan kerja praktik.

Kemudian bab kedua, penulis akan membahas tinjauan lokasi kerja Praktik dan gambaran umum tentang sejarah singkat “PT. BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar”, struktur organisasi PT. BPRS Baiturrahman KeutapangAceh Besar, kegiatan usaha PT. BPRS Baiturrahman keutapang,dan keadaan personalia PT. BPRS Baiturrahman KeutapangAceh Besar.

Selanjutnya bab ketiga, penulis membahas hasil kegiatan Kerja Praktik, yang dibagi dalam sub bahasan yaitu kegiatan-kegiatan yang penulis lakukan saat magang terdiri dari Kegiatan Kerja Praktik, bidang Kerja Praktik, teori yang berkaitan, dan evaluasi Kerja Praktik.

Dan bab keempat, adalah bab kesimpulan yang diperoleh dari hasil kegiatan Kerja Praktik yang telah dilakukan serta kesimpulan dari seluruh rangkaian pembahasan yang telah dijelaskan dan diuraikan penulis. Pada bab ini juga disajikan saran penulis untuk pihak yang terkait sekiranya saran tersebut dapat bermanfaat bagi PT. BPRS Baiturrahman.

BAB DUA

TINJAUAN LOKASI KERJA PRAKTIK

2.2 Sejarah Singkat PT. BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar.

Kehadiran perbankan berfungsi melayani masyarakat di daerah pedesaan, atau biasa dikenal dengan *rural banking*. Di Indonesia *rural banking* diakomodasi dalam bentuk Lembaga Bank Pembiayaan Rakyat (BPR) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Lembaga keuangan ini dibutuhkan oleh masyarakat di daerah pedesaan atau pinggiran yang belum terjangkau oleh bank umum, baik dari segi penyimpanan dana nasabah maupun segi pembiayaan.

Status hukum BPR diakui pertama kali dalam paket kebijakan Oktober (pakto) tanggal 27 Oktober 1988, sebagai bagian dari paket Kebijakan Keuangan, Moneter dan Perbankan. Secara historis, BPR adalah penjelmaan dari banyak lembaga keuangan, seperti bank desa, tabung desa, bank pasar, Bank Pegawai Lumbung Pilih Negeri, Lembaga Perkereditan Desa (LPD), Bank Kredit Desa (BKD), Lembaga Pengkreditan Kecamatan (LPK), Lembaga Karya Produksi Desa (BKPD), dan atau lembaga lainnya yang dapat dipersamakan dengan itu. Sejak dikeluarkan UU No. 7 tahun 1992. Keberadaan lembaga-lembaga keuangan tersebut diperjelas melalui izin Menteri Keuangan.

BPRS Baiturrahman mulai beroperasi pada tanggal 15 April 1994, dengan jumlah pemegang saham pada mulanya sebanyak 16 orang, dengan berlatar belakang di Bidang Birokratis, Pebisnis, dan Profesional. Berawal dari pemikiran seorang Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Hasan, MBA. Pada saat itu prakarsa PT. BPRS Baiturrahman dimaksud untuk membantu mengembangkan potensi ekonomi masyarakat dengan

menerapkan transaksi keuangan tanpa bunga, melainkan mengikuti tatacara sesuai dengan yang dianjurkan oleh Al-Qur'an dan Hadits, sampai saat ini jumlah pemegang saham sebanyak 132 orang. BPRS Baiturrahman beralamat di lokasi Jl. Cut Nyak Dien KM 12 No. 291 B.

Lembaga keuangan ini telah menjadi peserta Lembaga Simpan Pinjam (LPS) sejak perusahaan didirikan. Lembaga penjamin simpanan (LPS) adalah badan hukum yang menyelenggarakan kegiatan penjaminan atas simpanan nasabah menyimpan melalui skim asuransi. Berdasarkan bukti tersebut, maka dana masyarakat akan dijamin pemerintah. Guna memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabah, PT BPRS Baiturrahman mempunyai visi misi karena dengan visi misi tersebut. PT BPRS Baiturrahman akan selalu menjadi pendamping usaha dan kebutuhan pribadi nasabah, yang dikelola secara bersama-sama dan juga hasilnya dinikmati secara bersama (Laporan Direksi PT. BPRS Baiturrahman, 2017).

1. Undang-undang No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan yang dirubah menjadi Undang-undang No. 10 tahun 1998
2. Peraturan Pemerintah No. 71 tahun 1992 tentang BPRS
3. Peraturan Pemerintah No. 72 tahun 1992 tentang Bank berdasarkan prinsip bagi hasil
4. Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 221/KKM.017/93 tanggal 26 Febuari tahun 1993
5. Akte perseroan No. 39 tahun 1993 dari perubahannya yang dibuat dihadapan Notaris "Husni Usman, S.H.

2.2 Visi Dan Misi PT. BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar

Visi adalah pandangan jauh ke depan dari individu atau suatu organisasi, berkaitan dengan tujuan yang ingin dicapai, dan apa yang

perlu dilakukan untuk mewujudkan visi tersebut di masa depan. Sedangkan misi adalah segala sesuatu (strategi, tindakan) yang harus dilakukan untuk mewujudkan visi. Misi organisasi merupakan tujuan dan alasan berdirinya sebuah organisasi dan menjadi pedoman dan arahan dalam mencapai tujuan organisasi. Dalam hal ini visi- dan misi yang dibuat oleh PT. BPRS Baiturrahma sebagai berikut:

1. Visi PT.BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar

Visi PT.BPRS Baiturrahman adalah mewujudkan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang kompetitif dengan predikat sehat serta efisien, mendukung sektor usaha kecil dan mikro guna mencapai perekonomian yang berbasis kerakyatan (Laporan Direksi PT. BPRS Baiturrahman, 2017).

2. Misi PT. BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar

Misi PT BPRS Baiturrahman adalah mewujudkan Bank Pembiayaan Rakyat Syariahyang tumbuh dan berkembang, berorientasi profit, memberikan kontribusi yang optimal kepada pengurus, pemegang saham (*share holder*) dan segenap karyawan, rekanan kerja, nasabah (*stake holder*) melalui kegiatan operasional

3. Moto dan Falsafah PT. BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar

Moto, Tumbuh berkembang dan setia bersama pengusaha kecil. Sedangkan falsafah yang dianut dalam pengelolaan dan pengembangan PT BPRS Baiturrahman dituangkan dalam tiga hal yaitu:

a) Kebersamaan

Merupakan semangat persatuan dan kesatuan serta kerjasama dan menggalang tekad dalam mewujudkan hidup kemasayarakatan untuk mewujudkan kerjasama usaha yang saling menguntungkan.

b) **Keluargaan**

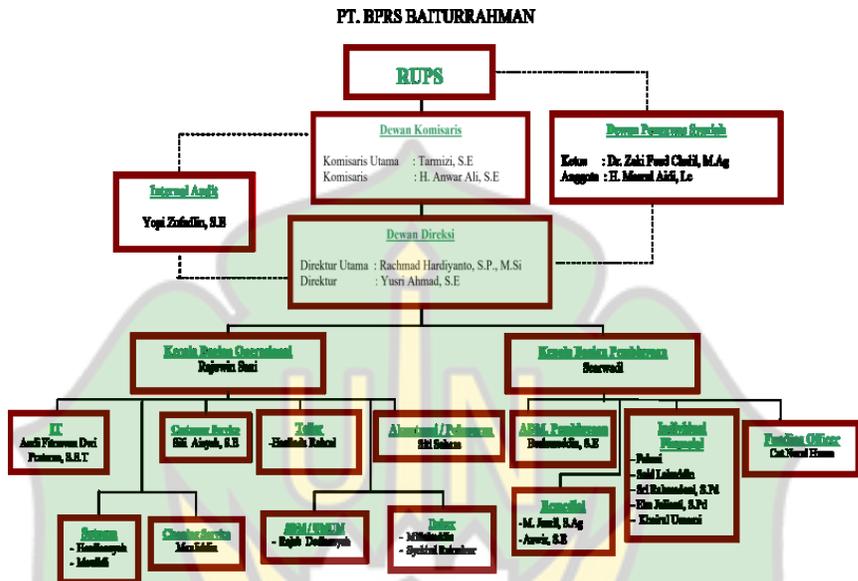
Mewujudkan keterikatan antara pengusaha berskala kecil dan mikro, pengelola BPRS Baiturrahman serta pemegang saham selaku pemilik, tanpa membedakan suku asal keturunan, agama dan strata perekonomiannya, terhimpun dalam suatu wadah BPRS Baiturrahman.

c) **Kemandirian**

Secara mandiri menetapkan kebijakan dalam melaksanakan operasional perbankan dalam rangka mewujudkan usaha kecil dan mikro yang sehat, tumbuh berkembang dan mandiri berdasarkan prinsip syariah. Serta meningkatkan partisipasi masyarakat banyak dalam proses pembangunan terutama dibidang ekonomi keuangan, karena masih cukup banyak masyarakat yang enggan berhubungan dengan perbankan.

