

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI SHAFI
MUDHARABAH DI MASA PANDEMI COVID-19 PADA BANK BPD DIY
KANTOR CABANG PEMBANTU SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

LAPORAN MAGANG



**Disusun Oleh :
Tasya Dygtha Salsabella
18213023**

**Program Studi Perbankan dan Keuangan
Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia
2021**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI SHAFI
MUDHARABAH DI MASA PANDEMI COVID-19 PADA BANK BPD DIY
KANTOR CABANG PEMBANTU SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

LAPORAN MAGANG

**Laporan magang ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat
menyelesaikan jenjang Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia**

**Disusun Oleh:
Tasya Dygtha Salsabella
18213023**

**Program Studi Perbankan dan Keuangan
Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia**

2021

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN MAGANG

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI SHAFI
MUDHARABAH DI MASA PANDEMI COVID-19 PADA BANK BPD DIY
KANTOR CABANG PEMBANTU SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**



Disusun Oleh:

Nama : Tasya Dygtha Salsabella
No. Mahasiswa : 18213023
Jurusan : Perbankan dan Keuangan

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

pada tanggal: 23 Juni 2021

Dosen Pembimbing



Dr. Phil. Ninik Sri Rahayu

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

“Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa laporan magang sebagai Tugas Akhir ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan atau plagiarisme karya orang lain. Apabila di kemudian hari telah terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku”.

Yogyakarta, 23 Juni 2021



Tasya Dygtha Salsabella

KATA PENGANTAR



Segala Puji dan Syukur ditujukan kepada kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Karunia Nya, sehingga penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Shafa Mudharabah pada Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah Universitas Islam Indonesia” dapat terselesaikan dengan lancar dan baik.

Penyusunan laporan magang sebagai Tugas Akhir ini diajukan sebagai syarat dalam menyelesaikan pendidikan gelar Ahli Madya Studi Diploma III Perbankan dan Keuangan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Dalam kesempatan ini ucapan terima kasih ditujukan kepada pihak-pihak yang membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini:

1. Ibu Ayun Retnowati (Almh), Bapak Iwan Dodi Kurniawan dan Purwo Damayanti selaku orang tua yang selalu menjadi motivasi dan penyemangat hidup, atas dukungan dan ridho orang tua sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan ini.
2. Abdielah Maulana dan Dayana Batrisya Aflah selaku adik kandung yang selalu memberikan semangat dan dukungan hingga saat ini.
3. Ibu Dra. Diana Wijayanti., M.Si selaku Ketua Program Studi Perbankan dan Keuangan pada Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

4. Bapak Dityawarman El Aiyubbi., SE., M.Ek selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama perkuliahan.
5. Ibu Dr. Phil. Ninik Sri Rahayu selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan pengarahan selama penyusunan Tugas Akhir.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah membekali ilmu pengetahuan.
7. Seluruh Karyawan Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan kemudahan dan bantuan dalam memperoleh informasi yang diperlukan selama perkuliahan.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari sepenuhnya atas kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Untuk itu penulis mengharapkan kritik serta saran yang membangun dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Namun demikian, karya sederhana ini diharapkan dapat bermanfaat bagi seluruh pihak-pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 23 Juni 2021
Penulis



Tasya Dygtha Salsabella

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Dasar Pemikiran	1
1.2 Tujuan Magang.....	2
1.3 Target Magang.....	3
1.4 Metode Penulisan	3
1.5 Bidang Magang	4
1.6 Lokasi Magang	4
1.7 Jadwal Magang.....	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 <i>Corona Virus Disease 2019</i> atau <i>Covid-19</i>	6
2.2 Perbankan	7
2.2.1 Pengertian Bank	7
2.2.2 Bank Syariah	8
2.2.3 Prinsip Operasional Bank Syariah	9
2.2.4 Tujuan Bank Syariah.....	10
2.2.5 Fungsi Bank Syariah	11
2.2.6 Produk Bank Syariah	11
2.3 Strategi Pemasaran	15
2.3.1 Konsep Dasar Pemasaran	15
2.3.2 Strategi Pemasaran.....	16

2.3.3	Bauran Pemasaran.....	19
2.3.4	Konsep Strategi Pemasaran Syariah.....	21
2.3.5	Strategi Pemasaran dalam Islam	22
BAB III ANALISIS DESKRIPTIF		25
3.1	Data Umum	25
3.1.1.	Sejarah Bank.....	25
3.1.2	Profil Bank	26
3.1.3	Visi dan Misi Bank	27
3.1.4	Struktur Organisasi	28
3.1.5	Produk dan Jasa Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah UII	29
3.2	Data Khusus	35
3.2.1	Karakteristik Tabungan Haji <i>Shafa Mudharabah</i>	36
3.2.2	Strategi Pemasaran Produk Tabungan <i>Shafa Mudharabah</i> di Tengah Pandemi <i>Covid-19</i>	40
BAB IV PENUTUP		46
4.1	Kesimpulan.....	46
4.2	Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA.....		49
LAMPIRAN.....		57
Lampiran 1: Surat Keterangan Magang		57
Lampiran 2: Penulis, Peserta Magang dan Pegawai Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah UII		58
Lampiran 3: Brosur Produk Tabungan <i>Shafa Mudharabah</i>		59
Lampiran 4: Peranjan Bagi Hasil dan Formulir Tabungan <i>Shafa Mudharabah</i>		60

