

LAPORAN KERJA PRAKTIK

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK DANA iB HASANAH
PADA PT. BNI SYARIAH KANTOR
CABANG BANDA ACEH**



Disusun oleh :

HAFIZHAH ZAHRA

NIM: 041200677

**PROGRAM DIPLOMA III PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
DARUSSALAM-BANDA ACEH
2016 M/ 1436 H**



**KEMENTERIA AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh

Situs : www.uin-arraniry-web.id/fakultas-ekonomi-dan-bisnis

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Hafizhah Zahra

Nim : 041200677

Jurusan : D-III Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan LKP ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan setelah 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, 12 Februari 2016

Yang menyatakan

Hafizhah Zahra

**LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR HASIL LKP
LAPORAN KERJA PRAKTIK**

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

Dengan Judul:

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK DANA iB HASANAH
PADA PT. BNI SYARIAH KANTOR
CABANG BANDA ACEH**

Disusun Oleh:

Hafizhah Zahra
NIM: 041200677

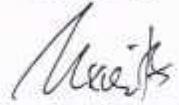
Disetujui untuk diseminarkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya
telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dan penyelesaian studi pada

Program Diploma III Perbankan Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I,

Pembimbing II.



Dr. Nilam Sari, MA
NIP:197103172008012007

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

Mengetahui

Ketua Jurusan D-III Perbankan Syariah,



Dr. Nilam Sari, MA
NIP: 197103172008012007

LEMBAR PENGESAHAN HASIL SEMINAR

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Disusun Oleh

Hafizhah Zahra

NIM: 041200677

Dengan Judul:

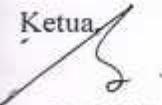
**STRATEGI PEMASARAN PRODUK DANA iB HASANAH
PADA PT. BNI SYARIAH KANTOR CABANG
BANDA ACEH**

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

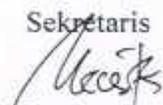
Pada Hari/Tanggal: 12 Februari 2016

Di Darussalam, Banda Aceh
Tim Penilai Laporan Kerja Praktik

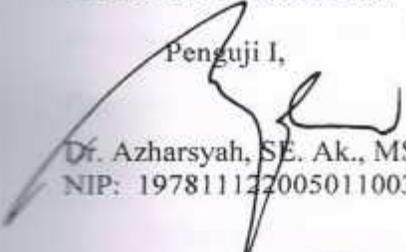
Ketua


Dr. Nilam Sari, MA
NIP:197103172008012007

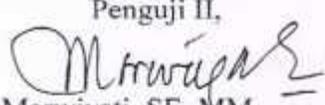
Sekretaris


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

Penguji I,

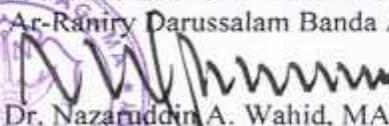

Dr. Azharsyah, SE. Ak., MS.OM
NIP: 197811122005011003

Penguji II,


Marwiyati, SE.,MM
NIP: 197404172005012002

Mengetahui

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


Dr. Nazaruddin A. Wahid, MA
NIP: 195612311987031031



NIP: 195612311987031031

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah segala puji dan puja senantiasa kita curahkan kepada Allah SWT, karena berkat bantuan-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan kerja praktik ini. Shalawat beserta salam selalu kita limpahkan kepada nabi besar Muhammad SAW beserta keluarganya, para sahabat, dan kepada seluruh umat di akhir zaman.

Segala puji bagi Allah Penguasa seluruh alam, berkat pertolongan-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan ini dengan judul **“Strategi Pemasaran Produk Dana iB Hasanah pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh”**

Penulisan laporan ini merupakan salah satu tugas akhir yang harus dilakukan oleh penulis, dan merupakan syarat untuk menyelesaikan program studi pada fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, jurusan D-III Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh.

Dalam penulisan LKP ini penulis menyadari masih banyak terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka dari itu kritik dan saran yang

membangun sangat penulis harapkan dari semua pihak guna untuk membangun dan kesempurnaan LKP ini.

Selesainya penyusunan LKP ini tidak pernah terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan dukungan dan bimbingan. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Yang teristimewa Ibunda tercinta juga abang dan kakak-kakak tersayang yang dengan ikhlas selalu memberikan dukungan, motivasi, kasih sayang serta doanya kepada ananda selama perjalanan studi di UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Bapak Dr. Nazaruddin Wahid, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry serta seluruh staf pengajar dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu penulis dalam pengurusan administrasi selama penulisan LKP ini.
3. Ibu Nilam Sari, M. Ag selaku pembimbing I dan ketua prodi Diploma III Perbankan Syariah serta Ibu Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag selaku pembimbing II dan sekretaris prodi Diploma III Perbankan Syariah yang telah memberikan banyak bimbingan dan masukan serta sudi meluangkan waktu untuk penulis untuk menyelesaikan LKP ini.
4. Bapak Muhammad Adnan, SE. M.si selaku Ketua Laboratorium Diploma III Perbankan Syariah

5. Bapak Khairuddin selaku Penasehat Akademik (PA) penulis selama menempuh pendidikan di Jurusan Diploma III Perbankan Syariah.
6. Terima kasih juga kepada seluruh dosen-dosen yang mengajar pada Diploma III Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmunya selama proses belajar mengajar.
7. Bapak Ibrahim Patusuri selaku Pimpinan PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh.
8. Seluruh karyawan dan karyawan PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh, yang telah berbagi pengalaman dan ilmunya selama penulis melaksanakan kegiatan kerja praktik di PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh.
9. Yang tidak terlupakan kepada semua teman-teman seperjuangan Diploma III Perbankan Syariah angkatan 2012 khususnya unit IV, yang telah berjuang bersama-sama dalam menempuh pendidikan ini.

Akhirnya penulis mengucapkan banyak terimakasih untuk semua pihak yang terlibat dalam membuat LKP ini, semoga semua pihak yang berperan mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT dan semoga LKP ini bermanfaat untuk semua pihak yang membacanya

Banda Aceh, 12 Februari 2016
Penulis

Hafizhah Zahra

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR	ii
LEMBAR PENGESAHAN HASIL SEMINAR	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN TRANSLITERASI	vii
DAFTAR ISI	x
RINGKASAN LAPORAN	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB SATU: PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Tujuan Kerja Praktik	7
1.3. Kegunaan Kerja Praktik.....	7
1.4. Prosedur Pelaksanaan Kerja Praktik.....	9
BAB DUA: TINJAUAN LOKASI KERJA PRAKTIK	12
2.1. Sejarah Singkat PT. BNI Syariah.....	12
2.2. Struktur Organisasi PT. BNI Syariah Kantor CabangBanda Aceh.....	16
2.3. Kegiatan Usaha PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh.....	24
2.3.1. Menghimpunan Dana.....	25
2.3.2. Penyaluran Dana.....	28
2.3.3. Pelayanan jasa.....	30
2.4. Keadaan Personalia PT. BNI Syariah Kantor	
2.5. Cabang Banda Aceh.....	33
BAB TIGA: HASIL KEGIATAN KERJA PRAKTIK	35
3.1. Kegiatan Kerja PraktiK	35
3.1.1. Bagian Operasional	35
3.1.2. Bagian Pembiayaan	36
3.1.3. Bagian umum	36
3.1.4. Bagian Pelayanan	37
3.1.5. Bagian Pemasaran	37
3.2. Bidang Kerja Praktik	38
3.2.1. Produk Dana iBHasanah.....	39
3.2.2. Strategi pemasaran pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh.....	41

3.2.3. Peran pemasaran sebagai usaha meningkatkan penjualan produk dana iB Hasanah di PT. BNI Syariah	48
3.3. Landasan Teori	50
3.3.1. Pengertian Pemasaran	50
3.3.2. Konsep Pemasaran	51
3.3.3. Marketing Mix	54
3.4. Evaluasi Kerja Praktik	61
BAB EMPAT: PENUTUP	64
4.1. Kesimpulan	64
4.2. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	68

RINGKASAN LAPORAN

Nama : Hafizhah Zahra
NIM : 041200677
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ D-III Perbankan Syariah
Judul : Strategi Pemasaran Produk Dana iB Hasanah pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh.
Tanggal sidang : 12 Februari 2016
Tebal LKP : 50 Halaman
Pembimbing I : Dr. Nilam Sari, MA
Pembimbing II : Nevi Hasnita, S.Ag, M.Ag

Pemasaran bank adalah usaha bank untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan nasabah terhadap produk dan jasa yang disediakan. Sedangkan strategi pemasaran itu sendiri merupakan langkah atau cara yang dilakukan oleh bank untuk menarik perhatian nasabah agar tertarik untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Adapun tujuan dari penulisan Laporan Kerja Praktik yang penulis laksanakan di PT. BNI Syariah tepatnya di jln. Tgk. H. M. Daud Bereueh No. 33 ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh untuk menjalankan perannya dalam meningkatkan penjualan produk iB Hasanah khususnya pada produk dana yaitu Tabungan iB Hasanah, Giro iB Hasanah, dan Deposito iB Hasanah. Berdasarkan hasil yang didapatkan oleh penulis selama kerja praktik berlangsung bahwa kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh dalam memasarkan produknya adalah dengan menjalin kerja sama dengan berbagai instansi dan lembaga pemerintahan, melaksanakan kegiatan *open table* pada setiap kegiatan yang disponsori, membagikan brosur promosi di keramaian orang, serta mengadakan sosialisasi dan presentasi tentang produk pada lembaga dan instansi yang telah menjalin kerja sama dengan PT. BNI Syariah. Berdasarkan teori yang penulis kutip dari berbagai sumber dengan pelaksanaan kerja praktik yang dilaksanakan pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh, sedikit banyak terdapat kesesuaian pada strategi pemasaran yang dijalankandengan konsep 5P yang yaitu *Product, Price, Place, Promotion* dan *people*. Dalam rangka menjalankan peran pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk iB Hasanah PT. BNI Syariah melakukan promosi produk iB Hasanah melalau media sosial, memasang iklan di media elektronik dan media cetak, membagikan brosur mengenai produk dikeramaian masyarakat, memasang spanduk

serta menjalin kerja sama dengan berbagai instansi dan lembaga pemerintahan.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1:Struktur Organisasi PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh	68
Lampiran 2: Daftar Riwayat Hidup	69
Lampiran 3: Surat Keterangan Bimbingan.....	71
Lampiran 4: Lembar Kontrol Bimbingan.....	72
Lampiran 5: Surat Keterangan Kerja Praktik.....	74
Lampiran 6: Lembar Nilai Kerja Praktik	75
Lampiran 7:Brosur Produk Dana PT. BNI Syariah	76

DAFTAR TABEL

Tabel3.1: Nisbah bagi hasil pada produk Deposito iB Hasanah	40
---	----

DAFTAR PUSTAKA

- <http://www.bankmuamalat.co.id/produk/tabungan-muamalat-ib>, di akses pada tanggal 4 maret 2016
- <http://www.bnisyariah.co.id/awards>, di akses pada tanggal 26 november 2015
- <http://www.bnisyariah.co.id/produk/bni-syariah-Deposito>, di akses pada tanggal 5 januari 2016.
- <http://www.bnisyariah.co.id/produk/bni-syariah-giro-valas>, di akses pada tanggal 5 januari 2016.
- <http://www.bnisyariah.co.id/produk/bni-syariah-tabungan>, di akses pada tanggal 5 januari 2016.
- <http://www.bnisyariah.co.id/sejarah-bni-syariah.html>, di akses pada tanggal 16 juli 2015.
- <http://www.ekomarwanto.com/2012/04/marketing-mix-7P-produk-price-promotion.html>, di akses pada tanggal 4 maret 2016
- <http://www.syariahmandiri.co.id/2015/08/perubahan-nisbah-bagi-hasil-produk-tabungan-bsm>, di akses pada tanggal 4 maret 2016
- Kasmir, Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2013.
- Kasmir, Manajemen Perbankan, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2006.
- Kasmir, Pemasaran Bank, Jakarta: Kencana, 2010.
- Malayu S.P Hasibuan, Dasar-Dasar Perbankan, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008.
- PT. BNI Syariah, Buku Panduan Perusahaan, 2013.
- Sofyan Assauri, Manajemen Pemasaran, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama Lengkap : Hafizhah Zahra
Tempat / Tanggal Lahir : Medan / 02 Desember 1993
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kebangsaan/ Suku : Indonesia / Aceh
Status : Belum Kawin
Alamat : Gampong Meunasah Blang Baro, Kec.
Bandar Baru, Kab. Pidie Jaya.

Data Orang Tua

Ayah : Asmadi
Tempat/ Tanggal Lahir : Gampong Baro/ 10 Maret 1949
Ibu : Rubiah
Tempat /Tanggal Lahir : Gampong Meunasah Blang Baro/
6 Juni 1956
Alamat : Gampong Meunasah Blang Baro, Kec.
Bandar Baru, Kab. Pidie Jaya.