2.3 Struktur Organisasi PT. BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar.

Tujuan dari adanya struktur organisasi adalah menyalurkan, mengendalikan, dan mengarahkan perilaku untuk mencapai apa yang dianggap menjadi tujuan perusahaan dan terciptanya kekompakan yang dapat menjadikan tindakan setiap para pekerja dapat dengan baik dan lancar. Dengan terciptanya struktur organisasi yang baik disetiap komponen dengan tugas, wewenang dan tanggung jawabnya dalam mempertahankan hubungan dengan elemen lainnya dalam rangka kelancaran dan keberhasilan tugas yang dibebankan. Strukturu organisasi di PT. BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar dapat dilihat pada gambar 2.1:



Gambar 2.1.
Struktur Organisasi PT. BPRS Baiturrahman
Keutapang Aceh Besar

1. RUPS

RUPS merupakan kekuasaan tertinggi pada PT BPRS Baiturrahman. Kekuasaan itu bukan secara individu, melainkan dalam forum rapat.

2. Dewan Komisaris

Tugas-tugas utama sebagai dewan komisaris adalah sebagai berikut :

- a) Mengawasi pekerjaan dan tindakan direktur di perusahaan mengelola harta milik perusahaan dan usaha perusahaan.
- b) Memberikan saran dan nasehat pada direktur.
- c) Membuat persetujuan kepada direktur dalam hal tertentu yang diperlukan sesuai dengan anggaran dasar.

3. Dewan Direksi

Dewan direksi terdiri dari dua bagian yaitu direktur utama dan direktur. Tugas masing-masing bagian tersebut adalah sebagai berikut:

4. Direktur Utama

Tugas-tugas utama seorang direktur utama adalah sebagai berikut :

- a) Menyusun anggaran, strategi, dan rencana kerja.
- b) Memastikan sistem atau prosedur operasional dan pembiayaan dilaksanakan sesuai ketentuan, dan laporan keuangan tepat waktu dan benar.
- c) Menindak lanjuti hasil evaluasi/pemeriksaan BI, komisaris dan DPS.
- d) Merekomendasikan/mengusulkan penyelesaian pembiayaan bermasalah melalui tahapan-tahapan sesuai dengan prinsip syariah dan apabila tidak menemukan titik terang baru akan digulirkan ke jalur hukum.

5. Direktur

Tugas-tugas utama seorang direktur adalah sebagai berikut :

- a) Bekerjasama dengan direktur utama dalam menyusun anggaran, strategi dan rencana kerja.
- b) Memastikan bahwa sistem dan prosedur operasi dilaksanakan dengan ketentuan.
- c) Menindaklanjuti hasil evaluasi/pemeriksaan BI, Komisaris dan DPS.

6. Dewan Pegawai Syariah (DPS)

Tugas-tugas utama Dewan Pegawai Syariah (DPS) adalah sebagai berikut :

- 1) Memastikan dan mengawasi kesesuaian kegiatan operasional bank terhadap fatwa yang telah ditetapkan oleh DSN-MUI.

- 2) Menilai aspek syariah terhadap pedoman operasional, dan produk yang dikeluarkan bank.
- 3) Memberikan opini dari aspek syariah terhadap pelaksanaan operasional bank secara keseluruhan.
- 4) Mengkaji produk dan jasa baru yang belum ada fatwa untuk dimintakan fatwa kepada DSN-MUI.
- 5) Menyampaikan hasil pengawasan syariah sekurang-kurangnya setiap 6 bulan kepada direksi, komisaris, DSN-MUI dan Bank Indonesia.

7. Internal Audit

Secara keseluruhan *Job Description* internal audit di bank adalah melakukan pemeriksaan disemua lini yang berhubungan dengan masuk dan keluar soal biaya, dari kantor pusat sampai kantor cabang (bila ada), dan semua bagian/divisi di periksa. Tugas-tugas utama seorang internal audit adalah :

- a) Melaksanakan proses pemeriksaan/audit internal bagi seluruh divisi cabang dan melaporkannya dalam bentuk laporan audit.
- b) Menjalankan proses audit internal baik dari segi *financial* maupun operasional.
- c) Menganalisa dengan akurat serta bisa memberikan gambaran tentang penyelesaian masalah keuangan.
- d) Melakukan monitoring dan evaluasi hasil audit internal serta menjalin koordinasi dengan pihak terkait untuk menyiapkan solusi untuk hasil temuan masalah.
- e) Aktif melakukan tugas-tugas lain yang dirasa perlu dalam upaya mencapai target audit.

8. Kepala Bagian Operasional

Tugas-tugas utama seorang kepala bagian operasional adalah membuat laporan bulanan perkembangan tabungan dan deposito dan Mengelola administrasi tabungan pasif.

9. Kepala Bagian Pembiayaan

Tugas-tugas utama seorang kepala bagian pembiayaan adalah sebagai berikut :

- a) Memonitor angsuran kredit.
- b) Memastikan proses pelaksanaan dan penyaluran pembiayaan telah sesuai dengan prosedur.
- c) Membuat target pencairan pembiayaan dan strategi produk pembiayaan.
- d) Mengkoordinir dan membuat target penagihan angsuran pembiayaan
- e) Mengawasi pelaksanaan staf pemasaran pembiayaan.

10. Teknologi Informasi (IT)

Peran IT dalam manajemen bank memegang peranan yang sangat penting. Dari waktu ke waktu teknologi semakin berkembang pesat dan maju, dalam melakukan berbagai hal seperti perhitungan dan pendataan diperlukan waktu yang singkat namun akurat.

11. *Customer Service* (CS)

Tugas-tugas utama seorang *Customer Service* adalah sebagai berikut

- a) Memberikan informasi kepada nasabah mengenai bagi hasil tabungan dan deposito yang berlaku.
- b) Melaksanakan proses pembukuan dan pencairan deposito, termasuk perhitungan bagi hasilnya.
- c) Melaksanakan proses pembukuan, penyetoran, penarikan dan penutupan rekening tabungan.

- d) Memberikan informasi dan saran kepada nasabah tentang produk dan jasa.

12. Teller/Kasir

Tugas-tugas utama seorang teller/kasir adalah sebagai berikut :

- a) Melaksanakan penarikan, pembayaran dan pencairan dana.
- b) Mencatat transaksi tunai, menyusun rekapitulasi *in* dan *out flow*.
- c) Memberikan informasi dan saran kepada nasabah tentang produk dan jasa.
- d) Memeriksa ulang transaksi nasabah dan mencocokkannya dengan nominal uang.

13. Pelaporan Akuntansi

Sebagai seorang pelaporan akuntansi, tugas utamanya adalah :

- a) Melaksanakan pembukuan transaksi setiap hari.
- b) Membuat laporan neraca dan laba/rugi, baik harian maupun bulanan setiap periodenya.
- c) Memproses dan mengelola pembukuan transaksi bank.
- d) Mentatalaksanakan buku yang menjadi tanggung jawab pelaporan.