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal Kegiatan Magang 5

Tabel 3.1 Daftar Jumlah Nasabah Tabungan Shafa Mudharabah pada Bank BPD
DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah UII 41



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Sturktur Organisasi Bank BPD DIY KCP Syariah UII 28



LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Keterangan Magang	57
Lampiran 2: Penulis, peserta magang dan pegawai Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah UII	58
Lampiran 3: Brosur Produk Tabungan <i>Shafa Mudharabah</i>	59
Lampiran 4: Perjanjian Bagi Hasil dan Formulis Tabungan <i>Shafa Mudharabah</i>	60



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Dasar Pemikiran

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Pasal (1) Ayat (1) Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah, “Ibadah Haji adalah rukun Islam kelima bagi orang Islam yang mampu untuk melaksanakan serangkaian ibadah tertentu di Baitullah, masyair, serta tempat, waktu, dan syarat tertentu” (*JKIH BPK RI, 2019*). Ibadah haji menjadi salah satu cara yang efektif dalam mensucikan diri dan bertaqarub kepada Allah (Kisworo, 2017). Sehingga banyak muslim di dunia bercita-cita untuk dapat menunaikan ibadah haji. Adapun waktu pelaksanaan ibadah haji yang dianjurkan yaitu selama satu bulan penuh, pada bulan Syawal dan berakhir pada sepuluh hari pertama bulan Zulhijah. Pelaksanaan ibadah haji yang rutin dilaksanakan setiap tahunnya, selalu mengalami peningkatan jumlah jamaah dari tahun ke tahun (Jafar, 2020).

Melihat antusias dan tingginya minat masyarakat Indonesia terhadap pelaksanaan kegiatan ibadah haji juga berdampak pada meningkatnya pembukaan rekening tabungan ibadah haji pada bank di Indonesia, salah satu bank tersebut adalah Bank BPD DIY Syariah (*Kemenag DI Yogyakarta, 2018*). Namun, dengan adanya pandemi *COVID-19* memberikan pengaruh terhadap penurunan minat masyarakat dalam pelaksanaan kegiatan ibadah haji. Situasi ini berimplikasi terhadap strategi pemasaran. Pemasaran produk tabungan haji Bank BPD DIY

juga dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti perputaran dana pribadi masyarakat yang lebih diutamakan pendidikan dan kehidupan sehari-hari. Kemudian, adanya kebijakan pengurangan kuota yang disampaikan oleh pemerintahan Arab Saudi perihal pelaksanaan kegiatan ibadah haji juga menjadi salah satu faktornya (Rakhmayani, 2021).

Pemasaran menjadi strategi utama dalam kegiatan operasional Bank BPD DIY Syariah sejak pandemi *COVID-19*. Pemasaran maupun promosi sangat diperlukan untuk dapat meningkatkan penjualan produk tabungan haji *shafa mudharabah* yang berorientasi pada pemenuhan target. Adanya penerapan strategi pada pelaksanaan pemasaran produk tabungan haji *shafa mudharabah* berguna untuk meningkatkan jumlah nasabah dan tercapainya tujuan yang telah ditentukan serta meminimalisir adanya hambatan.

Berdasarkan uraian di atas maka laporan tugas akhir ini mengangkat judul: **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI SHAFAMUDHARABAH DI MASA PANDEMI COVID-19 PADA BANK BPD DIY KANTOR CABANG PEMBANTU SYARIAH UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA”** sebagai bahan dalam rangka penyusunan laporan tugas akhir.

1.2 Tujuan Magang

Tujuan pada kegiatan magang ini adalah untuk:

1. Mengetahui karakteristik produk tabungan haji *shafa mudharabah* pada Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah Universitas Islam Indonesia.

2. Mengetahui strategi pemasaran produk tabungan haji *shafa mudharabah* di masa pandemi *COVID-19* pada Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah Universitas Islam Indonesia.

1.3 Target Magang

Target yang ingin dicapai setelah melaksanakan kegiatan magang adalah:

1. Mampu menjelaskan karakteristik produk tabungan haji *shafa mudharabah* pada Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah Universitas Islam Indonesia.
2. Mampu menjelaskan strategi pemasaran produk tabungan haji *shafa mudharabah* di masa pandemi *COVID-19* pada Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah Universitas Islam Indonesia.

1.4 Metode Penulisan

Metode yang digunakan dalam penulisan laporan tugas akhir adalah:

1. Pendekatan Penulisan

Pendekatan penulisan yang digunakan pada Laporan Tugas Akhir ini adalah metode penulisan deskriptif. Pendekatan penulisan deskriptif merupakan pendekatan penulisan yang digunakan untuk mengetahui dan menilai suatu keadaan dengan melihat adanya korelasi terhadap objek yang satu dengan yang lain melalui data yang didapatkan (Thabroni, 2021).