Riwayat Pendidikan

1999-2005 : MIN Blang Baro
2005-2008 : SMP Solidarity School Jantho
2008- 2011 : MAS Ulumul Quran Banda Aceh
2012-2016 : Program Studi Diploma III Perbankan
Syariah, Fak. Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Darussalam.

BAB SATU

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman modern, 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. Perbankan menjadi sebuah solusi bagi masyarakat sebab tidak dapat dipungkiri bahwa seluruh dunia saat ini telah menggunakan jasa perbankan untuk kemudahan hidup mereka, misalnya dalam hal mentransfer, mendepositokan, atau jasa pembiayaan lainnya.

Saat perbankan terus berkembang, bank syariah menunjukkan dirinya sebagai bagian dari lembaga keuangan yang menganut dan menjalankan usaha sesuai dengan ketentuan syariah, dengan menawarkan produk keuangan dan investasi dengan cara yang berbeda. Kemunculan bank yang berkonsep syariah pertama kali adalah di Pakistan dan Malaysia pada tahun 1940 yang bergerak dalam kegiatan pengelolaan dana jamaah haji secara nonkonvensional. Selanjutnya di negara bagian timur, yaitu Mesir pada tahun 1963 dengan nama *Myt-ghamr Bank* yang dirintis oleh Ahmad El Najjar. Setelah itu bank yang berprinsip syariah

terus bermunculan dan berkembang ke negara-negara yang mayoritas berpenduduk Islam lainnya, seperti di Dubai pada tahun 1975, di Kuwait pada tahun 1977, kemudian di Malaysia pada tahun 1983, hingga akhirnya bank syariah pertama hadir di Indonesia pada tahun 1991 dengan nama Bank Muamalat.¹

Terjadinya krisis moneter di Indonesia menyebabkan banyak bank mengalami kebangkrutan secara besar-besaran, terutama bank konvensional yang pada saat itu menaikkan tingkat suku bunga untuk mempertahankan nasabah mereka, yang pada akhirnya menyebabkan mereka kewalahan untuk membayar bunga kepada nasabah mereka sendiri. Namun, di saat semua bank konvensional mengalami kerugian bahkan kebangkrutan, justru bank syariah lah yang mampu bertahan. Hal tersebut menunjukkan bahwa bank syariah telah mampu mengatasi kesulitan dengan berpegang pada prinsip syariah dan membuktikan kualitas usahanya.

PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh adalah salah satu lembaga keuangan bank yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah dimana transaksi serta produk dan jasa yang ditawarkan berdasarkan akad yang sesuai syariah, hal tersebut merujuk pada Undang-

¹ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013), hlm. 167.

Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Bank sendiri merupakan badan usaha yang memiliki fungsi intermediasi yaitu menghimpun dana dari nasabah yang memiliki kelebihan dana dalam bentuk tabungan dan menyalurkan dana tersebut kepada nasabah dalam bentuk pinjaman, serta menyediakan jasa-jasa lain untuk melayani nasabah dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat.² PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh sangat memperhatikan permintaan pasar yang semakin hari semakin banyak dan semakin variatif.

Selain itu PT. BNI syariah kantor cabang Banda Aceh juga berupaya untuk terus berinovasi menciptakan produk-produk yang mampu memenuhi permintaan pasar, mulai dari kalangan bawah hingga pebisnis-pebisnis yang ingin mengembangkan usaha mereka. PT. BNI Syariah telah menawarkan beraneka macam produk, mulai dari produk penghimpunan dana, produk pembiayaan, maupun produk jasa. Produk-produk yang ditawarkan ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh PT. BNI syariah kantor cabang Banda Aceh.

Pemasaran adalah salah satu kegiatan yang harus dilakukan oleh PT. BNI Syariah untuk meningkatkan penjualan produk dan jasa ke masyarakat banyak. Pemasaran (*Marketing*) merupakan usaha untuk

² Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 9.

memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa.³ Pemasaran penting dilakukan untuk menggali kebutuhan dan keinginan masyarakat. Hal tersebut akan memudahkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat dalam penyediaan produk barang dan jasa yang sesuai serta untuk menghadapi pesaing-pesaing yang terus bertambah dari waktu ke waktu.

Bagian pemasaran bank pada PT. BNI Syariah harus mampu membaca situasi pasar sekarang dan di masa akan datang, artinya harus cepat tanggap terhadap apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan masyarakat serta kapan dan dimana dibutuhkan. Kegiatan promosi merupakan salah satu kegiatan yang memiliki peran penting untuk memudahkan proses pemasaran, karena promosi merupakan cara untuk merebut perhatian konsumen terhadap suatu produk terutama yang baru saja diluncurkan, selain itu juga untuk menjaga loyalitas nasabah terhadap perusahaan dan mempertahankan eksistensi produk yang telah ada.

Selain itu pemasaran yang dilakukan dalam dunia perbankan terutama PT. BNI syariah adalah untuk meningkatkan loyalitas dan kepercayaan masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. BNI Syariah kepada nasabah. Hal ini berdampak pada meningkatnya loyalitas

³ *Ibid*, hlm. 53.

dan kepercayaan nasabah terhadap PT. BNI Syariah, sehingga akan menjadi peluang bagi PT. BNI Syariah untuk lebih aktif dalam memasarkan produk-produknya dan lebih inovatif dalam mengembangkan produk dan jasa sesuai kebutuhan dan keinginan masyarakat.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. BNI syariah kantor cabang Banda Aceh untuk meningkatkan penjualan produk iB Hasanah tidak jauh berbeda dengan yang dilakukan oleh bank-bank lain pada umumnya, misalnya dengan menjalin kerja sama dengan berbagai instansi, membagikan brosur di pusat keramaian, melakukan *open table* pada acara-acara yang diselenggarakan di kantor pemerintah atau kantor swasta, mensosialisasikan produk kepada calon nasabah saat melakukan silaturahmi ke instansi-instansi dalam bentuk presentasi, memasang spanduk di tempat yang strategis dan memasang iklan di media elektronik maupun media cetak serta melakukan internet marketing di website resmi PT. BNI Syariah.⁴

Hal yang perlu diperhatikan oleh bank sebelum melakukan kegiatan pemasaran produk adalah perlunya mengenal kebutuhan calon nasabah dan melakukan analisis terhadap pasar, apakah tempat yang

⁴ Wawancara bersama dengan Bpk D. Maradona, karyawan bagian marketing pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh (Banda Aceh, 19 mei 2015)

dituju akan sesuai dengan produk yang akan ditawarkan nantinya, atau menganalisis resiko (*risk*) yang mungkin terjadi dan cara untuk menghadapinya sehingga akan mudah untuk menghadapi persaingan pasar dengan para pesaing lainnya. Selain itu Bank juga harus tetap memperhatikan kelemahan produk-produknya agar kelemahan tersebut tidak dijadikan alat oleh bank lain untuk bersaing. Untuk menangani hal ini, manajer dibagian pemasaran bank harus memperbaiki kelemahan tersebut dengan fasilitas yang lebih memadai dan lebih bagus. Bagian pemasaran PT. BNI Syariah harus mengeluarkan seluruh kemampuan terbaik, kekuatan yang optimal serta strategi pemasaran yang unggul agar mampu mengambil peluang pasar dengan melakukan promosi-promosi yang menarik terhadap calon nasabah.

Agar aktivitas pemasaran berjalan dengan baik, bank tentunya harus mempersiapkan strategi serta rancangan yang baik pula. Hal-hal penting yang harus diperhatikan adalah menentukan produk apa yang akan ditawarkan, menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas produk, menentukan strategi apa yang digunakan, dan promosi yang bagaimana yang akan menarik perhatian nasabah untuk memakai produk yang ditawarkan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka topik laporan kerja praktik yang dibahas adalah mengenai “ **Strategi Pemasaran Produk Dana iB Hasanah pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh**”.

1.2 Tujuan Laporan Kerja Praktik

Adapun tujuan dari penulisan laporan kerja praktik ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh dalam rangka mengenalkan produk Dana iB Hasanah kepada masyarakat.

1.3 Kegunaan Laporan Kerja Praktik

Penulisan Laporan Kerja Praktik ini dapat bermanfaat bagi beberapa pihak, diantaranya adalah:

1. Bagi Khasanah Ilmu Pengetahuan.

Laporan kerja praktik diharapkan dapat menjadi referensi bacaan bagi kalangan mahasiswa Diploma III Perbankan Syariah lainnya dan menjadi acuan untuk pengembangan ilmu terutama mengenai ilmu pemasaran dan menjadi perbandingan terhadap teori yang berkembang dengan praktik yang berjalan.

2. Bagi Masyarakat.

Memberi pengetahuan dan informasi secara konstruktif kepada masyarakat tentang Perbankan Syariah sehingga akan membantu meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap Produk Dana iB Hasanah yang ditawarkan oleh PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh.

3. Bagi Instansi Kerja Praktik.

Laporan kerja praktik dapat menjadi kritikan, masukan dan acuan bagi PT. BNI Syariah kantor cabang Banda Aceh untuk meningkatkan jumlah penjualan Produk Dana iB Hasanah melalui kegiatan pemasaran yang efektif untuk memasarkan produk Dana iB Hasanah serta memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada selama ini.

4. Bagi Penulis.

Hasil laporan kerja praktik merupakan sebuah tuntutan akademik sebagai syarat kelulusan dan menjadi tugas akhir untuk menyelesaikan pendidikan Diploma III Perbankan Syariah. Selain itu, hasil laporan kerja praktik juga menambah wawasan dan pengetahuan yang lebih luas tentang ilmu pemasaran, Sehingga mengetahui peranan apa saja yang diberikan dari kegiatan Pemasaran.

1.4 Prosedur Pelaksanaan Laporan Kerja Praktik

Sebelum melaksanakan kegiatan kerja praktik, terlebih dahulu mahasiswa harus melewati prosedur-prosedur yang telah ditetapkan oleh akademik sebagai langkah untuk melaksanakan kerja praktik tersebut. Adapun prosedur pelaksanaan kerja praktik yang harus di ikuti oleh mahasiswa adalah sebagai berikut :

Sebagai langkah awal, mahasiswa mendaftar ke prodi sebagai peserta yang akan mengikuti kegiatan kerja praktik di salah satu Lembaga Keuangan Syariah dan mengisi formulir yang disediakan oleh prodi, dan prodi memeriksa kelengkapan serta persyaratan kerja praktik mahasiswa tersebut. Sementara itu mahasiswa mencari instansi keuangan syariah yang akan dijadikan tempat kerja praktik dengan menyatakan kesediaan instansi tersebut untuk menerima mahasiswa sebagai peserta magang sekaligus tanggal pelaksanaannya. Dengan syarat bahwa instansi tersebut harus *bonafide*, memiliki izin usaha, memiliki administrasi lengkap dan sesuai dengan bidang ilmu di perkuliahan.

Lokasi pelaksanaan kerja praktik sebaiknya berada dikawasan Banda Aceh dan Aceh Besar, hal tersebut akan memudahkan mahasiswa untuk melakukan konsultasi apabila diperlukan serta memudahkan supervisi dan *monitoring*. Kegiatan kerja praktik dapat dilakukan secara berkelompok, dimana dalam satu kelompok minimal terdapat dua peserta

magang. Setelah adanya konfirmasi dari instansi tentang penerimaan peserta magang, maka mahasiswa tidak diperbolehkan untuk membatalkan secara sepihak untuk pindah ke instansi lain. Dan konfirmasi penerimaan dari instansi magang sebaiknya dalam bentuk tertulis.

Selanjutnya prodi akan mengeluarkan surat izin kerja praktik setelah adanya konfirmasi resmi secara tertulis dari instansi magang, kemudian surat izin kerja praktik tersebut akan diserahkan kepada instansi tempat mahasiswa akan melakukan kegiatan kerja praktik. Untuk membekali mahasiswa selama menjalani kerja praktik, maka mahasiswa wajib mengikuti briefing atau pengarahan yang dilaksanakan oleh prodi dengan tujuan untuk memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang kondisi tempat magang, etika dalam bekerja, sikap, perilaku, tata cara berpakaian, dan hal-hal lain yang dianggap relevan.

Setiap kelompok kerja praktik akan di monitoring oleh dua orang dosen yang nanti dapat ditunjuk sebagai pembimbing laporan kerja praktik. Setiap kegiatan kerja praktik yang dilakukan oleh mahasiswa harus dicatat dalam buku laporan harian kerja praktik yang harus ditandatangani oleh pemimpin atau supervisor instansi yang terkait. Jika ada masalah dalam melaksanakan kerja praktik, penulis harus segera melaporkan kepada prodi agar permasalahan tersebut dapat diselesaikan. Sebelum berakhirnya kegiatan kerja praktik, mahasiswa

kerja praktik sudah bisa berkonsultasi dengan Ketua Lab tentang judul Laporan Kerja Praktik untuk memastikan bahwa judul yang diajukan telah sesuai dengan kriteria yang ditentukan dalam buku pedoman kerja praktik dan penulisan laporan (LKP).