14. SDM/Umum

Tugas-tugas seorang staf SDM/Umum adalah sebagai berikut :

- a) Melaksanakan proses dan fungsi kepegawaian.
- b) Menjaga kedisiplinan pegawai sehingga dapat digunakan sebagai tolak ukur untuk menilai produktifitasnya.
- c) Bertanggung jawab atas pengawasan, pemeliharaan dan pengarsipan harta tetap dan inventaris kantor/alat tulis kantor.

15. Pengaman/Kebersihan

Tugas-tugas utama seorang pengaman/kebersihan adalah mengelola dan mengawasi kebersihan serta keamanan kantor. Menyediakan makanan dan minuman karyawan dan tamu.

16. Administrasi Pembiayaan

Tugas-tugas utama bagian administrasi pembiayaan adalah sebagai berikut :

- a) Mengadakan pembinaan terhadap nasabah setiap diperlukan.
- b) Bertanggung jawab dibidang pembiayaan yang meliputi penerimaan calon nasabah dan segala sesuatu yang berhubungan dengan administrasi permohonan pembiayaan.
- c) Memelihara dokumen pembiayaan.

17. *Account Officer*

Tugas-tugas utama seorang *Account Officer* adalah sebagai berikut :

- 1) Merekrut dana, menyalurkan pembiayaan dan penagihan pembiayaan baik dengan sistem jemput bola maupun tidak.
- 2) Melakukan survei dan menganalisa calon debitur.

2.4 Kegiatan Usaha PT. BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar.

Untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan keuntungan serta pendapatan, BPRS Baiturrahman mengeluarkan beberapa produk guna untuk menjalankan kegiatan usahanya. Berikut adalah beberapa kegiatan usaha PT. BPRS Baiturrahman.

2.4.1. Penghimpun Dana

Pengertian penghimpunan dana adalah suatu kegiatan usaha yang dilakukan bank untuk mencari dana kepada pihak deposan yang nantinya

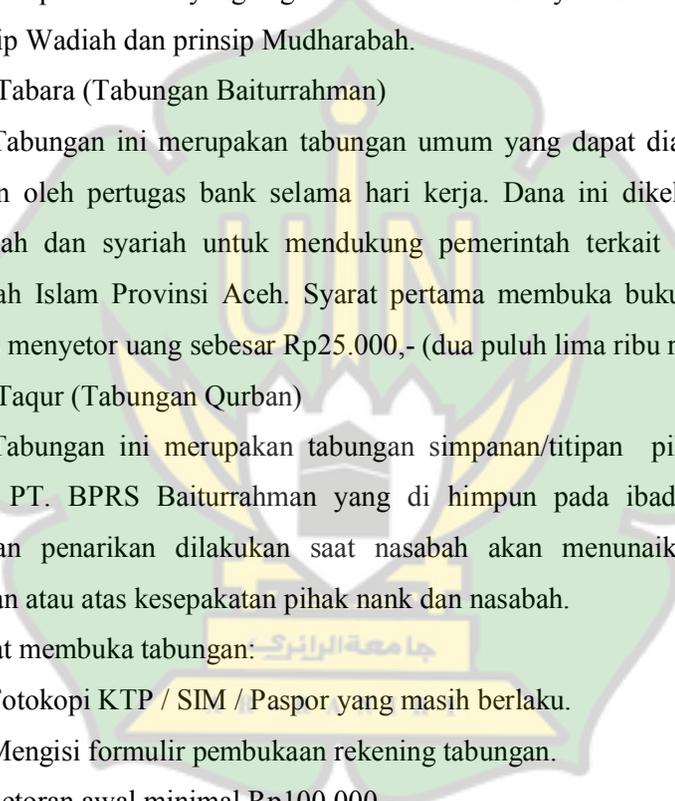
akan disalurkan kepada pihak kreditur dalam rangka menjalankan fungsinya sebagai intermediasi antara pihak deposn dengan pihak kreditur. Dalam Bank Syariah, klasifikasi penghimpunan dana yang utama tidak didasarkan atas nama produk melainkan atas prinsip yang digunakan. Berdasarkan fatwa Dewan Syariah Nasional prinsip penghimpunan dana yang digunakan dalam bank syariah ada dua yaitu prinsip Wadiah dan prinsip Mudharabah.

1. Tabara (Tabungan Baiturrahman)

Tabungan ini merupakan tabungan umum yang dapat diambil rutin harian oleh petugas bank selama hari kerja. Dana ini dikelola secara amanah dan syariah untuk mendukung pemerintah terkait penegakan syariah Islam Provinsi Aceh. Syarat pertama membuka buku tabungan harus menyetor uang sebesar Rp25.000,- (dua puluh lima ribu rupiah).

2. Taqur (Tabungan Qurban)

Tabungan ini merupakan tabungan simpanan/titipan pihak ketiga pada PT. BPRS Baiturrahman yang di himpun pada ibadah qurban dengan penarikan dilakukan saat nasabah akan menunaikan ibadah qurban atau atas kesepakatan pihak bank dan nasabah.

Syarat membuka tabungan:  جامعة الرانيري

- 1) Fotokopi KTP / SIM / Paspor yang masih berlaku.
- 2) Mengisi formulir pembukaan rekening tabungan.
- 3) Setoran awal minimal Rp100.000,-

Keunggulan tabungan qurban:

- a) Tanpa biaya administrasi bulanan.
- b) Tabungan qurban dapat di tarik pada saat 10 hari menjelang hari raya Idul Adha.

- c) Dana dikelola secara amanah dan syariah, untuk mendukung pemerintah terkait penegakan syariah¹

3. Deposito mudharabah

Deposito *mudharabah* merupakan bentuk investasi sesuai syariah dengan prinsip *mudharabah*. Investasi ini di peruntukkan bagi nasabah perorangan atau badan (non perorangan) dengan pilihan waktu penempatan berjangka 1, 3, 6 atau 12 bulan. Langkah-Langkah untuk membuka tabungan deposito *mudharabah*:

- a) Nasabah datang ke BPRS dengan melengkapi semua persyaratan yaitu membawa KTP/SIM/Pasport yang masih berlaku serta mengisi formulir dan kuitansi setoran.
- b) *Customer service* mengimput data nasabah, membuat rekening, dan membuat bilyet. Nasabah datang ke teller untuk menyetero uang sesuai kuitansi setoran. Proses selesai nasabah membawa fotokopi kuitansi setoran dan bilyet asli
- c) Setiap mendepositokan uang sebesar seratus juta akan mendapatkan bagi hasil setiap bulan sebesar 10% dan apabila mendepositokan uang di bawah seratus juta maka akan mendapatkan bagi hasil sebesar 9%.²

2.4.1 Penyaluran Dana

1. Pembiayaan Qardhul Hasan

- Keunggulan produk
 - a) Tidak adanya margin/ bunga
 - b) Tidak di pungut biaya apapun

¹ PT BPRS Baiturrahman, 2018. Brosur Tabungan *Qurban*

² PT BPRS Baiturrahman, 2018. Brosur Deposito

- c) Tidak ada denda/pinalti
- d) Angsuran setoran di jempot oleh petugas Bank
 - Syarat pengajuan pembiayaan
 1. Masyarakat yang mempunyai usaha kecil atau menengah dapat mendaftar/mengisi formulir pengajuan yang telah disediakan oleh Bak dan badan pemberdayaan masyarakat (BPM) kota Banda Aceh
 2. Melengkapi administrasi, berupa :
 - a) Foto copy KTP suami dan istri 3 lembar.
 - b) Foto copy Kartu Keluarga (KK) 1 Lembar.
 - c) Foto Copy STNK (pajak masih hidup) 1 lembar.
 - d) Foto Copy BPKB/ sertifikat (jaminan yang diberikan) 1 lembar.
 3. Administrasi yang telah lengkap diambil oleh petugas BPRS Baiturrahman dari kantor BPM kota banda aceh atau yang di tunjuk
 - Syarat pemberian pembiayaan kelompok
 - a) Kelompok pembiayaan dibentuk oleh BANK bukan oleh masyarakat/warga, sebelum terbentuk
 - b) kelompok, debitur yang mempunyai usaha di wajibkan ikut pertemuan dan mentaati peraturan yang telah dibuat oleh BPRS Baiturrahman
 - c) Calon debitur/nasabah harus memiliki agunan/jaminan yang diberikan kepada BANK
 - d) Setiap kelompok yang telah dibentuk oleh BPRS Baiturrahman berjumlah minimal 2 orang sd maksimal 5 orang dengan jumlah plafon pembiayaan sebesar Rp. 1.000.000,- sd Rp. 5.000.000,-

- e) Besar plafond pembiayaan yang diterima oleh anggota kelompok dapat berbeda-beda, dosesuaikan dengan kelayakan usaha
- f) pihak BANK mempunyai kewenangan tidak memberikan pembiayaan bagi warga yang melanggar aturan dan tidak layak usaha yang dinilai oleh pihak BANK

- Syarat pencairan.