2. Analisa Deskriptif

Analisa deskriptif adalah kumpulan data statistik yang digunakan untuk membuat sebuah kesimpulan melalui deskripsi atau gambaran data yang telah

terkumpul (Sidiq, 2018). Data yang digunakan sebagai sumber informasi didapatkan melalui dokumen, wawancara dan observasi lapangan selama kegiatan magang berlangsung.

1.5 Bidang Magang

Pelaksanaan kegiatan magang dilakukan pada bidang *marketing*. Bidang tersebut memiliki tugas yaitu memasarkan produk yang ada pada lembaga keuangan untuk pencapaian target, penghimpunan dana, penyaluran dana dan mencari nasabah potensial.

1.6 Lokasi Magang

Lokasi magang dilaksanakan pada Bank BPD DIY Syariah Kantor Cabang Pembantu Universitas Islam Indonesia yang berlokasi di Boulevard UII, Lodadi, Umbulmartani, Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55584.

1.7 Jadwal Magang

Jadwal magang yang dilaksanakan di Bank BPD DIY Syariah Kantor Cabang Pembantu Universitas Islam Indonesia sebagai berikut:

NO	KEGIATAN	2021																			
		FEBRUARI				MARET				APRIL				MEI				JUNI			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Pelatihan Tempat Magang																				
2.	Pembekalan Magang																				
3.	Pelaksanaan Magang																				
4.	Bimbingan Laporan Magang																				
5.	Penyusunan Laporan Magang																				
6.	Ujian Tugas Akhir dan Ujian Kompetensi																				

Tabel 1.1 Jadwal Kegiatan Magang

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *Corona Virus Disease 2019* atau *COVID-19*

Di akhir tahun 2019, salah satu wilayah China yaitu Kota Wuhan, Provinsi Hubei, China terdapat sejumlah pasien yang memiliki gejala pneumonia berat dengan penyebab gejala yang belum diketahui (Syafriada & Hartati, 2020). Pada awal tahun 2020, *World Health Organization* (WHO) berdasarkan laporan dari China menyampaikan informasi yang menggemparkan dunia dengan adanya identifikasi penemuan jenis virus baru. Identifikasi kode genetik pada jenis virus baru tersebut adalah virus corona baru (Susilo, 2019).

Laporan baru mengenai virus ini mulai muncul, di mana sejumlah wisatawan dengan riwayat perjalanan dari Kota Wuhan, China menyampaikan sejumlah keluhan merasakan gejala yang sama. Penularan virus yang terjadi secara langsung antar manusia menyebabkan jumlah kasus yang meningkat. Lonjakan kasus yang cukup besar terjadi pada Januari 2020 mencapai 2000 kasus dalam 24 jam. Pada Februari 2020, akhirnya WHO menetapkan adanya status *Global Emergency* dan menamai virus tersebut dengan sebutan *COVID-19* (Susilo, 2019).

Persebaran virus yang sangat cepat menyebabkan jutaan kasus dari 212 negara dengan angka kematian yang cukup tinggi sebanyak 321.998 orang (Hairunisa & Amalia, 2020). Adanya gejala seperti demam, *fatigue*, *myalgia*,

batuk kering, dan sesak nafas menjadi gejala khusus terindikasinya virus pada tubuh pasien (Handayani, 2020). Virus ini sangat rentan bagi lansia dengan CFR sebesar 2,3% yang dapat berujung pada kematian serta komplikasi pada jantung dan paru dengan penderita penyakit seperti jantung, diabetes melitus, paru kronis, hipertensi, dan kanker (Putri, 2020).

Pengembangan pada vaksin dan pengobatan terus dilakukan oleh para ahli dan peneliti dengan harapan dapat meredam wabah penyakit atau virus *COVID-19* ini. Segala upaya terus dilakukan untuk dapat menyelesaikan dan meredam wabah virus *COVID-19* ini (Sumarti, 2020). *COVID-19* memberikan pengaruh yang cukup besar yang merugikan pada infrastruktur kesehatan publik, ekonomi, kesejahteraan masyarakat, dan semua aspek di seluruh negara di dunia (Livana, 2020).

2.2 Perbankan

2.2.1 Pengertian Bank

Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang kemudian diubah menjadi Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 bahwa “Bank adalah Badan Usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak” (Wilardjo, 2005). Bank merupakan lembaga keuangan yang memiliki peranan penting dalam dunia perekonomian dalam suatu negara yaitu sebagai lembaga yang menghubungkan atau sebagai intermediasi antara nasabah yang memiliki

kelebihan dana dengan nasabah yang kekurangan atau membutuhkan dana. Dalam hal ini fungsi bank sebagai penghubung atau intermediasi menjadi kegiatan dalam melakukan bisnis dengan penyedia dana sebagai investasi dan modal kerja bagi unit bisnis dengan fungsi produksi.