Setelah kegiatan kerja praktik telah selesai, mahasiswa diwajibkan untuk segera melapor kembali ke prodi dengan membawa blanko penilaian kerja praktik yang telah di tandatangi oleh pemimpin tempat dimana mahasiswa melaksanakan kerja praktik dengan menyertakan buku laporan kerja praktik. Lamanya kerja praktik yang dijalankan oleh mahasiswa adalah 30 hari kerja efektif atau 45 hari jadwal kalender, kecuali instansi tempat kerja praktik memperpanjang kegiatan kerja praktik dengan syarat instansi yang bersangkutan mengkonfirmasi ulang ke pihak prodi Diploma III Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry.

Penulis mulai menjalankan kegiatan kerja praktik mulai dari tanggal 15 April – 29 Mei 2015 di PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh dan selama mengikuti kegiatan kerja praktik di PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh, penulis ditempatkan pada beberapa bagian di antaranya adalah di bagian umum, di bagian operasional, di bagian marketing, dan di bagian pembiayaan.

BAB DUA

TINJAUAN LOKASI KERJA PRAKTIK

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.

2.1.1 Sejarah BNI Syariah

Sejak tahun 2000-an keberadaan bank yang berprinsip syariah mulai diakui di Indonesia. Bank Syariah membuktikan keunggulannya pada saat krisis moneter melanda Indonesia. Hal tersebut dibuktikan dengan bertahannya Bank Muamalat pada saat terjadinya krisis moneter tersebut, bahkan Bank Muamalat tidak memerlukan Bantuan Likuiditas Bank Indonesia (BLBI) untuk tetap bertahan. Berbekal undang-undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan maka pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan lima kantor cabang, yaitu di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Dan selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 kantor cabang dan 31 kantor cabang pembantu.

Bank BNI Syariah adalah bank yang berorientasi untuk menjalankan usahanya sesuai dengan ketentuan syariah dan menebarkan kebaikan pada masyarakat dengan terus berusaha memberikan pelayanan terbaik. Hal itu ditandai dengan motto mereka “Hasanah”, yang artinya hanya ada kebaikan yang ingin mereka berikan.

Berdasarkan peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 8/3/PBI/2006 tentang pemberian izin Kantor Cabang Konvensional yang memiliki Unit Usaha untuk melayani pembukaan rekening produk dana syariah melalui fasilitas *office channeling*, nasabah dapat menikmati layanan syariah di kantor cabang BNI konvensional dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia. Didalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH.Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT. BNI Syariah dan di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2000 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. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan Perbankan

Syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk Perbankan Syariah juga semakin meningkat. Hingga juni 2014, jumlah cabang PT. BNI Syariah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 20 Payment Point.¹

Di Banda Aceh bank BNI Syariah yang beralamat di JL. Tgk. Daud Beureueh No 33 C resmi dibuka pada tanggal 23 April 2009 dengan cita-cita ingin memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat Banda Aceh khususnya agar menerapkan prinsip syariah di segala aspek kehidupan dan berlandaskan prinsip syariah yang bertujuan untuk membangun perekonomian yang bebas dari empat pokok hal yang dilarang dalam Islam yaitu Maisir, Gharar, Riba, dan Bathil guna terciptanya transaksi yang adil bermanfaat serta memberikan kehasanahan bagi nasabahnya. BNI Syariah juga bersinergi dengan cabang-cabang BNI Konvensional untuk memberikan layanan pembukaan rekening syariah yang dinamakan dengan *Syariah Channeling outlet* (SCO). Jika dihitung dari seluruh outlet di Indonesia,

¹ <http://www.bnisyariah.co.id/sejarah-bni-syariah.html>, diakses pada tanggal 16 juli 2015

PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh merupakan outlet yang ke-25 dari keseluruhan outlet yang ada.²

2.1.2 Visi dan Misi serta Budaya Kerja Insani BNI Syariah

Visi

Menjadi Bank Syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.

Misi

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 Buku Pedoman Perusahaan, pusat BNI Syariah, tentang profil Bank, hal 5

Budaya Kerja Insan BNI Syariah

Untuk menunjang kinerja dan pemberian layanan yang lebih baik oleh para karyawan saat bekerja, PT. BNI Syariah membudayakan beberapa prinsip yang terdiri dari:

1. Amanah, yaitu membudayakan sikap jujur, menepati janji dan bertanggung jawab dalam setiap pekerjaan. Selalu bersemangat untuk menghasilkan karya terbaik, bekerja ikhlas dan mengutamakan niat ibadah serta melayani melebihi harapan
2. Jamaah, pada prinsip ini para karyawan dibudayakan untuk peduli dan berani memberi maupun menerima umpan balik yang konstruktif serta membangun sinergi yang professional. Membagi pengetahuan yang bermanfaat bagi sesama karyawan dan memahami keterkaitan proses kerja dalam perusahaan serta memperkuat kepemimpinan yang efektif.

2.2 Struktur Organisasi PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

Sebuah perusahaan maupun lembaga pasti mempunyai struktur organisasi dalam menjalankan setiap kegiatan usahanya, karena struktur organisasi merupakan kerangka yang berisi tugas masing-masing karyawan dalam menjalankan kegiatannya untuk mencapai target organisasinya. Sehingga penanggung jawab dari suatu kegiatan tersebut

akan terorganisasi dengan baik dan pelaksanaan kegiatan menjadi lebih terarah. Begitu juga dengan PT. BNI Syariah kantor cabang Banda Aceh yang memiliki struktur organisasi sebagai berikut:

1. *Branch Manager* (BM) adalah pemimpin divisi yang berperan aktif dalam melaksanakan kegiatan, antara lain:³
 - a. Memimpin dan melakukan supervisi kepada manager dan analisis divisi resiko pembiayaan.
 - b. Bertanggung jawab dalam pelaksanaan kegiatan divisi resiko pembiayaan yang sesuai dengan kebijakan dan ketentuan yang berlaku.
 - c. Memastikan proses analisis permohonan pembiayaan dari sisi resiko pembiayaan dapat berjalan dengan baik dan optimal.
 - d. Mengembangkan sistem/proses resiko pembiayaan yang lebih efektif dan efisien.
2. *Operasional manager* (OM) adalah penyelia pimpinan divisi yang berperan aktif dalam melaksanakan kegiatan, antara lain:⁴
 - a. Melakukan pengelolaan *call center* iB Hasanah Card.
 - b. Mengelola layanan nasabah, pembukuan, pelaporan, dan monitoring target iB Hasanah Card

³ Buku Pedoman Ikhtisar Jabatan PT. BNI Syariah, Bab IV. hlm. 1.

⁴ Buku Pedoman Ikhtisar Jabatan Operasional manager, Bab IV. hlm. 4

- c. Melakukan evaluasi kinerja terhadap produk iB Hasanah Card
 - d. Melakukan penyusunan, pemantauan serta pelaksanaan SLA iB Hasanah Card dengan PT. BNI (Persero), Tbk berjalan dengan baik dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. *Branch Internal Control (BIC)* Bertugas sebagai audit internal yang memeriksa dan mengawasi kinerja pegawai terhadap kepatuhan Syariah.
4. *Recovery Remedial Head (RMH)* Bertugas menyelesaikan pembiayaan bermasalah nasabah baik secara kekeluargaan maupun secara hukum.
5. *SME Financing Head (SFH)*
- a. Melaksanakan kegiatan pemasaran produk pembiayaan dan jasa perbankan kepada nasabah atau calon nasabah.
 - b. Memproses permohonan pembiayaan produktif/konsumtif.
 - c. Melakukan kunjungan kepada nasabah dan membuat laporan atas kunjungan tersebut.
 - d. Memeriksa kelengkapan persyaratan serta kualitas dokumen pendukung, mengumpulkan dan melakukan verifikasi data serta melakukan taksasi jaminan.
 - e. Berperan aktif dalam melaksanakan kegiatan pemantauan nasabah dan kolektibilitas pembiayaan, seperti:

- Memantau kegiatan usaha nasabah dan keberadaan jaminan.
 - Menyelesaikan permasalahan mengenai dokumentasi nasabah.
- f. Melakukan analisis pembiayaan, membuat pengusulan dan surat keputusan pembiayaan.
- g. Berperan aktif dalam menyelesaikan pembiayaan bermasalah, antara lain:
- Penagihan intensif.
 - Upaya penjualan jaminan.
 - Penyusunan memorandum analisa penyelamatan, pelaporan kepada internal dan eksternal BNI.
6. *General Affairs head (GAH)*
- a. *General Affairs head (GAH)* merupakan penyelia bagian umum yang berperan aktif dalam pengelolaan kepegawaian, seperti
- Mengelola dokumentasi dan data base pegawai.
 - Mencatat slip gaji pegawai.
 - Melakukan perhitungan, pembayaran, serta membukukan cuti/lembur/bonus/reward dan fasilitas lainnya.
 - Menyelenggarakan administrasi dan catatan penilaian pegawai.
 - Menyusun rencana pengadaan dan pengembangan pegawai.
 - Memproses administrasi serah terima jabatan dan mengelola kegiatan pembinaan rohani.

- b. Berperan aktif dalam melaksanakan pengelolaan kebutuhan logistik, akomodasi dan transportasi, seperti
 - melayani kebutuhan dan mengelola perlengkapan kantor (alat tulis/formulir)
 - mengelola kebersihan, ketertiban dan keamanan lokasi kantor.
 - Memelihara aset bangunan bank agar tetap berfungsi dengan baik.
- c. Berperan aktif dalam melaksanakan pengelolaan administrasi umum dan kearsipan, seperti:
 - Mendata dan mendaftarkan surat masuk dan surat keluar dari dan ke unit yang berkepentingan.
 - Menyusun rancangan program-program bagi pegawai dan rencana anggaran kantor cabang.
 - Memelihara hubungan kerja sama dengan pihak luar (pihak instansi/ pemerintah).
 - Mengelola berkas *voucher* pembukuan, rekening, laporan dan dokumen lain yang bersifat umum.

7. *Operasional head* (OH)

- a. Penyelia Operasional yang menyelia dan berpartisipasi aktif dalam kegiatan mengelola transaksi dan administrasi kliring, seperti:

- Memproses warkat kliring keluar untuk transaksi kliring umum dan antar cabang serta menyusunnya menurut bank tertagih.
 - Menyusun daftar kliring keluar untuk transaksi debit/kredit dan membuat rekapitulasi.
 - Memproses warkat kliring masuk dari pertemuan kliring umum dan antar cabang serta menyusunnya menurut jenis transaksi debit/kredit.
 - Melakukan verifikasi tanda tangan nasabah pada warkat kliring yang bersangkutan.
 - Membukukan transaksi kliring pada rekening yang bersangkutan.
 - Menyusun neraca kliring dan membuat saldo bilyet kliring serta memantau kebenaran atas semua transaksi kliring.
- b. Menyelia dan aktif dalam kegiatan mengelola daftar hitam/nasabah cek kosong.
 - c. Menyelia dan berpartisipasi aktif dalam kegiatan mengelola komunikasi cabang seperti berita *telex*, *fax* *mail* dan berita komunikasi lainnya.
 - d. Menyelia yang berpartisipasi aktif dalam kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan pengelolaan administrasi pembiayaan.
 - e. Memantau penyelesaian transaksi daftar pembiayaan.

f. Berpartisipasi aktif dalam hal penyelesaian temuan audit.

8. *Sales head (SH)*.

Unit *Sales* adalah bagian organisasi di PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh yang berperan penting dalam melaksanakan kegiatan pemasaran produk dan jasa perbankan kepada calon nasabah/nasabah, membina hubungan baik dengan berbagai instansi pemerintah maupun swasta, aktif dalam kegiatan melayani dan mengembangkan hubungan dengan nasabah serta berperan dalam melakukan proses permohonan pembiayaan nasabah dan calon nasabah.

9. *Customer Service Head (CSH)*.