- a) Sudah mempunyai kelompok
- b) Anggota kelompok
- c) BANK akan mengirim kembali nama-nama yang layak diberikan ke kantor BPM Kota Banda Aceh
- d) Membuka rekening baik kelompok dan individu
- e) pencairan dilakukan secara 3 : 2 minggu pertama dicairkan

2. Pembiayaan murabahah

Suatu pembiayaan dengan prinsip jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati bersama.

3. Pembiayaan Musyarakah

Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil yang porsinya disesuaikan Dengan porsi penyertaan. Cocok untuk bagi yang telah memiliki usaha dan ingin mengembangkan usahanya.

4. Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil yang sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati oleh pihak bank dan nasabah.

5. Pembiayaan Istishna

Transaksi jual beli dimana barang yang diperjual belikan belum ada. Oleh karena itu, barang diserahkan secara tangguh, sedangkan pembayaran dilakukan di muka secara cicilan.

6. Pembiayaan Salam

Pembiayaan Salam adalah transaksi jual beli dimana barang yang diperjual belikan belum ada. Oleh karena itu barang diserahkan secara tangguh, sedangkan pembayarannya dilakukan secara tunai. Bank sebagai pembeli nasabah sebagai penjual.

7. Pembiayaan Ijarah

Pembiayaan dengan prinsip sewa atau sewa beli.

8. Pembiayaan Multijasa

Pembiayaan dengan menggunakan akad *ijarah* atau akad *kafalah*, dimana bank memperoleh imbalan jasa (*ujrah*) atau *fee*. Besarnya *ujrah* atau *fee* harus disepakati di awal.

2.4.2 Pelayanan Jasa

BPRS dapat pula melakukan berbagai pelayanan jasa guna untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sesuai dengan perkembangan terkini sehingga dapat meningkatkan kualitas dan jenis produk atau layanan agar diharapkan dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas yang tinggi seluruh nasabahnya. Adapun pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. BPRS Baiturrahman antara lain:

Menerima setoran seperti:

- a) Pembayaran telepon
- b) Pembayaran *speedy*
- c) Pembayaran *on line* tagihan listrik dan Pembayaran PDAM
- d) Pembelian *voucher* pulsa *handphone*
- e) Transfer (pengiriman uang) merupakan salah satu jasa yang tersedia pada PT BPRS Baiturrahman.

2.5 Keadaan Personalia PT. BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar.

Suatu perusahaan maupun lembaga keberadaan bagian-bagian yang mengatur jalannya aktivitas guna kelancaran dan kesuksesan perusahaannya mutlak di butuhkan, sehingga masing-masing bagian dapat melaksanakan tugasnya dengan baik. PT. BPRS Baiturrahman memiliki personalia yang dapat memberikan kontribusi positif bagi masyarakat serta untuk mengurus segala hal yang menyangkut tentang administrasi karyawan bank PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Baiturrahman, dan dalam setiap bidangnya mempunyai peran dan tugas masing-masing Pada PT. BPRS Biturrahman memiliki 22 karyawan yang telah di tentukan setiap tugas dan wewenangnya di setiap bagian.

Tabel 2.1.
Jumlah karyawan PT. BPRS Baiturrahman berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)
Laki-laki	16
Perempuan	6
Jumlah	22

Sumber: Data personalia PT. BPRS Baiturrahman (2019).

Dari tabel 2.1 diatas, dapat disimpulkan bahwa dari 22 karyawan pada PT. BPRS Baiturrahman di dominasi oleh laki-laki 16 orang dan perempuan 6 orang. Sedangkan jumlah karyawan berdasarkan umur karyawan di PT. BPRS Baiturrahman:

Tabel 2.2.
Jumlah karyawan PT.BPRS Baiturrahman berdasarkan umur.

Umur	Jumlah (orang)
23-27 Tahun	6
28-31 Tahun	5
32-40 Tahun	7
>40	4
Jumlah	22

Sumber: Data personalia PT. BPRS Baiturrahman (2019).

Berdasarkan tabel diatas jumlah keseluruhan karyawan 22 dengan umur yang berbeda, antara lain karyawan dengan umur 23-17 tahun sebabnya 6 orang, karyawan dengan umur 28-31 tahun sebanyak 5 orang, karyawan dengan umur 31-40 tahun sebanyak 7 orang, dan karyawan dengan umur .40 tahun sebanyak 4 oarang.

Tabel 2.3
Jumlah Karyawan berdasarkan Tingkat Pendidikan Karyawan PT. BPRS Baiturrahman

Pendidikan	Jumlah Karyawan
S-1	9
D3	2
SMA	11
JUMLAH	22

Sumber: Data personalia PT. BPRS Baiturrahman (2019).

Dapat dilihat dari tabel 2.3 pendidikan terakhir karyawan PT. BPRS Baiturrahman Mesra sebagian besar SMA sebanyak 11 orang, yang berpendidikan terakhir S1 sebanyak 9 orang, dan karyawan dengan berpendidikan D3 sebanyak 2.



BAB TIGA

HASIL KEGIATAN KERJA PRAKTIK

3.1 Kegiatan Kerja Praktik

Kerja Praktik atau *on job training* adalah kegiatan mahasiswa yang dilakukan di masyarakat maupun di perusahaan atau instansi untuk mengaplikasikan ilmu yang diperoleh dan melihat relevansinya di masyarakat maupun melalui jalur pengembangan diri dengan mendalami bidang ilmu tertentu dan aplikasinya. Dalam hal ini selama penulis melakukan kerja praktik telah menyalurkan dan mengaplikasikan ilmu yang di dapati di bangku kuliah guna untuk pengembangan diri dan kreativitas.

Kerja praktik yang dilaksanakan di PT. BPRS Baiturrahman Ketapang Aceh Besar berlangsung sesuai prosedur yang telah ditentukan oleh kedua belah pihak yaitu Jurusan Diploma III Perbankan Syariah dengan tempat Kerja Praktik yaitu PT. BPRS Baiturrahman Aceh Besar. Selama mengikuti kegiatan Kerja Praktik berlangsung selama 35 hari kerja yang terhitung mulai tanggal 25 Februari hingga 9 April 2019. Selama menjalani proses kerja praktik penulis banyak mendapatkan ilmu dan pengalaman yang bermanfaat. Parat staf dan karyawan banyak memberi ilmu dan wawasan serta bimbingan dalam melaksanakan kerja praktik. Dalaam hal ini selama proses magang terjadi PT BPRS Baiturrahman penulis ditempatkan di beberapa bagian diantaranya Bagian *Customer Service*, Bagian *Account Officer*, dan bagian *Teller*. Berikut adalah tugas-tugas yang dilakukan selama magang.

3.1.1. Bagian Teller

Kegiatan yang dilakukan penulis yaitu:

1. Melayani penarikan, transfer dan penyetoran uang dari pelanggan.
2. Melakukan pemeriksaan kas dan menghitung transaksi harian menggunakan komputer, kalkulator, atau mesin penghitung.
3. Menerima cek dan uang tunai untuk deposit, memverifikasi jumlah, dan periksa keakuratan slip setoran.
4. Memasukkan transaksi nasabah ke dalam komputer untuk mencatat transaksi dan mengeluarkan tanda terima yang dihasilkan komputer.
5. Mengatur uang yang diterima dari bank lain untuk disimpan ke dalam berangkas bank.