Bank merupakan lembaga keuangan yang menyalurkan dana dan menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk pembiayaan maupun jasa layanan keuangan lainnya (Kasmir, 2012). Sehingga dapat disimpulkan bahwa bank merupakan lembaga intermediasi yang menghimpun dana dan menyalurkan dana dari dan/atau ke masyarakat dalam bentuk simpanan yang meliputi tabungan, giro, deposito maupun dalam bentuk pembiayaan.

2.2.2 Bank Syariah

Perbankan syariah merupakan salah satu perwujudan dari adanya ajaran Islam yang berbentuk muamalah di Indonesia. Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Pasal (1) Ayat (1), Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang mengenai Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah (UUS), meliputi cakupan kegiatan usaha, kelembagaan, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usaha bank (Marimin & Romdhoni, 2015).

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang memberikan pembiayaan serta jasa keuangan lainnya pada lalu lintas pembayaran dan mengedarkan uang sesuai dengan prinsip syariah (Sudarsono, 2012). Perbankan syariah berlandaskan hukum Islam yang dalam pelaksanaan kegiatan dan

operasionalnya dalam menjalankan tujuan untuk meningkatkan perekonomian berpedoman pada Al-Quran dan Hadist.

2.2.3 Prinsip Operasional Bank Syariah

Sistem operasional bank syariah berlandaskan pada nilai Islami yang tidak menerapkan sistem bunga tetapi menerapkan sistem bagi hasil. Transaksi yang dilaksanakan dalam Lembaga Keuangan Syariah (LKS) yaitu berupa transaksi Muamalah dengan asas maslahat. Unsur pokok permasalahan dalam transaksi muamalah adalah unsur kemaslahatan (Harmoko, 2019). Dalam hukum Islam terdapat beberapa transaksi yang dilarang apabila terdapat unsur kezaliman, seperti riba, penimbunan (*ihthikar*), penipuan dan/atau terdapat indikasi transaksi yang dapat menimbulkan perselisihan atau permusuhan antar manusia, seperti adanya *gharar* dan/atau bersifat spekulasi.

Prinsip-prinsip operasional yang diterapkan dalam bank syariah dijelaskan oleh Yusdani (2005) sebagai berikut:

1) Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan merupakan hasil yang diperoleh atas kesepakatan yang telah disepakati antara bank dengan nasabah yang berupa bagi hasil dan pengembalian margin keuntungan.

2) Prinsip Kesederajatan

Bank syariah yang berperan sebagai lembaga *intermediary* dalam operasionalnya menerapkan prinsip kesederajatan antara nasabah penyimpan dana atau pemilik dana, nasabah penerima dana dan bank dengan kedudukan yang sederajat yang tercermin pada kewajiban, hak, keuntungan serta risiko yang seimbang antara nasabah penyimpan dana atau pemilik dana, nasabah penerima dana maupun bank.

3) Prinsip Ketentraman

Bank syariah dalam memasarkan produknya dengan prinsip Islami serta menghindari unsur riba terhadap produk perbankan, seperti penghimpunan dana, penyaluran dana serta jasa bank lainnya maupun pada penerapan infak, zakat dan sedekah.

2.2.4 Tujuan Bank Syariah

Dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah disebutkan bahwa “Perbankan Syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan dan pemerataan kesejahteraan rakyat” (Dharma, 2018). Penyaluran kredit atau pembiayaan pada sektor produktif yang tepat akan menjadi faktor utama tercapainya tujuan bank syariah yaitu meningkatnya perekonomian riil. Dengan meningkatnya perekonomian riil, maka akan terbukanya sektor usaha baru serta bertambahnya lapangan kerja yang akan memberikan dampak positif berupa meningkatnya pendapatan dan kesejahteraan rakyat (Harmoko, 2019).

2.2.5 Fungsi Bank Syariah

Tiga fungsi utama bank syariah sebagaimana disampaikan oleh Listanti (2015), meliputi:

1) *Agent of Trust*

Sebagai lembaga keuangan yang dipercaya oleh masyarakat untuk menitipkan dan menyalurkan dananya kepada sektor usaha yang tepat.

2) *Agent of Development*

Sebagai lembaga keuangan yang memberikan dorongan atas kegiatan distribusi, investasi dan konsumsi barang maupun jasa.

3) *Agent of Services*

Sebagai lembaga keuangan yang menyediakan jasa keuangan kepada masyarakat.