Unit ini merupakan bagian organisasi yang melaksanakan kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan produk dan jasa PT. BNI Syariah serta memberikan pelayanan terhadap permasalahan dan kebutuhan nasabah. Misalnya, memberikan informasi tentang produk dana atau pembiayaan dan jasa kepada nasabah (*cross selling*), mengelola pembukuan, memantau perkembangan rekening para nasabah serta daftar jatuh tempo deposito dan perpanjangan jangka waktunya, menyiapkan formulir pembukaan rekening dan melakukan pemblokiran, melayani nasabah dalam kegiatan penarikan dan penyetoran uang tunai/non tunai, penukaran uang, dan melakukan pengecekan terhadap kelengkapan dan kebenaran bukti data nasabah. Selain itu, unit *Customer Service Head*

juga berpartisipasi dalam kegiatan yang berkaitan dengan transaksi dalam negeri dan menyelesaikan transaksi yang berkaitan dengan produk-produk syariah yang dilakukan oleh asisten di kantor cabang konvensional yang ditunjuk sebagai *Office Channeling*. Dalam unit ini terdapat dua pelayanan, yaitu:

a. *Teller*

Bertugas dalam melayani transaksi penyetoran dan penarikan uang tunai maupun non tunai, penukaran uang, serta melayani kiriman uang antar bank (*kliring*).

b. *Customer Service (CS)*

Bertugas melayani masyarakat yang ingin membuka rekening tabungan, giro, deposito dan pelayanan produk-produk lain yang sesuai dengan keinginan nasabah dan calon nasabah, *Customer Service* juga menangani masalah yang berkenaan dengan keluhan nasabah terhadap produk dan jasa bank.

10. *Back Office*

Back Office adalah bagian organisasi yang berperan untuk melanjutkan atau memeriksa ulang atas semua transaksi pada *front office*, selain itu juga menjalankan semua proses administrasi seluruh transaksi umum agar semua tercatat dan terdokumentasi dengan baik, dan

memonitori stok persediaan barang di gudang. Bagian dari *Back Office* diantaranya adalah:

- a. *Office boy* adalah pihak yang bertugas menjaga kebersihan bank untuk kenyamanan karyawan dan nasabah, serta membantu staf lain ketika dibutuhkan.
- b. *Security* adalah pihak yang bertugas untuk menjaga keamanan bank baik siang maupun malam, melayani nasabah yang datang ke bank dengan menanyakan keperluan nasabah dan memberi informasi bagi nasabah yang mengalami kendala serta selalu siap untuk menghadapi situasi yang mungkin terjadi.
- c. *Driver* adalah pihak yang bertanggung jawab atas transportasi, yaitu mengemudi kendaraan perusahaan untuk kebutuhan kegiatan bank dan memelihara kendaraan perusahaan.⁵

2.3 Kegiatan Usaha PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh

Sebagai lembaga keuangan syariah, PT. BNI Syariah memiliki kegiatan yang sama dengan lembaga keuangan lainnya, yaitu menghimpun dan menyalurkan dana serta menyediakan pelayanan jasa kepada nasabah yang sesuai dengan kaidah syariah. PT. BNI Syariah menawarkan berbagai macam produk, baik itu produk dana, produk

⁵ Buku Pedoman Ikhtisar Jabatan PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh.

pembiayaan maupun pelayanan jasa kepada nasabah dan calon nasabahnya dengan tujuan memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk mewujudkan kebutuhan dan keinginan mereka saat ini maupun untuk masa depan. Adapun kegiatan usaha yang dilaksanakan oleh PT. BNI Syariah adalah :⁶

2.3.1. Penghimpunan Dana.

a. Tabungan iB Hasanah

Tabungan yang disediakan dengan menggunakan akad *mudharabah* dan *wadiah* dan di mudahkan dengan berbagai fasilitas transaksi *e-banking* seperti internet Banking, SMS Banking, dan lain-lain. Selain itu tabungan ini juga di fasilitasi dengan kartu debit, jaminan LPS dan dapat dijadikan sebagai agunan pembiayaan

b. Tabungan iB Baitullah Hasanah

Tabungan yang disediakan untuk perencanaan Haji (Reguler/Khusus) dan Umrah yang dikelola secara Syariah dengan sistem setoran bebas atau bulanan sebagai sarana pembayaran BPIH untuk mendapatkan kepastian porsi keberangkatan ibadah Haji dalam mata uang Rupiah dan USD.

⁶ Brosur Produk Dana PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh.

c. Tabungan iB Prima Hasanah

Tabungan yang disediakan bagi nasabah “*High Networth*” menggunakan akad *mudharabah* dengan bagi hasil yang lebih kompetitif. Tabungan dengan manfaat lebih berupa fasilitas transaksi *e-banking* dan fasilitas *Executive Lounge* bandara yang telah bekerjasama dengan PT. BNI Syariah

d. Tabungan iB Tapenas Hasanah

Tabungan ini adalah tabungan yang ditujukan untuk perencanaan masa depan dengan sistem setoran bulanan sehingga bermanfaat untuk membantu menyiapkan rencana masa depan seperti rencana liburan, ibadah umrah, pendidikan maupun rencana lainnya.

e. Tabungan iB Bisnis Hasanah

Tabungan dengan informasi transaksi dan mutasi rekening yang lebih detail, bagi hasil yang kompetitif, serta berbagai fasilitas transaksi *e-banking*, *Executive Lounge* di bandara yang bekerjasama dengan PT. BNI Syariah dan dapat dijadikan sebagai agunan pembiayaan.

f. Tabungan iB Tunas Hasanah

Tabungan yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia dibawah 17 tahun. Tabungan ini di fasilitasi dengan kartu ATM atas nama anak dan SMS notifikasi ke orang tua.

g. Giro iB Hasanah

Giro iB Hasanah merupakan simpanan dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip Syariah dengan alat pembayaran berupa cek dan bilyet giro dan di fasilitasi *intercity clearing* yang memberikan kemudahan penarikan cek/bilyet giro dari bank-bank di seluruh Indonesia.

h. Deposito iB Hasanah

Merupakan investasi berjangka yang ditujukan bagi nasabah perorangan maupun perusahaan. Pengelolaan dana dilakukan dengan cara menyalurkan dana tersebut melalui pembiayaan yang sesuai dengan prinsip Syariah dan memberikan bagi hasil yang kompetitif.

2.3.2 Penyaluran Dana

a. Pembiayaan Konsumtif

1) Griya iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan dengan akad *murabahah* yang disediakan untuk membeli, membangun, merenovasi rumah/ruko atau membeli kavling siap bangun (KSB).

2) Fleksi iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan konsumtif bagi pegawai / karyawan suatu perusahaan / lembaga / instansi dengan menggunakan akad *murabahah* untuk pembelian barang atau akad *ijarah* untuk penggunaan jasa sesuai prinsip syariah.

3) Multiguna iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan konsumtif yang disediakan bagi anggota masyarakat untuk membeli barang kebutuhan konsumtif berlandaskan akad *murabahah* dengan agunan berupa *fixed asset*

4) Oto iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan berakad *murabahah* yang diperuntukkan kepada masyarakat untuk pembelian mobil baru atau motor baru.

5) Pembiayaan Emas iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan untuk membeli emas logam mulia dalam bentuk batangan yang diangsur secara rutin setiap bulannya.

6) Gadai Emas iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan sebagai solusi bagi nasabah guna keperluan jangka pendek dan mendesak seperti kebutuhan hari raya dan keperluan jangka pendek lainnya. Akad yang digunakan adalah akad Qard, Rahn dan Ijarah.

7) Talangan Haji iB Hasanah

Fasilitas pengurusan pendaftaran ibadah Haji melalui penyediaan talangan setoran awal Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) untuk mendapatkan porsi haji, yang ditentukan oleh Departemen Agama.

8) iB Hasanah Card

Fasilitas kartu yang berfungsi sebagai kartu kredit yang dapat diterima diseluruh tempat usaha bertanda *master card* dan semua ATM yang berlogo *cirrus* diseluruh penjuru dunia dalam hal pengaksesannya.

b. Pembiayaan Produktif

1) Tunas Usaha iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan produktif yang diberikan untuk usaha yang *feasible* namun belum *bankable* guna memenuhi kebutuhan modal kerja atau investasi.

2) Wirausaha iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan yang diberikan untuk pertumbuhan usaha yang *feasible* guna memenuhi kebutuhan modal kerja atau investasi.

3) Usaha Kecil iB Hasanah.

Fasilitas pembiayaan produktif yang diberikan untuk pengembangan usaha produktif yang *feasible* guna memenuhi kebutuhan modal kerja atau investasi usaha.⁷

2.3.3. Pelayanan Jasa PT. BNI Syariah kantor cabang Banda Aceh.

Selain menyediakan Produk Dana dan Produk Pembiayaan, bank juga menyediakan pelayanan jasa bagi para nasabah dengan tujuan untuk mempermudah kegiatan transaksi. Selain itu pelayanan jasa bank yang diberikan oleh perbankan merupakan pendukung bagi kelancaran kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana, sehingga nasabah akan

⁷ Brosur Produk Dana dan Pembiayaan PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh.

merasa nyaman dan leluasa dalam melakukan kegiatan transaksi keuangan dimana pun dan kapan pun. Adapun pelayanan jasa yang ditawarkan oleh PT. BNI Syariah adalah melalui:

1) E-Banking iB Hasanah

Pelayanan 24 jam melalui e-banking iB hasanah yang dapat dinikmati oleh nasabah dengan berbagai kemudahan dan kenyamanan transaksi perbankan.

2) SMS Banking

Fasilitas layanan sms banking BNI Syariah yang dapat dinikmati oleh nasabah melalui ponsel pribadi, dengan melakukan “Registrasi E-Chanel” di ATM BNI serta aktisifasi transaksi financial di kantor cabang BNI Syariah.⁸

3) Internet Banking

Internet banking merupakan fasilitas layanan yang disediakan oleh bank BNI Syariah kepada nasabah dengan berbagai fitur kemudahan seperti cek saldo, transfer dana, pembayaran berbagai tagihan seperti listrik, air, televisi, pembelian pulsa, dan lainnya.

4) Kartu ATM

⁸ Brosur PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh.

Merupakan jasa yang ditawarkan oleh pihak bank untuk mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi, baik berupa penarikan tunai maupun untuk keperluan lainnya.

5) Transfer

Transfer merupakan suatu kegiatan jasa bank untuk memindahkan sejumlah dana tertentu sesuai dengan perintah si amanat yang ditujukan untuk keuntungan seseorang yang di tunjuk sebagai penerima transfer.

6) Inkaso

Inkaso merupakan pemberian kuasa kepada bank oleh nasabah(baik perusahaan maupun perorangan) untuk melakukan penagihan terhadap surat surat berharga (baik yang berdokumen maupun yang tidak) yang harus dibayar setelah pihak yang bersangkutan (pembayaran atau tertarik) berada ditempat lain (dalam atau luar negeri) menyetujui pembayarannya.

7) BI-RTGS

Sistem BI-RTGS adalah sistem transfer dana elektronik antar peserta dalam mata uang Rupiah yang penyelesaiannya dilakukan secara seketika pertransaksi secara individu.

2.4 Keadaan Personalia PT BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh

Setiap kegiatan yang dijalankan oleh sebuah perusahaan pastinya akan membutuhkan tenaga kerja manusia, hal tersebut menunjukkan pentingnya Sumber Daya Manusia dalam menjalankan setiap kegiatan dan sebagai penunjang untuk memajukan perusahaan tersebut. Sama halnya dengan PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh yang memiliki tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan pelayanan serta menunjang perkembangan PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh.

Karyawan PT. BNI Syariah kantor cabang Banda Aceh saat ini berjumlah 34 orang, 19 orang pegawai tetap, 3 orang pegawai kontrak dan 11 orang pegawai outsourcing yang terdiri dari 8 orang pegawai perempuan dan 26 orang pegawai laki-laki serta 1 orang pegawai dari kantor pusat yang ditempatkan di kantor cabang Banda Aceh. Berdasarkan Jabatan Kerja karyawan pada PT. BNI Syariah kantor cabang Banda Aceh, maka dapat dideskripsikan sebagai berikut, yaitu: *Branch Manager (BM)* 1 orang, *Operasional Manager (OM)* 1 orang, *Internal Audit* 1 orang, *customer service head (CSH)* 1 orang, *sales head (SH)* 1 orang, bagian umum 2 orang, bagian operasional 4 orang, bagian sales marketing 3 orang, bagian sales processing 3 orang, *teller* 3 orang, *customer service (CS)* 2 orang, *security* 5 orang, *cleaning service* 2

orang, dan *driver* 3 orang. Pada umumnya Pendidikan karyawan di PT. BNI Syariah kantor cabang Banda Aceh adalah lulusan S1 tingkat supervisor/ asisten manager dan selebihnya adalah lulusan DIII untuk tingkat asisten yang sedang menempuh pendidikan lanjutan S1. Umur para karyawan berkisar diantara 25 tahun hingga 45 tahun ke atas, dan umur pension karyawan pada PT. BNI Syariah adalah pada umur 55 tahun.⁹

⁹ Wawancara bersama dengan Bpk. Teuku Trisna Viska, general affairs head PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh (Banda Aceh, 28 Mei 2015)

BAB TIGA

HASIL KEGIATAN KERJA PRAKTIK

3.1 Kegiatan Kerja Praktik

Kegiatan Kerja Praktik yang penulis laksanakan di PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh merupakan kegiatan akhir yang ditugaskan kepada setiap mahasiswa. Penulis mengikuti *job training* tersebut selama 30 hari kerja, dimulai pada pertengahan April hingga akhir Mei 2015. Selama kegiatan kerja praktik berlangsung, penulis mengikuti setiap kegiatan pada PT. BNI Syariah, misalnya ikut serta dalam kegiatan *Briefing* pagi atau Tausiah yang dilaksanakan setiap minggunya. Penulis juga aktif dalam kegiatan yang dilaksanakan oleh masing-masing bagian seperti bagian umum, bagian pembiayaan, bagian pemasaran, bagian pelayanan dan bagian operasional dengan tujuan agar penulis mendapatkan pengetahuan serta wawasan tentang kegiatan perbankan. Adapun kegiatan yang dilakukan penulis selama mengikuti *job training* adalah sebagai berikut:

3.1.1 Bagian Operasional

Pada bagian ini penulis membantu menyusun dan merapikan dokumen administrasi pembiayaan nasabah, memeriksa kelengkapan data nasabah yang mengajukan permohonan pembiayaan, menginput data,

merapikan berkas akad untuk tanda tangan perjanjian pembiayaan, dan memeriksa slip setoran kliring.