3.1.2 Bagian Account Officer

Account Officer adalah melakukan pemasaran produk perbankan, terutama produk yang berkaitan dengan kredit.

1. Melakukan pengenalan produk terhadap klien, nasabah, atau konsumen
2. Menjaga hubungan yang baik dengan klien, nasabah, atau pun Konsumen (Follow Up)
3. Memberikan penjelasan terhadap klien, nasabah, atau konsumen yang tidak Mengerti tentang produk tabungan dari BPRS.
4. Menjemput tabungan pada nasabah.

3.1.3 Bagian Costumer Service

Customer Service secara umum adalah“ setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan

kebutuhan nasabah (Kasmir, 2003: 216). Sedangkan tugas-tugas seorang *Costumer Service* adalah:

1. Mengeprint buku tabungan nasabah.
2. Membuka buku tabungan baru.
3. Mencatat data nasabah pembukaan buku tabungan baru ke buku registrasi pembukuan tabungan
4. Mengeprint rekening koran.
5. Membuat pembukaan tabungan deposito serta mengeprint bilyetnya dan surat permohonan deposito.
6. Belajar menghitung berapa persen bagi hasil yang di peroleh apabila membuka tabungan deposito
7. Merekap slip setoran tabungan AO kelompok.

3.2. Bidang Kerja Praktik

3.2.1 Produk Tabara

Tabungan Baiturrahman (TABARA) adalah simpanan pihak ketiga (penabung) pada PT. BPRS Baiturrahman yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat atau setiap jam kerja. tabungan baiturrahman yang di buka untuk umum, pertama membuka buku tabungan harus menyetor uang sebesar Rp25.000,- (dua puluh lima ribu rupiah) untuk pertama kali membuka rekening tabungan Tabara ini.

- a) Prosedur Pembukaan Produk Tabara Syarat-syarat Buka Tabungan
 1. Fotocopy KTP/SIM/Paspor yang masih berlaku.
 2. Khusus pelajar foto copy kartu pelajar
 3. Mengisi formulir pembukaan rekening tabungan.
 4. setoran awal minimal Rp. 25.000.

- b) Keunggulan Produk Tabara
 - a. Tanpa biaya administrasi bulanan.
 - b. Tabungan dapat diambil rutin harian (sistem jemput bola) oleh petugas Bank (kecuali sabtu & minggu)
 - c. Bagi hasil yang kompetitif dan menguntungkan
 - d. Dijamin oleh pemerintah atau LPS (Lembaga Penjamin Simpanan)
 - e. Dana di kelola secara amanah dan syariah, untuk mendukung pemerintah terkait penegakan Syariah Islam di Provinsi Aceh.

3.2.2 Strategi Pemasaran Produk Tabara

Untuk dapat memuaskan nasabahnya, pemahaman pengelola bank terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah ini dapat dilakukan melalui riset pemasaran mengenai perilaku nasabah. Penciptaan produk yang bernilai unggul seperti tabungan maupun kredit dapat dilakukan dengan tepat jika mampu memahami benar kebutuhan dan harapan nasabahnya. Promosi dapat dilakukan dengan efektif pada pasar sasaran, jika bank mampu memahami perilaku dan proses pencarian informasi yang dilakukan nasabah sebelum mengambil keputusan.

Pengembangan produk dan layanan dengan diikuti inovasi dalam strategi pemasaran, maka akan lebih menarik, sebagai contoh inovasi dalam komunikasi pemasaran. Bank-bank mulai banyak menggunakan web-site-nya untuk mendekatkan diri dengan nasabah. Email yang sifatnya personal dilakukan untuk menjalin hubungan dengan nasabah. Bank-bank yang tidak inovatif dan cepat merespon kebutuhan nasabah akan tinggalkan oleh nasabah.

Jadi, pemasaran sebagai bagian dari aktivitas bisnis merupakan kegiatan yang kompleks, tidak hanya sekadar promosi atau penjualan saja, tetapi bagaimana menciptakan produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga mereka puas.

Konsep pemasaran merupakan rancangan yang berorientasi pada laba dan lebih mementingkan kepuasan konsumen. Sedangkan konsep penjualan pada dasarnya lebih berorientasi pada laba yang besar tetapi tidak mementingkan kepuasan konsumen. Karena itulah, konsep ini melakukan sebuah pemikiran guna menjadikan konsumen merasa puas melalui produk dari keseluruhan barang yang berkaitan dengan pembuatan, pengantaran, sampai pengonsumsian. Konsep pemasaran memiliki unsur tiga dasar pokok, yaitu:

1. Orientasi dan perencanaannya merujuk pada kebutuhan dan keinginan para konsumen.
2. Seluruh aktivitas pemasaran dilakukan secara terpadu.
3. Tujuan akhir konsep ini yaitu mencapai keinginan perusahaan dan terus berusaha memberikan kepuasan yang maksimal pada konsumen.

Konsep pemasaran menggambarkan keadaan yang ideal. Hal itu ada ketika sebuah perusahaan memfokuskan semua upayanya pada penyediaan produk yang dapat memuaskan konsumen. Produk dibuat dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

1. Konsep Inti Penjualan

Konsep penjualan lebih memfokuskan pada penjualan. Konsep ini lebih mengutamakan produk yang diciptakan dengan sebaik-baiknya, barulah memikirkan bagaimana cara menjualnya. Pada konsep ini, memiliki pandangan sebagai berikut:

- a. Para konsumen tidak akan membeli produk yang dianggap tidak penting.
- b. Konsumen dapat diajak untuk membeli lebih banyak peralatan agar terdorong untuk membeli.
- c. Tugas perusahaan yaitu mengorganisir bagian yang berorientasi pada penjualan untuk menarik dan mempertahankan konsumen.

Konsep ini dipraktikkan pada barang yang jarang dibeli oleh konsumen seperti produk asuransi dan lain sebagainya. Tujuan penjual adalah bisa menjual sesuatu yang terpenting akan menghasilkan keuntungan bagi mereka daripada memenuhi kebutuhan pasar. Perusahaan harus mendorong produk mereka melalui penjualan pribadi yang agresif, iklan persuasif, promosi penjualan yang ekstensif seperti penggunaan diskon harga yang besar, publisitas yang kuat, dan hubungan masyarakat. Berikut inilah perbedaan antara konsep dari inti pemasaran dan konsep inti penjualan:

- a. Fokus pada konsep penjualan ada pada produk, sedangkan pada konsep pemasaran fokus ada pada kebutuhan konsumen.
- b. Konsep penjualan disini kegiatannya berfokus pada promosi atau penjualan, sedangkan konsep pemasaran dilakukan lebih kepada pemasaran yang terintegrasi.
- c. Tujuan akhir konsep penjualan adalah mendapatkan laba melalui volume penjualan, sedangkan konsep pemasaran adalah laba yang didapat melalui kepuasan konsumen. Berikut penjelasan faktor pemasaran:

1. Target Pemasaran

Seorang pemasar harus menentukan pasar yang akan mengarahkan usahanya. Perlu mengadakan survei guna mengetahui spesifikasi dan

identifikasi pasar yang akan memungkinkan pemasar untuk merancang strategi pemasaran khusus. Target pasar didefinisikan sebagai sekumpulan pembeli yang berpotensi membeli suatu produk.

2. Kebutuhan Konsumen

Memahami kebutuhan dan keinginan konsumen tidak selalu sederhana. Beberapa konsumen memiliki kebutuhan yang tidak mereka sadari. Mereka memiliki jenis kebutuhan seperti kebutuhan nyata, kebutuhan tak tertulis, kebutuhan kegembaraan, dan kebutuhan rahasia. Pemasar responsif akan menemukan kebutuhan konsumen tersebut kemudian menciptakannya untuk dipenuhi.

3. Pemasaran Terpadu

Pemasaran terpadu terjadi pada dua level. Pertama, berbagai fungsi pemasaran seperti tenaga penjualan, iklan, layanan pelanggan, manajemen produk, dan riset pemasaran. Kedua, pemasaran harus dianut oleh departemen lain. Mereka juga harus memikirkan konsumen. Untuk mendorong kerja tim di antara semua departemen, perusahaan melakukan pemasaran internal serta pemasaran eksternal. Pemasaran internal adalah tugas merekrut, melatih, dan memotivasi karyawan yang mampu dan ingin melayani konsumen dengan baik. Pemasaran eksternal adalah pemasaran yang ditujukan kepada orang-orang di luar perusahaan.