2.2.6 Produk Bank Syariah

Pengembangan produk dalam bank syariah dikelompokkan menjadi tiga kelompok (Muhammad, 2005):

1) Produk Penghimpunan Dana (*Funding*)

a) Prinsip *Wadi'ah*

Dalam pelaksanaannya sebagai prinsip titipan memiliki kesamaan hukum dengan *Qardh*, yang mana bank bertindak sebagai peminjam sedangkan nasabah bertindak sebagai pemberi dana atau meminjamkan dananya. Tabungan dan giro

merupakan contoh produk pada bank syariah dengan prinsip *wadi'ah* (Muhammad, 2005).

b) Prinsip *Mudharabah*

Dalam pelaksanaannya bank syariah yang bertindak sebagai pengelola dana (*mudharib*) kemudian nasabah bertindak sebagai penyimpan atau pemilik dana (*shahibul maal*) dan sebagai pelaku usaha (*mudharib*). Bank syariah melakukan penghimpunan dana melalui prinsip *mudharabah* dengan menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan. Adanya kerugian yang terjadi dikemudian hari akan ditanggung dan bank bertanggung jawab atas kerugian tersebut. Contoh produk dengan prinsip *mudharabah* pada bank syariah adalah tabungan dan deposito (Ibrahim, 2014).

2) Produk Penyaluran Dana

a) Prinsip Jual Beli (*Tijaroh*)

Transfer of property dan tingkat keuntungan bank yang ditentukan di awal untuk kemudian menjadi harga jual suatu barang (Arifin, 2014). Prinsip jual beli yang dikembangkan menjadi bentuk pembiayaan, seperti:

(1) *Murabahah*

Bank syariah sebagai lembaga keuangan yang bertindak sebagai penjual sedangkan nasabah sebagai pembeli dengan barang yang diserahkan secepatnya, kemudian pembayaran dilakukan secara tangguh. Mekanisme *murabahah* pada

bank syariah melalui transaksi jual beli mendapatkan perolehan keuntungan melalui margin (Hakim & Anwar, 2017).

(2) *Salam*

Transaksi jual beli suatu barang dengan pengiriman barang dilakukan dikemudian hari oleh penjual, kemudian pelunasan dilakukan oleh pembeli pada saat akad yang disepakati sesuai dengan syarat tertentu (Sari, 2015).

(3) *Istishna'*

Transaksi jual beli seperti penggunaan akad salam, akan tetapi bank melakukan pembayaran secara berkala. Contoh pembiayaan pada akad *Istishna'* yaitu manufaktur dan konstruksi (Hidayah, 2018).

b) Prinsip Sewa (*Ijarah*)

Transaksi yang dimana terdapat perpindahan manfaat. Dengan objek pada transaksi dengan prinsip *ijarah* yaitu berupa jasa. Imbalan atas jasa *ijarah* tidak boleh berpatokan pada besaran jasa yang diberikan bank kepada nasabah (Fauzan, 2016).

c) Prinsip Bagi Hasil (*Syirkah*)

(1) *Musyarakah*

Merupakan akad kerja sama yang dilakukan oleh dua pihak untuk usaha tertentu dengan masing-masing pihak memberikan kontribusi modal yang nantinya mendapatkan bagian keuntungan sesuai dengan kesepakatan, sedangkan kerugian akan dibagi berdasarkan besaran kontribusi modal tiap pihak. Penggunaan modal hanya dapat digunakan untuk kepentingan dalam rangka pencapaian tujuan sesuai kesepakatan dengan pihak yang termasuk didalamnya (Hasanuddin & Mubarak, 2018).

(2) *Mudharabah*

Merupakan akad kerja sama yang dilakukan antara pemilik dana dengan pengelola dana dalam kegiatan usaha tertentu. Ketentuan pembagian laba sesuai nisbah bagi hasil yang sudah disepakati antara kedua belah pihak (Lubis, 2016).

3) Produk Jasa

a) Alih Utang Piutang (*Al-Hiwalah*)

Lazimnya *Al-Hiwalah* biasa digunakan untuk mendapatkan modal tunai perihal kelanjutan produksi. Sedangkan atas jasa pemindahan piutang yang dilakukan bank kepada *supplier* yakni berupa ganti biaya (Nizaruddin, 2013).

b) Gadai (*Rahn*)

Umumnya, *Rahn* sebagai jaminan pembiayaan kepada bank dalam memberikan pembiayaan. Kriteria barang yang dapat digadaikan, seperti jelas atas ukuran, sifat dan nilainya yang dapat ditentukan berdasarkan nilai riil pasar dan di antaranya merupakan milik nasabah sendiri, dan dapat dikuasai tetapi bank tidak dapat memanfaatkan barang tersebut (Manahaar, 2019).

c) Pinjaman Kebaikan (*Al-Qardh*)

Produk yang digunakan untuk dapat membantu keuangan nasabah dalam usaha kecil dan keperluan sosial dengan jangka waktu pendek dan cepat (Shabrina, 2013).

d) Pemberian Kuasa (*Wakalah*)

Pemberian kuasa dari nasabah kepada bank syariah dalam mewakili nasabah melakukan pekerjaan jasa tertentu, contohnya jasa transfer dana (Indrianti, 2018).

e) Bank Garansi (*Kafalah*)

Jaminan yang diberikan oleh penanggung kepada pihak ketiga setelah memenuhi kewajiban pihak kedua (Nuryadi, 2008).