3.1.2 Bagian Pembiayaan

Pada bagian pembiayaan, penulis ikut serta dengan tim dalam kegiatan survei lapangan terhadap barang agunan dari nasabah yang mengambil pembiayaan, bangunan/ tanah yang ingin dibeli dengan memakai produk pembiayaan PT. BNI Syariah maupun kondisi tanah yang akan dibangun bangunan di atasnya. Dalam kegiatan survey lapangan, tim melihat kondisi bangunan/ tanah dan mengukur luas bangunan/tanah tersebut. Hal ini berguna untuk memutuskan apakah pembiayaan layak di lakukan oleh PT. BNI Syariah terhadap seorang nasabah.

3.1.3 Bagian Umum

Sebagai permulaan, penulis dan para peserta magang lain mendapatkan pengarahan dari bagian umum tentang peraturan dan ketentuan yang berlaku pada PT. BNI Syariah serta memperkenalkan sekilas tentang produk-produk PT. BNI Syariah. Selain itu di bagian ini penulis membantu meregister surat masuk, meregister kartu gudang, menginput absensi para staf, dan membuat bingkisan souvenir promosi produk.

3.1.4 Bagian Pelayanan

Penulis merangkap formulir pembukaan rekening tabungan calon nasabah, memeriksa kelengkapan dan meregister data nasabah yang membuka rekening maupun permohonan perbaharui Kartu ATM pada hari yang bersangkutan, menyusun dan merapikan berkas formulir pembukaan rekening tabungan, menyusun dan mengurutkan letak Kartu ATM serta memusnahkan Berkas yang tidak diperlukan lagi seperti Kartu ATM dan Buku Tabungan yang sudah tidak bisa dipergunakan.

3.1.5 Bagian Pemasaran

Kegiatan yang paling menonjol yang dilakukan oleh penulis dalam pelaksanaan kerja praktik di PT. BNI Syariah kantor cabang Banda Aceh adalah kegiatan pemasaran, di bagian ini penulis sering terjun langsung ke lapangan untuk melakukan kegiatan-kegiatan pemasaran. Di antara kegiatan yang sering dilakukan adalah membagikan brosur produk PT. BNI Syariah di keramaian orang seperti membagikan brosur di persimpangan lampu merah, ke lembaga-lembaga pemerintahan, swasta, atau di kampus-kampus maupun sekolahan. Selain itu, penulis dan tim pemasaran juga mengantar surat permohonan izin presentasi, permohonan kerja sama dengan lembaga dan instansi tersebut di atas. Penulis juga sering ikut serta dalam kegiatan *open table* yang dilakukan bagian pemasaran di acara yang di sponsori PT. BNI Syariah dan ikut

serta dalam kegiatan presentasi yang dilakukan bagian pemasaran dalam rangka mempromosikan produk dan jasa PT. BNI Syariah di instansi maupun lembaga-lembaga yang menjalin kerja sama dengan PT. BNI Syariah kantor cabang Banda Aceh. Di antara kegiatan lainnya adalah penulis beserta tim pemasaran juga mengunjungi nasabah yang ingin mengambil pembiayaan dengan tujuan untuk melihat kondisi/ keadaan nasabah serta objek yang ingin di beli.

3.2 Bidang kerja Praktik

Selama melaksanakan *job training* pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh, penulis ditempatkan pada kegiatan yang berbedabeda, namun lebih sering melaksanakan kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran sehingga penulis berminat untuk mengangkat judul yang berhubungan dengan pemasaran.

Bagian pemasaran memiliki peranan yang sangat penting untuk menjadikan penjualan produk di PT. BNI Syariah berkembang dan meningkat dari waktu ke waktu. Maka dari itu, tujuan dari penulisan laporan kerja praktik ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang dijalankan oleh PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh dalam rangka meningkatkan penjualan suatu produk.

3.2 1 Produk Dana iB Hasanah

a. Tabungan iB Hasanah.

Tabungan iB Hasanah merupakan produk dana PT. BNI Syariah yang ditawarkan kepada masyarakat dengan menggunakan akad Mudharabah dan Wadiah. Pada produk ini bank memberikan berbagai fasilitas dan kemudahan kepada nasabah dalam bertransaksi, misalnya fasilitas buku tabungan , BNI Syariah card silver yang berfungsi sebagai kartu ATM, dan fasilitas E-Banking.

Nisbah bagi hasil yang ditawarkan kepada nasabah yang menggunakan akad mudharabah adalah 22:78. Artinya nasabah akan mendapatkan 22% dari hasil pengelolaan dana yang mereka tabung dan 78% untuk bank.¹

b. Deposito iB Hasanah

Deposito iB Hasanah adalah produk dana PT. BNI Syariah berbentuk investasi berjangka yang dikelola dengan menggunakan akad Mudharabah dan dapat dibuka perorangan maupun perusahaan. Terdapat pilihan untuk menggunakan mata uang rupiah atau us dollar dan jangka waktu yang ditawarkan yaitu 1,3,6 dan 12 bulan. Bagi hasil yang

¹ <http://www.bnisyariah.co.id/produk/bni-syariah-tabungan>, diakses pada tanggal 5 januari 2016

ditawarkan pada produk deposito lebih tinggi dibandingkan pada produk tabungan. Berikut uraian nisbah bagi hasil Deposio iB Hasanah:

Table. 3.1 Nisbah bagi hasil pada produk Deposito iB Hasanah.

Jangka waktu	Nisbah bagi hasil nasabah	Nisbah bagi hasil bank
1 bulan	49 %	51 %
3 bulan	51%	49 %
6 bulan	53%	47 %
12 bulan	55%	45 %

Data nisbah bagi hasil tersebut di dapat dari data produk dana PT. BNI Syariah. Bagi hasil dari investasi deposito tersebut dapat ditransfer langsung ke rekening tabungan , rekening giro atau menambah pokok investasi milik nasabah itu sendiri.²

c. Giro iB Hasanah

Produk Giro iB Hasanah merupakan produk yang dikelola oleh PT. BNI Syariah dengan menggunakan akad wadiah, dimana dana tersebut berasal dari titipan pihak ketiga yang penarikannya dapat

² <http://www.bnisyariah.co.id/produk/bni-syariah-deposito>, diakses pada tanggal 5 januari 2016

dilakukan setiap saat oleh nasabah dengan menggunakan cek, bilyet giro maupun sarana perintah pembayaran lainnya.

Rekening Giro iB Hasanah dapat dibuka perorangan maupun perusahaan dengan pilihan mata uang rupiah atau us dollar. Setoran awal bagi yang membuka rekening perorangan minimal sebesar Rp 500.000,-. Sedangkan bagi yang membuka rekening atas nama perusahaan, setoran awalnya minimal sebesar Rp 1000.000,-. Fasilitas yang ditawarkan antara lain berupa buku cek dan bilyet giro khusus mata uang rupiah, BNI Syariah card silver yang berfungsi sebagai kartu ATM, layanan E-Banking, dan intercity clearing untuk kemudahan penarikan cek atau bilyet giro dari bank lain di seluruh Indonesia.³

3.2.2 Strategi Pemasaran PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh.

Secara garis besar terdapat 4 aspek yang paling berperan dan paling dominan dalam sebuah perusahaan, diantaranya adalah Pemasaran, Sumber Daya Manusia, Keuangan dan Produksi.⁴ Hal tersebut berarti bahwa kegiatan pemasaran merupakan salah satu aspek penting dan paling dominan perannya untuk menjalankan dan mengembangkan suatu usaha. Pada setiap praktiknya masing masing aspek pasti menganggap

³ <http://www.bnisyariah.co.id/produk/bni-syariah-giro-valas>, diakses pada tanggal 5 januari 2016

⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 75.

bahwa aspeknya yang paling penting dan paling dibutuhkan, namun yang sebenarnya adalah setiap aspek tersebut saling memiliki keterkaitan yang erat untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai dalam perusahaan secara keseluruhan.

Kemampuan perusahaan untuk memasarkan produknya akan mempengaruhi tingkat penjualan dari sebuah produk. Untuk meningkatkan penjualan produknya, PT. BNI Syariah harus bisa menawarkan produknya dengan harga yang mampu dijangkau oleh nasabah namun dapat menguntungkan serta mampu mengatasi pesaing yang terlibat dalam kegiatan pemasaran. Keterlibatan SDM yang kreatif, ulet, inovatif dan berinisiatif di PT. BNI Syariah sangat mempengaruhi keberhasilan dalam meningkatkan penjualan produk. Orang-orang yang terlibat dalam kegiatan pemasaran harus mampu mengambil peluang dan mencari kesempatan untuk memasarkan produk yang telah diciptakan. Jika kegiatan pemasaran bank tidak berhasil pada target yang telah direncanakan maka bank tidak akan mampu mencapai tujuan pemasarannya.

Salah satu usaha yang harus dijalankan bagian pemasaran PT. BNI Syariah untuk mencapai tujuan pemasarannya terhadap produk dana iB Hasanah adalah dengan meningkatkan jumlah nasabah yang akan menggunakan produk dana.

1. Strategi Produk (*Product*).

Untuk membedakan produknya dengan produk bank lain, PT. BNI Syariah memberikan nama khas untuk produk mereka yaitu penulisan iB Hasanah pada setiap produk, yang berarti bahwa setiap kegiatan yang dilakukan oleh bank hanya bertujuan untuk memberikan kebaikan. Penulisan iB Hasanah tersebut menjadi ciri khas pada setiap produk yang ditawarkan oleh PT. BNI Syariah kepada masyarakat untuk membuat daya tarik bagi nasabah serta membuat nasabah mudah mengenal dan mudah mengingat terhadap setiap produk.

Pelayanan dan jasa yang diberikan juga memudahkan setiap transaksi yang dilakukan oleh nasabah. Penyediaan Fasilitas buku tabungan, kartu ATM, cek, bilyet giro maupun kartu kredit akan membuat nasabah lebih mudah dalam melakukan transaksi diseluruh cabang BNI dan BNI Syariah.

2. Strategi Harga (*Price*).

Penentuan harga yang ditawarkan kepada nasabah dari produk dana lebih mengarah kepada nisbah bagi hasil dari dana nasabah yang dikelola oleh bank. Pembagian nisbah bagi hasil terhadap produk tabungan iB Hasanah dan deposito iB Hasanah tergolong dalam kategori yang menarik minat nasabah untuk menabung dan menginvestasikan dana mereka di PT. BNI Syariah. Misalnya pada Tabungan iB Hasanah

yang menggunakan akad mudharabah nisbah bagi hasil yang ditawarkan adalah sebesar 22:78 artinya 22% dari hasil pengelolaan dana diperuntukkan untuk nasabah dan 78% nya untuk bank. Jika dibandingkan dengan bank Syariah Mandiri misalnya, nisbah bagi hasil yang ditawarkan dibedakan berdasarkan jumlah dana yang di tabung. Berdasarkan surat perubahan nisbah bagi hasil yang di umumkan pada tanggal 1 september 2015, bank Syariah Mandiri menawarkan 15% bagi nasabah yang memiliki tabungan <100 juta dan 22% bagi nasabah yang memiliki tabungan 100 juta.⁵

Sedangkan pada Deposito iB Hasanah, bagi yang mengambil jangka waktu 1 bulan mendapatkan bagi hasil sebesar 49% (nasabah) dan 51% (bank), jangka waktu 3 bulan 51% (nasabah) dan 49% (bank), jangka waktu 6 bulan 53% (nasabah) dan 47 % (bank) dan jangka waktu 12 bulan 55% (nasabah) dan 45% (bank). Hal ini juga berbeda dengan yang ditawarkan oleh Bank Muamalat. Pada jangka waktu 1 bulan, Bank Muamalat menawarkan 50% (nasabah) dan 50% (bank), jangka waktu 2 bulan 50,5% (nasabah) dan 49,5% (bank), jangka waktu 3 bulan 51% (nasabah) dan 49% (bank), jangka waktu 6 bulan 52% (nasabah) dan 48% (bank), jangka waktu 12 bulan 54% (Nasabah) dan 46% (bank).