4. Profitabilitas

Tujuan akhir konsep pemasaran adalah guna membantu perusahaan mencapai tujuan. Dalam kasus perusahaan, tujuan utamanya adalah untung. Perusahaan menghasilkan uang dengan memuaskan kebutuhan pelanggan lebih baik daripada pesaingnya.

3.3. Teori yang Berkaitan dengan Kerja Praktik

3.3.1. Pengertian Strategi

Menurut stephanie K. Marrus Strategi merupakan suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai suatu penyusunan, cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai

Menurut Kenneth R. Andrews, Strategi adalah suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan.

Menurut Quinn (1990) strategi adalah pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan, kebijakan dan aksi utama dalam hubungan yang kohesif. Suatu strategi yang baik akan membantu organisasi dalam mengalokasikan sumber daya yang dimiliki dalam bentuk unique berbasis kompetensi internal serta kemampuan mengantisipasi lingkungan.

Menurut David Hunger dan Thomas L. Wheelen, strategi adalah merupakan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategi meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang). Implementasi strategi dan evaluasi serta pengendalian.

3.3.2. Pengertian Produk

Produk (*product*) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau

dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Produk dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan (Kotler & Armstrong, 2001:346).

Produk adalah suatu produk adalah kumpulan dari atribut-atribut yang nyata maupun tidak nyata, termasuk di dalamnya kemasan, warna, harga, kualitas dan merk ditambah dengan jasa dan reputasi penjualannya (Stanton, 1996:222).

Produk secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas “sesuatu” yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli (Tjiptono, 1999:95).

Dari keempat definisi produk tersebut dapat disimpulkan bahwa produk adalah segala sesuatu baik berwujud barang atau jasa yang digunakan untuk memuaskan konsumen, dimana setiap barang atau jasa tersebut memiliki manfaat yang berbeda. Pembeli dalam membeli setiap barang tidak hanya membeli sekumpulan atribut fisiknya tetapi lebih dari itu. Pembeli bersedia membayar sesuatu yang diharapkan agar dapat memuaskan keinginan dan kebutuhannya.

3.3.3 Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Strategi pemasaran dapat dinyatakan sebagai dasar tindakan yang mengarah pada kegiatan atau usaha pemasaran, dari suatu perusahaan, dalam kondisi persaingan dan lingkungan yang selalu berubah agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Jadi dalam menetapkan strategi pemasaran yang akan dijalankan perusahaan haruslah terlebih dahulu melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai posisinya di pasar. Dengan mengetahui keadaan dan situasi serta posisinya di pasar dapat ditentukan kegiatan pemasaran yang harus dilaksanakan. Setiap perusahaan atau unit usaha yang dapat melihat dirinya menempati salah satu dari posisi diatas. Posisi perusahaan dalam persaingan menempati salah satu posisi di atas. Posisi perusahaan dalam persaingan sepanjang tahap daur hidup produk, akan banyak membantu proses pengambilan keputusan untuk menanam modal, bertahan, menyusut atau bahkan mundur dari kancah industri. Strategi pemasaran didasarkan atas 5 (lima) konsep strategi sebagai berikut :

1. Segmentasi pasar

Tiap pasar terdiri dari bermacam-macam pembeli yang mempunyai kebutuhan dan kebiasaan yang berbeda. Perusahaan tidak mungkin dapat memenuhi kebutuhan semua pembeli. Karena itu, perusahaan harus mengelompokkan pasar yang bersifat heterogen tersebut kedalam satuan-satuan pasar yang bersifat homogen.

2. Market positioning

Perusahaan tidak mungkin dapat menguasai pasar secara keseluruhan, maka prinsip strategi pemasaran yang kedua adalah memilih pola spesifik pasar perusahaan yang akan memberikan kesempatan maksimum kepada perusahaan untuk mendapatkan kedudukan yang kuat. Dengan kata lain perusahaan harus memilih segmen pasar yang akan menghasilkan penjualan dan laba paling besar.

Segmen pasar semacam ini memiliki 4 (empat) karakteristik, yaitu :

- a. Berukuran cukup besar
- b. Mempunyai potensi untuk berkembang terus
- c. Tidak dimiliki atau dipenuhi oleh perusahaan saingan
- d. Mempunyai kebutuhan yang belum terpenuhi, yang mana kebutuhan tersebut dapat dipuaskan oleh perusahaan yang memilih segmen pasar tersebut.

3. Market Entry Strategy

Market entry Strategy adalah strategi perusahaan untuk memasuki segmen pasar yang dijadikan pasar sasaran penjualan. Strategi memasuki suatu segmen pasar dapat dilakukan dengan cara Membeli Perusahaan Lain dan dengan Kerjasama dengan perusahaan lain

4. Marketing Mix Strategy

Marketing Mix strategy adalah kumpulan variabel-variabel yang dapat dipergunakan perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen. Variabel-variabel yang dapat mempengaruhi pembeli

adalah yang disebut 7P (product, Price, Place, Promotion, Participant, Proses, dan People Physical evidence).

5. Timing Strategy

Penentuan saat yang tepat dalam memasarkan barang merupakan hal yang perlu diperhatikan. Meskipun perusahaan melihat adanya kesempatan baik menetapkan objektif dan menyusun strategy pemasaran, ini tidaklah berarti bahwa perusahaan dapat segera memulai kegiatan pemasaran. Perusahaan harus lebih dahulu melakukan persiapan-persiapan baik dibidang produksi maupun dibidang pemasaran, kemudian perusahaan juga harus menentukan saat yang tepat bagi pelepasan barang dan jasa ke pasar.

3.3.4. Akad Mudarabah

3.3.4.1. Definisi Mudarabah

Mudarabah berasal dari kata dharb, artinya memukul atau berjalan. Pengertian memukul atau berjalan ini lebih tepatnya adalah proses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usaha, artinya berjalan di bumi untuk mencari karunia Allah yaitu rezeki.

Mudarabah adalah salah satu bentuk kerjasama antara pemilik modal dengan seorang pakar dalam berdagang, di dalam fiqh Islam di sebut dengan Mudharabah oleh ulama fiqh Hijaz menyebutkan dengan qiradyang berarti al-qat' (potongan). Pemilik modal memotong sebagian hartanya untuk diperdagangkan dan memperoleh sebagian keuntungannya. Maksudnya, akad antara kedua belah pihak untuk salah seorangnya (salah satu pihak) mengeluarkan sejumlah uang kepada pihak lainnya untuk diperdagangkan, dan laba dibagi dua sesuai dengan

kesepakatan. Mudharabah berasal dari akar kata dharaba pada kalimat al-dharb fi al ardh, yaitu bepergian untuk urusan dagang. Abdurrahman al-Jaziri mengatakan, Mudharabah menurut bahasa berarti ungkapan pemberian harta dari seseorang kepada orang lain sebagai modal usaha di mana keuntungan yang diperoleh dibagi diantara mereka berdua, dan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal.

Sedangkan menurut istilah syara', Mudharabah merupakan akad antara dua pihak untuk bekerja sama dalam usaha perdagangan dimana salah satu pihak memberikan dana kepada pihak lain sebagai modal usaha dan keuntungan dari usaha itu akan dibagi di antara mereka berdua sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati bersama.

3.3.4.2. Rukun dan Syarat Mudharabah

Syarat yang harus dipenuhi dalam akad Mudharabah adalah:

- Harta atau Modal
 - a) Modal harus dinyatakan dengan jelas jumlahnya, seandainya modal berbentuk barang, maka barang tersebut harus dihargakan dengan harga semasa dalam uang yang beredar (atau sejenisnya).
 - b) Modal harus dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
 - c) Modal harus diserahkan kepada mudharib, untuk memungkinkannya melakukan usaha.