2.3 Strategi Pemasaran

2.3.1 Konsep Dasar Pemasaran

Pemasaran merupakan siklus yang berhubungan penting dengan pemenuhan kebutuhan konsumen. Seperti dalam dunia perbankan, untuk dapat mempertahankan kelangsungan, perkembangan perusahaan serta untuk mendapatkan laba, perusahaan menjadikan pemasaran sebagai salah satu kegiatan pokok yang wajib dilakukan (Harmoko, 2019). Secara umum, manajemen

bertanggung jawab atas dilakukannya pemasaran sedangkan memprioritaskan nasabah menjadi tanggung jawab semua unsur yang terdapat dalam perusahaan.

Pemasaran adalah proses menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai secara bebas kepada pihak lain baik dalam sosial individu maupun kelompok sesuai dengan apa yang mereka butuhkan dan inginkan (Kotler & Armstrong, 1997). Pengelolaan proses pemasaran harus dapat dilakukan dan dikondisikan dengan cara yang baik. Begitu juga melihat pada kondisi perekonomian pada saat ini yang banyak terpengaruh akibat adanya pandemi *COVID-19*. Keberhasilan strategi dalam proses pemasaran menentukan keberhasilan sebuah perusahaan dan/atau lembaga keuangan bank dalam memasarkan produk yang akan berpengaruh pada tercapainya tujuan dalam pemasaran (Harmoko, 2019).

Konsep pemasaran terdapat unsur yang secara jelas saling berhubungan yaitu antara produsen dengan konsumen. Terdapat kecenderungan hubungan pertukaran yang merupakan hal penting dalam memahami konsep pemasaran yang berjuang untuk dapat memenuhi *human needs* dan *wants*.

2.3.2 Strategi Pemasaran

Perlunya menjalankan taktik maupun strategi dalam suatu perusahaan menjadi suatu hal yang penting dilakukan untuk dapat mencapai tujuan tersebut. Strategi menjadi salah satu alat untuk dapat mencapai tujuan tersebut. Strategi merupakan proses dalam menentukan rencana yang disertai dengan penyusunan cara maupun upaya agar tujuan dapat tercapai (Harmoko, 2019). Strategi tidak

hanya berfungsi sebagai alat untuk dapat mencapai tujuan, tetapi juga untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi.

Terdapat tiga level strategi dalam suatu perusahaan, yaitu:

a) Strategi Korporat

Berfokus pada produk yang diminati pasar dan sasaran segmentasi pasar. Dimana dalam sebuah perusahaan menjadi rencana jangka panjang untuk memilih perihal jenis bisnisnya (Emrizal, 2012). Strategi korporat menjadi dasar dan acuan dalam penyusunan strategi lainnya.

b) Strategi Bisnis

Dalam pelaksanaannya strategi bisnis diarahkan pada pengelolaan bisnis tertentu, dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia sehingga dapat menentukan pendekatan yang sesuai dengan kondisi pasar (Tjiptono, 2008).

c) Strategi Fungsional

Strategi yang terdiri atas keuangan, produksi, operasi, pengembangan, Sumber Daya Manusia (SDM), dan pemasaran. Dalam pelaksanaannya, strategi fungsional lebih terperinci dan memiliki jangka waktu yang relatif lebih singkat dari strategi lainnya (Tjiptono, 2008). Strategi pemasaran merupakan suatu alat yang dibentuk perusahaan untuk dapat mencapai tujuan dengan mengembangkan keunggulan bersaing dalam program pemasaran yang akan digunakan untuk melayani kebutuhan pasar. Strategi pemasaran merupakan bagian dari strategi bisnis yang memberi arah kepada semua fungsi manajemen organisasi.

Terdapat empat elemen bauran dan variabel pasar menurut Kotler & Keller (2009) yang harus diperhatikan dalam memberikan dasar atau arah, seperti:

1) Segmentasi Pasar (*Segmentation*)

Segmentasi pasar sebagai dasar pemikiran bahwa dalam pasar terdiri atas beberapa lapisan atau segmen pasar yang berbeda-beda (Sutanto & Umam, 2013). Dalam setiap segmentasi akan memberikan peluang bagi tiap perusahaan. Oleh sebab itu, pada tahap awal perlu dilakukannya analisa dan identifikasi terhadap peluang yang ada pada segmen tersebut.

2) Penetapan Pasar Sasaran (*Targeting*)

Penetapan pasar sasaran merupakan kegiatan mengevaluasi dan memilih segmen mana saja yang dapat dilayani oleh perusahaan. Pasar sasaran biasanya terdiri atas satu atau lebih segmen produk pasar dengan melihat pada kebutuhan dan keinginan pasar yang beragam.

3) Penentuan Posisi Pasar (*Positioning*)

Positioning merupakan kegiatan berupa membentuk dari adanya mandat utama sebuah produk yang ditawarkan agar dapat dibedakan dengan produk lainnya (Sutanto & Umam, 2013).

4) Diferensiasi (*Differentiation*)

Diferensiasi merupakan cara yang digunakan suatu perusahaan untuk dapat membedakan diri secara fisik melalui cara dalam menawarkan atribut maupun

manfaat yang unik dari suatu produk maupun perihal pelayanan segmentasi konsumen tertentu (Remus, 2015).