⁵ <http://www.syariahmandiri.co.id/2015/08/perubahan-nisbah-bagi-hasil--produk-tabungan-bsm>, di akses pada tanggal 4 Maret 2016

Berdasarkan harga yang tercantum diatas, jelas bahwa persentase yang ditawarkan berbeda, hal tersebut akan menjadi pertimbangan nasabah untuk menginvestasikan dana mereka di PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh yang menawarkan harga yang lebih menguntungkan bagi mereka.

3. Strategi Lokasi (*Place*)

Lokasi-lokasi yang di pilih oleh PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh untuk memasarkan produk dana sudah cukup strategis. Letak PT. BNI syariah yang berdekatan dengan kota serta instansi-instansi dan lembaga pemerintahan membuat hal tersebut menjadi peluang bagi PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh untuk memasarkan produk mereka. Sekalipun itu juga menjadi hambatan bagi mereka karena harus bersaing dengan bank-bank lain yang juga memiliki letak yang strategis.

Selama melaksanakan kerja praktik penulis melihat bahwa lembaga pemerintahan, instansi-instansi, universitas dan sekolah-sekolah menjadi sasaran PT. BNI Syariah sebagai tempat memasarkan produk dana. Lokasi tersebut dapat menjadi peluang dan kesempatan untuk menarik perhatian masyarakat agar menjadi nasabah di PT. BNI Syariah dan menambah tingkat penjualan sesuai target.

4. Strategi Promosi (*Promotion*)

Banyak sekali strategi promosi yang dilakukan oleh PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh untuk menarik minat masyarakat agar tertarik untuk menggunakan produk dana iB Hasanah. Misalnya dengan mengunjungi sekolah-sekolah untuk mengajak para siswa membuka rekening tabungan pada PT. BNI Syariah atau mengundang langsung salah satu sekolah ke kantor PT. BNI Syariah sebagai bentuk promosi dan pengenalan kepada anak-anak bahwa pentingnya menabung untuk masa depan.

Sebaliknya jika produk tabungan banyak ditawarkan pada anak-anak dilembaga sekolahan, maka produk giro dan deposito banyak ditawarkan pada para pegawai instansi pemerintahan maupun swasta sebagai bentuk investasi. Dalam rangka promosi produk dana, PT. BNI Syariah juga membagikan brosur promosi tentang produk dana dan jasa lainnya dikeramaian masyarakat, salah satunya di persimpangan lampu merah yang memiliki volume pengendara yang ramai, sehingga orang-orang yang tidak mampu dijangkau pada saat mengunjungi lembaga atau instansi akan terjangkau pada saat mempromosikan dikalangan ramai seperti itu.

Kegiatan lain yang dilakukan PT. BNI Syariah misalnya dengan menjadi sponsor dan melakukan kegiatan *open table* pada acara-acara

seminar bisnis atau seminar lainnya yang dilakukan oleh pihak tertentu bagi mahasiswa maupun bagi kalangan umum. Dengan menjalin kerja sama dengan pihak tersebut, PT. BNI Syariah akan mendapatkan keuntungan dan peluang untuk merekrut nasabah agar membuka rekening tabungan, giro maupun deposito sebagai syarat seminar atau sebagai syarat promosi lainnya yang ditawarkan oleh pengada acara tersebut. Dengan meningkatnya jumlah nasabah, secara tidak langsung akan meningkatkan jumlah penjualan produk bank. Banyak sekali kegiatan yang dilakukan PT. BNI Syariah dalam menjalankan perannya untuk terus meningkatkan penjualan produknya.

Selama menjalankan kegiatan kerja praktik, penulis tidak hanya terlibat pada pemasaran produk dana saja, akan tetapi pada kegiatan penawaran terhadap produk pembiayaan khususnya pembiayaan konsumtif, penulis juga ikut serta saat melakukan penawaran langsung kepada nasabah. Penawaran terhadap produk pembiayaan konsumtif ini lebih sering dilakukan dengan mendatangi nasabah dan bersosialisasi langsung maupun dengan melakukan presentasi.

5. Strategi Sumber Daya Manusia (*People*)

perekrutan sumber daya manusia sebagai karyawan yang akan membantu menjalankan dan mengembangkan usahanya, PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh merekrut orang-orang yang

punya potensi dalam bidang yang bersangkutan. Tidak hanya di bidang pemasaran, dibidang lain pun bank memilih orang-orang yang mau bekerja ekstra dengan memiliki karakter yang mau bekerja keras, bertanggung jawab, ulet, berperilaku sopan, ramah, mau bekerja sama, dan dapat diandalkan dalam kondisi apa pun.

Khusus pada bidang pemasaran, PT. BNI Syariah lebih mengandalkan karyawan yang cakap, ulet dan mempunyai jiwa marketing yang tinggi sehingga akan mudah saat berhadapan dengan nasabah dan mampu menyampaikan informasi yang jelas tentang bank dan produk yang ditawarkan.

Selain itu, bank juga berusaha untuk mengembangkan keterampilan karyawan dengan cara memberikan maupun mengikutsertakan karyawan pada setiap pelatihan yang diadakan oleh PT. BNI Syariah secara keseluruhan.

3.2.3 Peran Pemasaran sebagai usaha Meningkatkan Penjualan Produk Dana iB Hasanah di PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh.

Adapun beberapa peran yang dapat diberikan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh untuk meningkatkan penjualan produk diantaranya adalah:

- a. Membantu bank menemukan dan memahami hal yang menjadi kebutuhan dan keinginan nasabah sehingga memudahkan bank dalam menciptakan produk yang sesuai.
- b. Menjadikan bank menjalin kerja sama dengan berbagai relasi sebagai langkah untuk mendapatkan nasabah sebanyak mungkin sehingga akan mempengaruhi tingkat penjualan dari tahun ke tahun.
- c. Memudahkan bank dalam mencapai tujuan untuk mendapat keuntungan sesuai kinerja dan usaha untuk memberi layanan terbaik sesuai kaidah.
- d. Sebagai usaha untuk mengenalkan produk bank yang sesuai syariah kepada masyarakat dalam bentuk promosi-promosi untuk menarik perhatian dan minat nasabah.
- e. Usaha untuk mempertahankan nasabah agar tetap loyal untuk menggunakan produk dan jasa PT. BNI Syariah.

Kegiatan pemasaran merupakan koordinasi dan integrasi yang bertujuan untuk memberikan kepuasan konsumen secara optimal guna mendapatkan dan mempertahankan langganan. Selain itu, bank juga harus memiliki sistem informasi yang baik. Sistem informasi akan membantu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh bank untuk

mengetahui kondisi pasar yang harus dihadapi untuk menyaingi para pesaing diluar.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa peran dari kegiatan pemasaran sangat mendukung proses peningkatan volume penjualan. Strategi-strategi yang dilakukan bagian pemasaran PT. BNI Syariah akan sangat berperan jika dijalankan secara efektif.

3.3 Landasan Teori

3.3.1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan manusia yang di arahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.⁶ Dalam kegiatannya, pemasaran tidak hanya dilakukan pada sebuah usaha yang mengutamakan keuntungan, tetapi juga pada usaha yang terbentuk karena kesosialan. Bagi sebuah usaha yang bergerak dibidang keuangan, pemasaran menjadi sangat penting dalam mencapai tujuan usaha dalam meningkatkan keuntungan dan mengembangkan kegiatan usahanya dari waktu ke waktu. Bahkan kegiatan pemasaran menjadi suatu kebutuhan bagi sebuah perusahaan dalam meningkatkan penjualan produk dan jasa serta pencapaian target yang telah direncanakan, Sehingga kegiatan

⁶ Malayu s.p Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008), hlm. 143.

pemasaran harus dirancang, disusun dan dilaksanakan secara terorganisasi oleh bank untuk mencapai kepuasan nasabahnya.

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.⁷ Peran pemasaran dalam setiap kegiatan perbankan sangat banyak dan sangat mempengaruhi perkembangan usaha bank ke depannya. Jika kegiatan pemasaran berhasil dijalankan, maka usaha yang dijalankan oleh bank akan maju.

3.3.2. Konsep Pemasaran

Konsep Pemasaran merupakan orientasi perusahaan yang menekankan bahwa tugas pokok perusahaan adalah menentukan kebutuhan dan keinginan pasar dan selanjutnya memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut sehingga dicapai tingkat kepuasan langganan yang melebihi dari kepuasan yang diberikan oleh para saingan⁸. Dasar pemikiran adanya konsep pemasaran karena pemuasan terhadap keinginan dan kelompok pembeli menjadi tugas sebuah perusahaan, untuk itu diperlukan program riset pemasaran agar dapat diketahui apa

⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 54-55.

⁸ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta, Rajawali Pers, 2013), hlm. 81.

yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain itu kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen harus ditempatkan di bawah kontrol pemasaran yang terintegrasi. Dengan begitu kepuasan yang dirasakan oleh konsumen akan menimbulkan kesan yang baik dan loyalitas dari konsumen.⁹

Jika suatu perusahaan menganut konsep pemasaran, maka semua kegiatan akan diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga terciptanya kepuasan nasabah. Bagian pemasaran berperan aktif mulai dari proses awal hingga akhir karena konsumen menjadi tujuan utama, sehingga yang menjadi kepuasan tidak hanya peningkatan volume penjualan saja. Tujuan utama konsep pemasaran adalah memaksimalkan kepuasan nasabah yang merupakan syarat ekonomis dan sosial bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan sehingga semua kegiatan perusahaan seperti produksi, teknik, keuangan, maupun pemasaran selalu diarahkan pada upaya untuk memenuhi selera nasabah dan memuaskan kebutuhan mereka agar diperoleh keuntungan yang layak dalam jangka panjang. Selain itu pemasaran juga mempunyai peran yang sangat penting bagi perbankan dalam memperkenalkan dan menjual produk dana, produk pembiayaan maupun pelayanan jasa. Di antara

⁹ Malayu s.p Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008), hlm. 147.

tujuan dilakukannya kegiatan pemasaran bank adalah untuk menyampaikan informasi tentang produk dan jasa yang ditawarkan bank dengan tujuan agar masyarakat mengenal dan tertarik terhadap produk dan jasa tersebut. Dengan begitu akan mendatangkan kepercayaan dan kenyamanan masyarakat terhadap produk yang dibeli. Dan juga untuk meningkatkan penjualan dengan memperbesar kegiatan perbankan seperti menghimpun dan menyalurkan dana sehingga akan meningkatkan keuntungan yang ingin dicapai. Selain itu, tujuan dari dilakukannya kegiatan pemasaran adalah untuk menguasai target pasar dan meningkatkan daya saing dengan perusahaan lainnya¹⁰

Adapun konsep pemasaran yaitu:

a. Konsep produksi

Konsep ini menyatakan bahwa konsumen menyukai produk yang tersedia selaras dengan kemampuan. Oleh karena itu manajemen harus berusaha untuk meningkatkan efisiensi produksi dan distribusi.

b. Konsep produk

Bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas dan prestasi terbaik serta keistimewaan menonjol. Oleh karena itu produsen harus berusaha memperbaiki produk terus menerus

¹⁰ *Ibid*, hlm. 144.

c. Konsep penjualan

Menyatakan bahwa konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk, kecuali jika produsen mengupayakan promosi dan penjualan yang agresif

d. Konsep pemasaran

Menyatakan bahwa kunci keberhasilan untuk mencapai tujuan pemasaran adalah terdiri dari penentuan keinginan dan kebutuhan pasar sasaran (target market) serta pemberian kepuasan yang diinginkan secara lebih baik daripada yang dilakukan para pesaing.¹¹

3.3.3. Marketing Mix

Bauran Pemasaran atau yang biasa disebut *Marketing Mix* adalah kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu.¹² Dalam hal ini berarti bahwa setiap konsep dari kegiatan tersebut dijalankan secara bersamaan karena pelaksanaan dan penerapan dari masing-masing komponen harus dilakukan dengan memerhatikan keterkaitan antara satu komponen dengan komponen lainnya. Guna mencapai tujuan pemasaran, hampir semua perusahaan menggunakan strategi ini, apalagi untuk menghadapi persaingan yang sangat ketat dalam dunia bisnis saat ini.

¹¹ *Ibid*, hlm. 146.

¹² Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006), hlm.186.