Sedangkan menurut jumbuh ulama' ada tiga rukun dari Mudharabah yaitu:

- a) Dua pihak yang berakad (pemilik modal/shahib al-mal dan pengelola dana/pengusaha/mudharib), Keduanya hendaklah orang berakal dan sudah baligh (berumur 15 tahun) dan bukan orang yang dipaksa. Keduanya juga harus memiliki kemampuan untuk diwakili dan mewakili.

- b) Materi yang diperjanjikan atau objek yang diakadkan terdiri dari atas modal (mal), usaha (berdagang dan lainnya yang berhubungan dengan urusan perdagangan tersebut), keuntungan
- c) Sighat, yakni serah/ungkapan penyerahan modal dari pemilik modal (ijab) dan terima/ungkapan menerima modal dan persetujuan mengelola modal dari pemilik modal (qabul).

3.3.4.3. Jenis-Jenis Akad Mudharabah

Mudharabah dibagi menjadi tiga yaitu:

1. Mudharabah Mutlaqah (URIA)

Mudharabah Mutlaqah adalah bentuk kerjasama antara shahib al-mal (penyedia dana) dengan mudharib (pengelola) yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis. Penyedia dana melimpahkan kekuasaan yang sebesar-besarnya kepada mudharib untuk mengelola dananya. Jadi bank memiliki kebebasan penuh untuk menyalurkan dana URIA ini ke bisnis manapun yang diperkirakan menguntungkan.

Penerapan umum dalam produk ini adalah:

- a) Bank wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tata cara pemberitahuan keuntungan atau pembagian keuntungan secara resiko yang dapat ditimbulkan dari penyimpanan dana. Apabila telah tercapai kesepakatan, maka hal tersebut harus dicantumkan dalam akad. Untuk tabungan Mudharabah, bank dapat memberikan buku tabungan. Sebagai bukti penyimpanan serta kartu ATM dan atau alat penarikan lainnya kepada penabung.

- b) Tabungan Mudharabah dapat diambil setiap saat oleh penabung sesuai dengan perijinan yang disepakati namun tidak diperkenankan mengalami saldo negatif.
- c) Ketentuan-ketentuan lain yang berkaitan dengan tabungan tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

2. Mudharabah Muqayyadah On Balance Sheet

Mudharabah muqayyadah on balance sheet adalah akad Mudharabah yang disertai pembatasan penggunaan dana dari shahib al-mal untuk investasi-investasi tertentu. Contoh pengelolaan dana dapat diperintahkan untuk:

- a) Tidak mencampurkan dana pemilik dana dengan dana lainnya.
- b) Tidak menginvestasikan dananya pada transaksi penjualan cicilan, tanpa pinjaman, tanpa jaminan; atau
- c) Mengharuskan pengelola dana untuk melakukan investasi sendiri tanpa melalui pihak ketiga.
- d) Jenis Mudharabah ini merupakan simpanan khusus di mana pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank. Karakteristik jenis simpanan ini adalah:
- e) Pemilik dana wajib menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus diikuti oleh bank, wajib membuat akad yang mengatur persyaratan penyaluran dana simpanan khusus.
- f) Bank wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tata cara pemberitahuan keuntungan atau pembagian keuntungan secara resiko yang dapat ditimbulkan dari penyimpanan dana. Apabila telah tercapai kesepakatan, maka hal tersebut harus dicantumkan dalam akad.

- g) Sebagai tanda bukti simpanan, bank menerbitkan bukti simpanan khusus. Bank wajib memisahkan dana dari rekening lainnya.

3. Mudharabah Muqayyadah Off Balance Sheet

Jenis Mudharabah ini merupakan penyaluran dana Mudharabah langsung kepada pelaksanaan usahanya, dimana bank bertindak sebagai perantara (arranger) yang mempertemukan antara pemilik dana dengan pelaksana usaha. Pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank dalam mencari bisnis (pelaksana usaha).

3.3.3.4. Landasan Hukum Mudharabah

Secara umum, landasan dasar hukum mudharabah lebih mencerminkan anjuran untuk melakukan usaha. Hal ini tampak dalam ayat-ayat dan hadist berikut ini.

❖ Al-Qur'an

- Surat Muzzammil: 20

.....اللَّهُ فَضَّلَ مِنْ يَبْتَغُونَ الْأَرْضِ فِي يَصْرِبُونَ وَآخِرُونَ

Artinya: "... dan orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah SWT..." (muzzammil [73] :10)

Argumen dari surat muzzammil: 20 ialah adanya kata *Yadhribun* yang sama dengan akar kata *Mudharabah* yang berarti *melakukan suatu perjalanan usaha*.

- Surat Al-Jumu'ah: 10

.....الصَّلَاةُ إِذَا فُيُضِيَّتْ فَاَنْتَشِرُوا وَابْتَغُوا الْأَرْضَ مِنْ أَمْضَلِ اللَّهُ.....

Artinya" *Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah SWT...*"

(Al-Jumu'ah [62]: 10)

- Surat Al-Baqarah 198

“جُنَاحٌ عَلَيْكُمْ إِيْسَ تَبَتُّعُوا فَضْلًا أَنْ رَبِّكُمْ مِنْ.....”

Artinya” Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu...” (Al-Baqarah [2]:198)

Surat al-Jumu’ah: 10 dan Al-Baqarah: 198 sama-sama mendorong kaum muslim untuk melakukan upaya perjalanan usaha.

❖ **Al-Hadist**

Dari Shalih bin Shuhaib r.a. bahwa Rasulullah SAW bersabda, “Tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkatan: jual beli secara tangguh, muqaradhah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual.” (HR Ibnu Majah no. 2280 , kitab at-Tijarah)

❖ **Ijma’**

Imam zailal telah menyatakan bahwa para sahabat telah berkonsensus terhadap legitimasi pengelolaan harta yatim secara mudharabah. Kesepakatan para sahabat ini sejalan dengan spirit hadis yang dikutip Abu Ubai.

3.4 Evaluasi Kerja Praktik

Berdasarkan hasil kerja praktik yang dilaksanakan selama kurang lebih 35 hari kerja, penulis telah memperoleh berbagai pengalaman, hal ini diperoleh dengan segala bimbingan dari para karyawan di PT. BPRS Baiturrahman, selain itu penulis juga banyak belajar tentang kedisiplinan yang diterapkan oleh pihak perusahaan. Dimana penulis harus wajib mengikuti segala aturan dan ketentuan dari pihak perusahaan, antara lain mengikuti jam kerja yang mulai pukul 08.00 sampai dengan pukul 17.00. selain itu penulis juga wajib mengikuti hari kerja, dari hari senin sampai dengan hari juma’at.

Dari hal yang terkait dengan perusahaan, PT. BPRS Baiturrahman telah melaksanakan segala sistem oprasionalnya sesuai dengan prinsip syari'ah, baik dari penerapan akad maupun segala kegiatan usahanya. Selain itu perusahaan juga telah menerapkan sistem pelayanan yang sangat baik terhadap nasabah.

Selama penulis melakukan kerja praktik penulis telah mengamati dan mengkaji tentang berbagai produk, dalam hal ini penulis tertarik dengan produk Tabungan Baiturrahman (Tabara). Dimana Tabara adalah produk simpanan pihak ketiga (penabung) pada PT. BPRS Baiturrahman yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat atau setiap jam kerja. tabungan baiturrahman yang di buka untuk umum, pertama membuka buku tabungan harus menyetor uang sebesar Rp25.000,- (dua puluh lima ribu rupiah) untuk pertama kali membuka rekening tabungan Tabara ini.

Keunggulan Tabungan

1. Tanpa biaya administrasi bulanan.
2. Tabungan dapat diambil rutin harian (sistem jemput bola) oleh petugas Bank (kecuali sabtu & minggu)
3. Bagi hasil yang kompetitif dan menguntungkan
4. Dijamin oleh pemerintah atau LPS (Lembaga Pejamin Simpanan)
5. Dana di kelola secara amanah dan syariah, untuk mendukung pemerintah terkait penegakan Syariah Islam di Provinsi Aceh.