2.3.3 Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran merupakan rangkaian jenis pemasaran yang dapat dimanfaatkan dan digunakan oleh suatu perusahaan untuk dapat mencapai tujuan pasar (Kotler & Armstrong, 1997). Dalam bauran pemasaran terdiri dari beberapa faktor yang dikenal dengan istilah 4P yang berupa produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*). Namun, seiring dengan perkembangannya unsur 4P menjadi tujuh yang kemudian dikenal dengan unsur bauran pemasaran 7P yang terdiri atas unsur 4P ditambah dengan orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*) dan proses (*process*). Berikut ini yang termasuk dalam unsur bauran pemasaran 7P:

1) Produk (*Product*)

Jenis barang maupun jasa yang memiliki nilai serta dapat ditawarkan kepada konsumen merupakan pengertian dari Produk. Dalam suatu produk, konsumen bisa mendapatkan bentuk fisik, manfaat dan nilai suatu produk (Lupioyadi, 2013).

2) Harga (*Price*)

Dalam melakukan penetapan harga, melihat pada hubungan pendapatan konsumen, sehingga akan berpengaruh pada permintaan serta saluran pemasaran. Untuk mendapatkan suatu manfaat produk, baik menggunakan maupun memiliki

produk, konsumen perlu memperhatikan harga yang menjadi nilai atas produk tersebut.

3) Tempat (*Place*)

Pemilihan lokasi yang strategis menjadi suatu aspek penting dalam proses pelaksanaan pemasaran produk kepada konsumen hal tersebut juga akan berpengaruh pada operasional perusahaan dan kemudahan keterjangkauan oleh konsumen.

4) Promosi (*Promotion*)

Kegiatan promosi yang berupa iklan, publikasi, promosi, penjualan dan *personal selling* yang digunakan dalam melakukan pemasaran produk kepada konsumen bertujuan untuk menjelaskan, menawarkan dan membujuk konsumen agar tertarik akan produk yang ditawarkan untuk kemudian membelu produk tersebut.

5) Orang (*People*)

Dalam hal ini, tingkat kepuasan pelanggan ataupun konsumen dipengaruhi dengan adanya orang (*people*) yang dimaksudkan pada sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki perusahaan (Sutanto & Umam, 2013).

6) Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Fasilitas pada produk yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen berupa bukti fisik terkait dengan tampilan produk, jasa dan pengemasan produk (Farida & Tarmizi, 2016).

7) Proses (*Process*)

Proses (*Process*) merupakan cara maupun langkah yang digunakan atau dilakukan perusahaan agar suatu produk atau jasa yang efektif dan efisien dapat diterima oleh konsumen, dengan beberapa indikator, seperti prosedur, kebijakan dan mekanisme.

2.3.4 Konsep Strategi Pemasaran Syariah

Pemasaran syariah merupakan strategi bisnis yang menjadikan suatu proses berupa penciptaan, penawaran dan perubahan nilai atau *value* dari adanya *stek holder* yang berada dalam seluruh proses yang sesuai pada akad dan prinsip muamalah dalam Islam (Kertajaya & Sula, 2006). Dalam hal ini dapat diartikan bahwa setiap proses seperti penciptaan, proses penawaran dan proses perubahan nilai (*value*), tidak boleh adanya hal yang bertentangan dengan akad maupun prinsip muamalah yang Islamiah, selama dalam proses pelaksanaannya tersebut dapat dijamin dari tidak adanya penyimpangan, maka pada setiap transaksi dalam pemasaran diperbolehkan.

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ
الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

“Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah” (QS Al Ahzab:21, t.t.).

Umumnya, konsep pemasaran syariah tidak jauh berbeda dengan konsep pemasaran secara konvensional. Terdapat tiga cakupan dalam konsep pemasaran syariah seperti strategi yang bertujuan untuk mendapatkan *mind share*, strategi untuk mendapatkan *market share* dan strategi nilai atau *value* yang bertujuan untuk mendapatkan *heart share* (Tresnati & Maharani, 2015).

2.3.5 Strategi Pemasaran dalam Islam

Strategi pemasaran dalam Islam dijalankan atas dasar konsep Islamiah yang sudah diajarkan Nabi Muhammad SAW dengan nilai pada inti dari pemasaran secara Islamiah yakni dengan integritas dan transparansi. Sehingga marketer tidak dapat melakukan kecurangan kepada konsumen yang melakukan pembelian produk atau jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Hal ini bukan karena adanya tujuan tertentu seperti diskon atau iming-iming hadiah. Akan tetapi penerapan strategi pemasaran yang digunakan dalam konsep Islamiah umumnya sama dengan strategi pemasaran secara konvensional, seperti *segmentation*, *targeting* dan *positioning*. Strategi yang digunakan untuk mengetahui,

memanfaatkan dan peluang besar atas potensi yang ada untuk mendapatkan *mind-share* dari masyarakat. Berikut ini strategi pemasaran dalam Islam:

1) Segmentasi (*Segmentation*)

Segmentasi menjadi suatu cara yang dilakukan perusahaan dalam membagi sasaran pasar yang didasarkan pada beberapa variabel tertentu, contohnya seperti geografis, demografis, psikografis dan perilaku. Rasulullah SAW melakukan identifikasi dan pengenalan karakteristik pasar untuk dapat menentukan pola pendekatan dan pengenalan karakteristik pasar untuk kemudian dapat mengetahui dengan detail mengenai konsumen dan produk yang diinginkan, serta sifat pada sasaran pasar dan untuk memasuki segmen pasar yang dituju (Ramadhani & Prasetyo, 2014).