Masing-masing komponen yang terdapat dalam bauran pemasaran sangat ketergantungan dan saling membutuhkan untuk menjalankan perannya. Penerapan Marketing Mix dalam perbankan hanya menggunakan konsep yang sesuai dengan kebutuhan bank saja. Adapun komponen-komponen yang tergabung dalam Marketing Mix antara lain adalah produk, harga, lokasi, promosi dan orang-orang yang berpartisipasi di dalamnya.¹³

a. Strategi Produk (*Product*)

Secara umum, produk diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Artinya apapun wujud dari produk tersebut selama masih dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, maka itu disebut sebuah produk. Menurut Philip Kotler, pengertian produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.¹⁴

Namun demikian, tidak semua produk yang ditawarkan akan terjual begitu saja. Semua produk yang diciptakan akan

¹³ *Ibid*, hlm.186.

¹⁴ *Ibid*.

membutuhkan strategi untuk memasarkannya kepada konsumen.

Dalam perbankan strategi produk dapat dimulai dengan:

- 1) Penentuan logo dan moto yang akan menjadi ciri khas suatu bank dan serangkaian kata-kata yang mengandung tujuan bank dalam melayani konsumen. Penentuan logo dan moto harus memiliki makna yang bertujuan agar dapat menarik perhatian konsumen dan dapat dengan mudah diingat oleh konsumen.
- 2) Menciptakan merek yang bertujuan memudahkan konsumen untuk mengenal produk dan mudah diingat. Merek merupakan sesuatu untuk mengenal produk yang ditawarkan. Penciptaan merek harus terkesan hebat dan modern sehingga akan menarik perhatian konsumen, memiliki arti, dan mudah diingat.
- 3) Menciptakan kemasan
Kemasan merupakan pembungkus suatu produk. Dalam dunia perbankan kemasan lebih diartikan kepada pemberian pelayanan atau jasa kepada para nasabah di samping juga sebagai pembungkus untuk beberapa jenis jasanya seperti buku tabungan, cek, bilyet giro, atau kartu kredit.
- 4) Keputusan label
Label merupakan sesuatu yang dilengketkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian dari kemasan. Di dalam label

di jelaskan siapa yang membuat, dimana dibuat, kapan dibuat, cara menggunakannya, waktu kadaluwarsa, komposisi isi, dan informasi lainnya.¹⁵

b. Strategi Harga (*Price*)

Harga merupakan penentu laku atau tidaknya suatu produk dan jasa perbankan. Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting yang harus diperrhatikan, karena salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan nantinya¹⁶. Diantara tujuan penentuan harga adalah untuk:

- 1) Untuk bertahan hidup, artinya dalam kondisi persaingan yang sangat tinggi bank harus dapat menentukan harga semurah mungkin agar produk yang ditawarkan laku di pasaran dalam kondisi yang masih menguntungkan bagi bank.
- 2) Untuk memaksimalkan laba, penentuan harga dimaksudkan untuk meningkatkan tingkat penjualan sehingga dapat memaksimalkan laba.
- 3) Untuk memperbesar *market share*, penentuan harga pada poin ini adalah penentuan harga yang mengharapkan peningkatan jumlah nasabah atas penawaran produk yang ditawarkan.

¹⁵ Kasmir, *Pemasaran bank* (Jakarta: kencana, 2010), hlm. 127-128.

¹⁶ *Ibid*, hlm. 135.

- 4) Mutu produk, tujuan penentuan harga dalam hal mutu produk adalah untuk memberikan kesan bahwa produk memiliki kualitas yang tinggi meski ditawarkan dengan harga yang murah.
- 5) Karena pesaing, tujuannya untuk membandingkan harga dengan harga yang ditawarkan oleh pesaing. Artinya harga yang ditawarkan tidak boleh melebihi harga yang ditawarkan oleh pesaing.

c. Strategi Lokasi (*Place*)

Lokasi adalah sekelompok masyarakat yang dijadikan sasaran pemasaran produk bank yang diharapkan dapat menjadi nasabah bank yang bersangkutan. Pihak bank bagian pemasaran harus kreatif dalam menetapkan lokasi yang strategis saat melakukan pemasaran produk agar tujuan yang ingin dicapai pada kegiatan pemasaran dapat terwujud dengan efektif.¹⁷

Lingkungan pemasaran tidak hanya tempat untuk menggunakan kesempatan, tapi dapat juga menjadi ancaman yang harus diwaspadai oleh pihak bank dalam memasarkan produknya. Oleh karena itu pihak bank perlu melakukan riset pemasaran dan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang

¹⁷ Malayu hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: PT. Bumi aksara, 2008), hlm. 150.

dimiliki bank sehingga dapat mengetahui peluang dan hambatan yang akan dihadapi kedepannya.

- 1) *Strength* (kekuatan), yaitu melihat kelebihan dan potensi yang dimiliki bank sebagai modal untuk bersaing dengan bank lain
- 2) *Weakness* (kelemahan), yaitu memperhatikan kelemahan yang terdapat dalam perusahaan untuk mewaspadaikan ancaman saat bersaing di lapangan. Artinya jika kelemahan tersebut dapat dihilangkan maka dihilangkan, jika pun tidak maka bank harus berinisiatif untuk menutupi kelemahan tersebut dengan kelebihan yang dimiliki bank.
- 3) *Opportunity* (peluang), dalam hal ini para pemasar harus mengidentifikasi peluang yang akan digunakan untuk memasarkan produknya. Karena peluang tidak datang dengan sendirinya tetapi harus dicari dan dimanfaatkan untuk meraih keunggulan dalam bersaing.
- 4) *Threat* (hambatan), yaitu mengantisipasi hambatan yang dapat menghambat proses pemasaran produk yang cenderung dapat merugikan dan mengancam kedudukan bank dalam dunia persaingan bisnis.¹⁸

¹⁸ *Ibid*, hlm. 151-152.

d. Strategi Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah usaha bank untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat agar masyarakat tertarik untuk membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan. Kegiatan promosi dapat melalui kegiatan presentasi maupun melalui media lainnya yang dapat mendukung. Misalnya dengan memasang iklan pada media cetak seperti brosur, surat kabar atau majalah-majalah maupun iklan pada media elektronik seperti televisi, radio atau slide.

e. Strategi Sumber Daya Manusia (*People*)

Sumber Daya Manusia yang dimaksud adalah orang-orang yang berpartisipasi dalam kegiatan pemasaran guna mencapai target yang dituju oleh perusahaan dalam menjalankan usaha. Dalam sebuah organisasi perusahaan SDM sering disebut juga dengan staf atau karyawan yang bekerja untuk menjalankan dan mengembangkan sebuah perusahaan. Staf atau karyawan juga merupakan orang-orang yang membentuk jaringan dalam dunia bisnis, sehingga memudahkan jalannya bisnis lebih luas.

Pemilihan SDM yang tepat untuk dijadikan karyawan pada sebuah perusahaan dalam mengembangkan usaha sangat berpengaruh besar pada jalannya perusahaan tersebut. Tentunya orang-orang yang

mempunyai potensi dan kemampuan akan menjadi sasaran perusahaan untuk merekrut mereka sebagai karyawan.¹⁹

3.4 Evaluasi Kerja Praktik

Berdasarkan kutipan teori yang diambil penulis dari berbagai sumber dengan pelaksanaan kerja praktik di PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh, penulis menemukan kesesuaian antara teori yang berkaitan dengan praktik yang diterapkan oleh PT. BNI Syariah pada bidang pemasaran terhadap strategi yang digunakan untuk menjalankan perannya dalam mencapai target pemasaran terhadap produk dana iB Hasanah. Banyak kegiatan yang dilakukan untuk mendukung proses pemasaran guna menarik perhatian masyarakat agar tertarik untuk menjadi nasabah PT. BNI Syariah dan menggunakan produk dana iB Hasanah, mulai dari pemberian nama yang khas pada produk, penawaran harga yang menarik serta promosi-promosi yang dilakukan untuk menarik minat nasabah agar tetap loyal pada PT. BNI Syariah. Bidang pemasaran berusaha mengajak masyarakat untuk menabung dan berinvestasi untuk masa depan, baik itu untuk anak usia dini maupun bagi orang tua yang ingin mempersiapkan masa depan anak-anak mereka, untuk kesehatan di masa tua maupun untuk pendidikan.

¹⁹ <http://www.ekomarwanto.com/2012/04/marketing-mix-7p-product-price-promotion.html>, di akses pada tanggal 4 Maret 2016.

Hampir setiap kegiatan yang dilakukan bidang pemasaran PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh sudah sesuai dengan teori yang dianjurkan secara ilmiah. Penerapan konsep Marketing Mix 5P yaitu *product, price, place, promotion* dan *people* sangat membantu jalannya kegiatan pemasaran PT. BNI Syariah. Karena Penerapan strategi pemasaran yang sesuai dengan teori membantu meningkatkan penjualan produk yang ditandai dengan peningkatan jumlah nasabah dari tahun ke tahun dan meningkatkan keuntungan, hal tersebut terbukti dengan banyaknya penghargaan yang didapat oleh PT. BNI Syariah setiap tahunnya.²⁰

Adapun Kegiatan lain yang dilakukan PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh untuk mendukung proses promosi terhadap produk yang ditawarkan misalnya dengan melakukan promosi produk di media sosial, membagikan brosur dikeramaian orang, menjalin kerja sama dengan sekolah-sekolah, lembaga pemerintah maupun instansi tertentu, memasang iklan di media cetak dan media elektronik, memasang spanduk, maupun kegiatan *Open Table* pada setiap acara yang di sponsori oleh PT. BNI Syariah. Tetapi, pada saat pelaksanaan kerja praktik

²⁰ <http://www.bnisyariah.co.id/awards>, di akses pada tanggal 26 November 2015.

khususnya dibidang pemasaran penulis mengalami kesulitan ketika berhadapan langsung dengan nasabah. Disebabkan masih sedikitnya pengetahuan penulis tentang Produk Dana iB Hasanah yang dimiliki bank, sehingga menjadi kendala saat penulis menawarkan langsung produk tersebut kepada nasabah.

BAB EMPAT

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan materi yang telah penulis uraikan pada bab-bab sebelumnya, penulis dapat memberikan beberapa kesimpulan yang berkaitan dengan strategi pemasaran produk dana iB Hasanah, diantaranya adalah:

- a. Strategi pemasaran merupakan cara atau langkah yang digunakan dalam merencanakan, mempersiapkan dan melaksanakan kegiatan pemasaran. Mulai dari penetapan harga, promosi, hingga pendistribusian produk bank guna memuaskan keinginan dan kebutuhan nasabah.
- b. Strategi yang dijalankan oleh PT. BNI Syariah untuk memasarkan produknya guna meningkatkan penjualan produk telah sesuai dengan konsep 5P yang terdapat dalam teori *Marketing Mix*, yaitu produk, harga, lokasi, promosi dan orang-orang yang berpartisipasi dalam menjalankan kegiatan pemasaran.
- c. Strategi pemasaran yang efektif akan mendukung kegiatan pemasaran dalam menjalankan peranannya dengan baik untuk meningkatkan volume penjualan.

- d. Kegiatan pemasaran merupakan peranan penting dalam menjalankan usaha perbankan. Sebab pemasaran akan menjadi tolak ukur keberhasilan bank dalam mencapai tujuan bisnisnya. Keberhasilan bank tergantung pada kemampuan pihak pemasaran dalam memasarkan produk yang diciptakan.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil pengamatan penulis selama melaksanakan kerja praktik pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh, maka penulis memberikan beberapa masukan dan saran, diantaranya :

- a. Sebagai bagian organisasi yang menjadi penentu jalannya suatu produk dan sebagai pihak untuk mendapatkan nasabah, diharapkan agar pihak marketing untuk tetap terus kreatif dan inovatif dalam menawarkan Produk Dana iB Hasanah kepada masyarakat.
- b. Saat proses penawaran setiap produk, khususnya Produk Dana iB Hasanah, bagian marketing harus bersifat terbuka kepada konsumen mengenai kelebihan dan kekurangan produk yang ditawarkan.
- c. Sebagai sebuah lembaga yang peduli terhadap masa depan masyarakat banyak, perbankan perlu membangkitkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menabung bagi kehidupan masa

depan, terutama untuk mengajak anak-anak untuk menabung sejak dini.

- d. Untuk setiap kegiatan pemasaran yang dijalankan oleh PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh, khususnya bagian marketing, diharapkan untuk tetap Amanah, Hasanah memberikan kebaikan bagi masyarakat, serta tetap berpegang pada prinsip syariah sebagai lembaga yang menjalankan sistem syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- <http://www.bankmuamalat.co.id/produk/tabungan-muamalat-ib>, di akses pada tanggal 4 maret 2016
- <http://www.bnisyariah.co.id/awards>, di akses pada tanggal 26 november 2015
- <http://www.bnisyariah.co.id/produk/bni-syariah-Deposito>, di akses pada tanggal 5 januari 2016.
- <http://www.bnisyariah.co.id/produk/bni-syariah-giro-valas>, di akses pada tanggal 5 januari 2016.
- <http://www.bnisyariah.co.id/produk/bni-syariah-tabungan>, di akses pada tanggal 5 januari 2016.
- <http://www.bnisyariah.co.id/sejarah-bni-syariah.html>, di akses pada tanggal 16 juli 2015.
- <http://www.ekomarwanto.com/2012/04/marketing-mix-7P-produk-price-promotion.html>, di akses pada tanggal 4 maret 2016
- <http://www.syariahmandiri.co.id/2015/08/perubahan-nisbah-bagi-hasil-produk-tabungan-bsm>, di akses pada tanggal 4 maret 2016
- Kasmir, Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2013.
- Kasmir, Manajemen Perbankan, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2006.
- Kasmir, Pemasaran Bank, Jakarta: Kencana, 2010.
- Malayu S.P Hasibuan, Dasar-Dasar Perbankan, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008.
- PT. BNI Syariah, Buku Panduan Perusahaan, 2013.
- Sofyan Assauri, Manajemen Pemasaran, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.