BAB EMPAT PENUTUP

4.1. Kesimpulan

PT. Bank Pembiayaan Syariah Baiturrahman, mulai beroperasi sejak tanggal 15 April 1994, dengan jumlah pemegang saham pada waktu itu 16 orang, yang belatar belakang di bidang birokratis, pebisnis dan profesional. Berawal dari pemikiran pemegang saham pada masa itu membantu pendirian PT BPRS Baiturrahman dimaksudkan untuk ikut membantu mengembangkan potensi ekonomi masyarakat dengan menerapkan transaksi keuangan tanpa bunga, melainkan mengikuti tata cara sesuai dengan yang di anjurkan oleh al-Quran dan Hadis.

PT. Bank Pembiayaan Syariah Baiturrahman memiliki tiga kegiatan utama antara lain, penyaluran dana, penghimpunan dana dan pelayanan jasa lainnya. salah satu produk penghimpunan dana adalah Tabungan Baiturrahman (TABARA). Dimana Tabara adalah produk simpanan pihak ketiga (penabung) pada PT. BPRS Baiturrahman yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat atau setiap jam kerja. tabungan baiturrahman yang di buka untuk umum, pertama membuka buku tabungan harus menyetor uang sebesar Rp25.000,- (dua puluh lima ribu rupiah) untuk pertama kali membuka rekening tabungan Tabara ini.

Keunggulan Tabungan

1. Tanpa biaya administrasi bulanan.
2. Tabungan dapat diambil rutin harian (sistem jemput bola) oleh petugas Bank (kecuali sabtu & minggu)
3. Bagi hasil yang kompetitif dan menguntungkan
4. Dijamin oleh pemerintah atau LPS (Lembaga Pejamin Simpanan)

5. Dana di kelola secara amanah dan syariah, untuk mendukung pemerintah terkait penegakan Syariah Islam di Provinsi Aceh

4.2 Saran

Berdasarkan hasil pengamatan selama melakukan kerja praktik di PT.BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar, ada beberapa saran yang diajukan kepada PT.BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar, antara lain:

1. PT.BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar harus lebih meningkatkan sosialisasi terhadap produk yang ada pada perusahaan karena masih banyak masyarakat yang kurang mengetahui apa itu BPRS, selain itu kegiatan usaha yang di jalankan juga harus di sosialisasikan agar masyarakat mengetahui bahwa BPRS juga mempunyai kegiatan seperti lembaga keuangan Bank.
2. PT.BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar harus lebih meningkatkan segala sistem pelayanan kepada nasabah sehingga nasabah semakin lebih tertarik kepada PT.BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar. Karena pelayanan merupakan cerminan dari suatu perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Arif, Nur Rianto. 2012. *Lembaga Keuangan Syariah (suatu ajaran teoritis praktik)*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- <http://bprs baiturrahman.blogspot.com/> “Syarat Pembukaan Tabara” website resmi. Diakses 30 Juni 2019.
- <http://bprs baiturrahman.blogspot.com/>” penegrtian dan keunggulan Tabara”. website resmi. Diakses 30 Juni 2019.
- Kasmir. 2005. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Prenada Media.
- Kotler Philip. 2001. *Manajemen di Indonesia (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian)*, terjemahan A.B Suasnto, Buku Satu, Jakarta: Salemba Empat.
- Muhammad Syafi’i Antoni. 2001. *Bank Syari’ah: dari teori ke praktik*, Jakarta: Gema Insani Press.
- PT. BPRS Baiturrahman. 2017. *Laporan Direksi*. Aceh Besar: PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah Baiturrahman.
- Suryani, Tatik. 2017. *Manajemen Pemasaran Strategi Bank Di era Global*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran Edisi Kedua*, Yogyakarta: ANDI.



UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

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

Nomor : 2562/Un.08/FEBI/PP.00.9/05/2019

T E N T A N G

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

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

- Menimbang : a. bahwa untuk kelancaran penulisan Laporan Kerja Praktik mahasiswa Program Studi D-III Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka dipandang perlu menunjukkan Pembimbing Laporan Kerja Praktik yang ditetapkan dengan surat keputusan Dekan;
- b. bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dinilai mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Laporan Kerja Praktik pada Program Studi D-III Perbankan Syariah.
- Mengingat : 1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional,
2. Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah No. 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Presiden No. 64 Tahun 2013 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry menjadi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
5. Peraturan Menteri Agama RI No. 12 Tahun 2014, tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Ar-Raniry;
6. Peraturan Menteri Agama RI No. 21 Tahun 2015, Tentang Statuta UIN Ar-Raniry Banda Aceh
7. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry Banda Aceh No. 01 Tahun 2015, Tentang Pendelegasian Wewenang Kepada Para Dekan dan Direktur PPs UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : Menunjuk Saudara (i) :
- P e r t a m a : a. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag, M.Ag. Sebagai Pembimbing I
- b. Azimah Dianah, SE, M.Si, Ak. Sebagai Pembimbing II

untuk membimbing Laporan Kerja Praktik Mahasiswa (i) :

N a m a : Zahratunisa

N I M : 160601055

J u d u l : Strategi Pemasaran Produk Tabungan Baiturrahman (TABARA) Pada PT. BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar

- 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 : 16 Mei 2019

D e k a n,

Zaki Fuad H

Tembusan :

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



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

Jl. Syekh 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 : Zahratunisa
NIM : 160601055

2. UNSUR PENILAIAN

NO	UNSUR YANG DINILAI	NILAI HURUF (NH)	NILAI ANGKA (NA)	KETERANGAN
1	Kepemimpinan (Leadership)	A	90	
2	Kerja Sama (Cooperation)	A	88	
3	Pelayanan (Public Service)	A	89	
4	Penampilan (Performance)	B	85	
5	Ketelitian dan Kecermatan (Incredible Detail)	B	85	
6	Tanggung Jawab (Responsibility)	B	85	
7	Kedisiplinan (Discipline)	A	91	
8	Pengetahuan Ekonomi Syariah (Islamic Economic Knowledge)	A	87	
Jumlah				
Rata-rata				

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, 9 April 2019
Penilai,


Yusri Ahmad
Direktur

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 : Zahratunnisa/160601055
 Jurusan : Diploma III Perbankan Syariah
 Judul LKP : Strategi Pemasaran Produk Tabungan Baiturrahman (TABARA) pada BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar.
 Tanggal SK : 16 Mei 2019
 Pembimbing I : Dr. Nevi Hasnita, S.Ag.,M.Ag
 Pembimbing II : Azimah Dianah, SE.,M.Si.Ak

NO	TANGGAL PNYERAHAN	TANGGAL BIMBINGAN	BAB YANG DIBIMBING	CATATAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1	1/7-2019	2/7-2019	Bab I	Revisi	<i>[Signature]</i>
2	3/7-2019	4/7-2019	Bab II	Revisi	<i>[Signature]</i>
3	10/7-2019	10/7-2019	Bab III-IV	Revisi	<i>[Signature]</i>
4	11/7-2019	11/7-2019	Bab III-IV	Acc Sidang	<i>[Signature]</i>
5					
6					
7					

Mengetahui
 Ketua Prodi

[Signature]
 Dr. Nevi Hasnita, S.Ag.,M.Ag
 NIP. 197711052006042003

LEMBAR KONTROL BIMBINGAN

Nama/NIM : Zahratunnisa/160601055
Jurusan : Diploma III Perbankan Syariah
Judul LKP : Strategi Pemasaran Produk Tabungan Baiturrahman (TABARA) pada BPRS Baiturrahman Keutapang Aceh Besar.
Tanggal SK : 16 Mei 2019
Pembimbing I : Dr. Nevi Hasnita, S.Ag.,M.Ag
Pembimbing II : Azimah Dianah, SE.,M.Si.Ak

NO	TANGGAL PNYERAHAN	TANGGAL BIMBINGAN	BAB YANG DIBIMBING	CATATAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1	11/07-2019	4/07-2019	Satu - Empat	KCC Sidang	Nevi H
2					
3					
4					
5					
6					
7					

Mengetahui

Ketua Prodi



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

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

NIP. 197711052006042003