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

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Situs : www.uin-arraniry-web.id/fakultas-ekonomi-dan-bisnis

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

Nomor : Un.08/FEBI/PP.00.9/735/2015

T E N T A N G

Penetapan Pembimbing Laporan Kerja Praktik
Mahasiswa D-III Perbankan Syariah

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

- Menimbang** :
- a. Bahwa untuk kelancaran penulisan LKP (Laporan Kerja Praktik) Praktik Kerja Lapangan mahasiswa D-III Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka dipandang perlu menunjukkan pembimbing LKP tersebut;
 - b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai pembimbing LKP 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 No. 01 Tahun 2015, Tentang Pendelegasian Wewenang Kepada Para Dekan dan Direktur PPs UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

Pertama :

Menunjuk Saudara (i) :

- a. Dr. Nilam Sari, M.Ag
- b. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag

Sebagai Pembimbing I
Sebagai Pembimbing II

untuk membimbing LKP Mahasiswa (i) :

N a m a : Hafizhah Zahra

N I M : 041200677

Prodi : D-III Perbankan Syariah

J u d u l : Peran Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk Dana iB Hasanah Pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh

K e d u a : Kepada pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku;

K e t i g a : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2015;

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

Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

4 Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada tanggal : 25 Juni 2015

D e k a n,

Dr. Nazaruddin A. Wahid, MA
NIP. 19561231 198703 1 031

71

Tembusan :

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

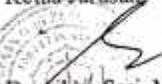
LEMBAR KONTROL BIMBINGAN

Nama / NIM : Hafizhah Zahra / 041200677
 Jurusan : Program D-III Perbankan Syariah
 Judul LKP : Strategi Pemasaran Produk Dana iB Hasanah pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh
 Tanggal SK : 25 Juni 2015
 Pembimbing I : Nilam Sari, M. Ag
 Pembimbing II : Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag

No	Tanggal Penyerahan	Tanggal Bimbingan	Bab yang Dibimbing	Catatan	Tanda Tangan Pembimbing
1	11 / 1 / 2016	15 / 1 / 2016	I - IV	Menambahkan data bidang kerja praktik pada BPS bersangkutan	
2			I - IV	Perbaiki dan perapian format penulisan	
3					
4					
5					
6					
7					
8					

Mengetahui,

Ketua Jurusan,


 Dr. Nilam Sari, M. Ag
 NIP. 197103172008012007

LEMBAR KONTROL BIMBINGAN

Nama / NIM : Hafizhah Zahra / 041200677
 Jurusan : Program D-III Perbankan Syariah
 Judul LKP : Strategi Pemasaran Produk Dana iB Hasanah pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh
 Tanggal SK : 25 Juni 2015
 Pembimbing I : Nilam Sari, M. Ag
 Pembimbing II : Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag

No	Tanggal Penyerahan	Tanggal Bimbingan	Bab yang Dibimbing	Catatan	Tanda Tangan Pembimbing
1	15/11/2015	14/11/2015	I - Ij	Perbaikan format penulisan isi dan spasi	<i>Nevi</i>
2		16/11/2015	Ij - Iv	Perbaikan dan perbaikan paragraf dan kalimat	<i>Nevi</i>
3	27/11/2015	30/11/15	I - Iv	penambahan teori dan kelengkapan isi laporan.	<i>Nevi</i>
4		1/12/2015	I - Iv	Perengkapan data-data dan evaluasi bidang kerja praktik	<i>Nevi</i>
5				Acc	<i>Nevi</i>
6					
7					
8					

Mengetahui,

Ketua Jurusan,


 Nilam Sari, M. Ag
 NIP. 197103172008012007



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7557442 Situs :www.syariah.ar-raniry.ac.id

Nomor : Un.07/WD.I/PP.00.9/5153/2014
Lamp : 1 (satu) Lembar
Hal : *Permohonan Melaksanakan PKL*

Darussalam, 8 Desember 2014

Kepada Yth.
Pimpinan BNI Syariah Cab. Banda Aceh
di-
Banda Aceh

Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Salam sejahtera semoga kita semua selalu dalam lindungan dan petunjuk Allah Swt.

Prodi D-III Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Hukum mewajibkan kepada mahasiswa untuk mengambil Mata kuliah Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang merupakan tugas akhir bagi mahasiswa dalam menyelesaikan studinya. Untuk memenuhi kewajiban tersebut, seorang mahasiswa diharuskan untuk melakukan kegiatan Magang di tempat-tempat yang dianggap relevan dengan perkuliahannya. Maka dengan alasan tersebut kami memohon kepada Bapak/Ibu agar dapat menerima mahasiswa kami untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di Instansi yang Bapak/Ibu pimpin, sesuai dengan kapasitas yang memungkinkan.

Adapun pelaksanaan PKL tersebut akan dilaksanakan selama 1,5 (satu setengah) bulan dan nama-nama mahasiswa yang akan melaksanakan PKL di BNI Syariah adalah :

- | | |
|------------------------------|----------------|
| 1. Nur Asiah Irni | NIM. 041200693 |
| 2. Yuliana Jagaini | NIM. 041200687 |
| 3. Riel Saputra | NIM. 041200679 |
| 4. Hafizhah Zahra | NIM. 041200677 |
| 5. Humairah Nadhira Az-zahra | NIM. 041200680 |

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.



Muhammad Yaqir Yusuf, MA
NIP. 197504052001121003



KEMENTERIAN AGAMA R.I
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS SYARI'AH DAN EKONOMI ISLAM
DARUSSALAM – BANDA ACEH

FORMULIR PENILAIAN

1. MAHASISWA YANG DINILAI

NAMA : HAFIZHAH ZAHRA
NIM : 041200677

2. UNSUR PENILAIAN

NO	UNSUR YANG DINILAI	NILAI HURUF (NH)	NILAI ANGKA (NA)	KETERANGAN
1	Kepemimpinan (Leadership)	A	88	
2	Kerjasama (Cooperation)	A	90	
3	Pelayanan (Public Service)	A	88	
4	Penampilan (Performance)	A	100	
5	Ketelitian dan Kecermatan (Incredible Detail)	A	90	
6	Tanggung Jawab (Responsibility)	A	100	
7	Kedisiplinan (Discipline)	A	100	
8	Pengetahuan Ekonomi Syari'ah (Islamic Economic Knowledge)	A	100	
Jumlah			756	
Rata-rata			94,5	

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, 03 Juni 2015

Penilai,
PT. Bank BNI Syariah
Kantor Cabang Banda Aceh

Operational Manager

Mengetahui,

Direktur Program D-III
Pembankah Syariah


Dr. Silani Sari, M. Ag
NIP. 197103172008012007



Kepuasan nasabah kelasnya yang Hasanah

Giro IB Hasanah
Sertuani dalam masa yang tepat yang selalu berketuhanan penuh dengan berbagai pilihan pembayaran deposito dan giro yang lebih menguntungkan.

Penyertaan	Penyertaan	Penyertaan	Penyertaan
Penyertaan	Penyertaan	Penyertaan	Penyertaan
1. Giro IB Hasanah	2. Giro IB Hasanah	3. Giro IB Hasanah	4. Giro IB Hasanah
5. Giro IB Hasanah	6. Giro IB Hasanah	7. Giro IB Hasanah	8. Giro IB Hasanah

Penyertaan	Penyertaan	Penyertaan	Penyertaan
Penyertaan	Penyertaan	Penyertaan	Penyertaan
1. Giro IB Hasanah	2. Giro IB Hasanah	3. Giro IB Hasanah	4. Giro IB Hasanah
5. Giro IB Hasanah	6. Giro IB Hasanah	7. Giro IB Hasanah	8. Giro IB Hasanah

Kelebihan

- Bebas biaya admin
- Bebas biaya penarikan
- Bebas biaya penyetoran
- Bebas biaya penyetoran
- Bebas biaya penyetoran



Deposito Hasanah menasibkan dan menguntungkan

Deposito IB Hasanah
Sertuani berbagai pilihan deposito yang menguntungkan dan aman.

Penyertaan	Penyertaan	Penyertaan	Penyertaan
Penyertaan	Penyertaan	Penyertaan	Penyertaan
1. Deposito IB Hasanah	2. Deposito IB Hasanah	3. Deposito IB Hasanah	4. Deposito IB Hasanah
5. Deposito IB Hasanah	6. Deposito IB Hasanah	7. Deposito IB Hasanah	8. Deposito IB Hasanah

Kelebihan

- Bebas biaya admin
- Bebas biaya penarikan
- Bebas biaya penyetoran
- Bebas biaya penyetoran
- Bebas biaya penyetoran



Membantu nasabah menasibkan dan menguntungkan

Tabungan IB Tunas Hasanah
Sertuani berbagai pilihan tabungan yang menguntungkan dan aman.

Penyertaan	Penyertaan	Penyertaan	Penyertaan
Penyertaan	Penyertaan	Penyertaan	Penyertaan
1. Tabungan IB Tunas Hasanah	2. Tabungan IB Tunas Hasanah	3. Tabungan IB Tunas Hasanah	4. Tabungan IB Tunas Hasanah
5. Tabungan IB Tunas Hasanah	6. Tabungan IB Tunas Hasanah	7. Tabungan IB Tunas Hasanah	8. Tabungan IB Tunas Hasanah

Kelebihan

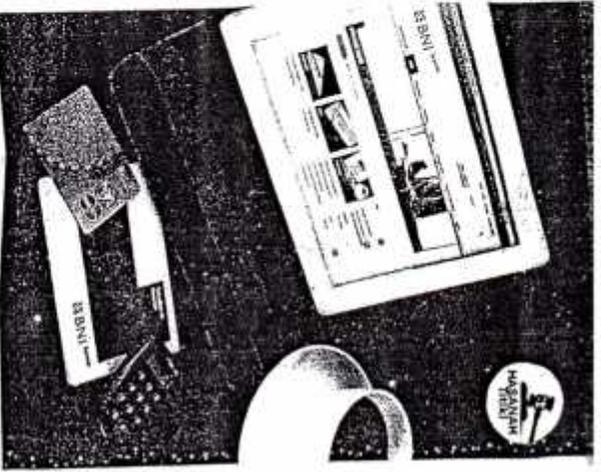
- Bebas biaya admin
- Bebas biaya penarikan
- Bebas biaya penyetoran
- Bebas biaya penyetoran
- Bebas biaya penyetoran

Berganti rekening, Hasanah Debit Card

Salah satu layanan unggulan BNI Syariah adalah berganti rekening dan debit card yang aman dan nyaman.

Kelebihan

- Bebas biaya admin
- Bebas biaya penarikan
- Bebas biaya penyetoran
- Bebas biaya penyetoran
- Bebas biaya penyetoran



Tabungan dan simpanan dana yang aman serta Hasanah

Sertuani berbagai pilihan tabungan dan simpanan dana yang aman dan nyaman.

Kelebihan

- Bebas biaya admin
- Bebas biaya penarikan
- Bebas biaya penyetoran
- Bebas biaya penyetoran
- Bebas biaya penyetoran

produk dari

BNI Syariah

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama Lengkap : Hafizhah Zahra
Tempat / Tanggal Lahir : Medan / 02 Desember 1993
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kebangsaan/ Suku : Indonesia / Aceh
Status : Belum Kawin
Alamat : Gampong Meunasah Blang Baro, Kec.
Bandar Baru, Kab. Pidie Jaya.

Data Orang Tua

Ayah : Asmadi
Tempat/ Tanggal Lahir : Gampong Baro/ 10 Maret 1949
Ibu : Rubiah
Tempat /Tanggal Lahir : Gampong Meunasah Blang Baro/
6 Juni 1956
Alamat : Gampong Meunasah Blang Baro, Kec.
Bandar Baru, Kab. Pidie Jaya.

Riwayat Pendidikan

1999-2005 : MIN Blang Baro
2005-2008 : SMP Solidarity School Jantho
2008- 2011 : MAS Ulumul Quran Banda Aceh
2012-2016 : Program Studi Diploma III Perbankan
Syariah, Fak. Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Darussalam.