2) Target (*Target*)

Pada zaman Rasulullah SAW, dalam *targeting*, target pasar ditujukan kepada setiap individu serta yang dilakukan tidak secara bisnis tetapi juga secara personal (Ramadhani & Prasetyo, 2014)

3) Penentuan Posisi (*Positioning*)

Penentuan posisi pasar (*positioning*) menjadi suatu cara yang dilakukan perusahaan dalam menentukan posisi produk atau jasa yang ditawarkan ke sasaran pasar di tengah persaingan dengan perusahaan lain. Dalam melakukan penentuan

posisi pasar, Rasulullah SAW menerapkan adanya *personal branding* (Ramadhani & Prasetyo, 2014). *Positioning* menjadi peranan penting dalam menentukan posisi produk atau jasa untuk membangun kepercayaan konsumen (Kertajaya & Sula, 2006).

4) Diferensiasi (*Differentiation*)

Diferensiasi (*Differentiation*) merupakan suatu cara yang dilakukan perusahaan dalam membedakan produk miliknya dengan produk pesaing dilihat dari pelayanan maupun infrastuktur perusahaan. Tujuan dari diferensiasi adalah untuk mendapatkan nilai lebih dan respon yang baik atas produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen dan memberikan dampak seperti dimana perusahaan dapat lebih dikenal masyarakat dan mempunyai identitas maupun ciri khas. Rasulullah SAW merupakan satu-satunya pengusaha muda yang sukses dalam menjalankan bisnisnya, dengan menerapkan atau melakukan diferensiasi dalam setiap kegiatan bisnisnya.

BAB III

ANALISIS DESKRIPTIF

3.1 Data Umum

3.1.1. Sejarah Bank BPD DIY

Bank BPD DIY didirikan pada 15 Desember 1961 berdasarkan Akta Notaris Nomor 11, Notaris Soerjanto Partaningrat. Bank BPD DIY merupakan bagian dari perusahaan daerah yang diatur pada Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 1976. Bank BPD DIY yang didirikan dengan berlandaskan hukum pada Peraturan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 2 Tahun 1993, *junctis* Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 1997 dan Nomor 7 Tahun 2000. Pendirian bank BPD DIY memiliki tujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat dengan membantu pertumbuhan perekonomian serta pembangunan daerah di segala aspek dan juga menjadikan bank BPD DIY sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Sebagai salah satu alat kelengkapan otonomi daerah dalam bidang perbankan, bank BPD DIY memiliki tugas menjadi penggerak, pemegang kas daerah dan/atau menyimpan uang daerah, pendorong laju pembangunan daerah serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah yang menjalankan kegiatan usaha sebagai bank umum (BPD DIY, 2006).

Pihak manajemen Bank BPD Daerah Istimewa Yogyakarta pada tanggal 19 Februari 2007 melakukan penyusunan perubahan anggaran dasar dan rencana kerja perihal untuk membuka Unit Usaha Syariah (UUS) agar dapat bersaing di

pasar perbankan syariah (BPD DIY, 2006). Sesuai yang tertera pada PBI Nomor 8/3/PBI/2006, bank BPD DIY memanfaatkan adanya peluang *office channeling* dengan tujuan untuk mempermudah masyarakat kotamadya atau kabupaten di DIY untuk dapat merasakan serta mendapatkan produk dan pelayanan dengan prinsip syariah (Herdhiani, 2009).

3.1.2 Profil Bank

Visi bank BPD DIY yaitu mewujudkan dan terpenuhinya kebutuhan masyarakat khususnya di DIY melalui pelayanan dan jasa perbankan lainnya serta kredit skala kecil, menengah dan mendukung pada pemberdayaan ekonomi daerah (BPD DIY, 2006). Bank BPD DIY akhirnya membuka unit usaha pelayanan dan jasa perbankan dengan prinsip syariah. Tepatnya pada 19 Februari 2007 dengan Unit Usaha Syariah (UUS) dan Kantor Cabang Syariah pertama yang terletak di Jalan Cik Citiro Nomor 34 Yogyakarta yang diresmikan oleh Gubernur DIY Sri Sultan Hamengku Buwono X (BPD DIY, 2006).

Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah Universitas Islam Indonesia yang awalnya merupakan Kantor Kas, kemudian berganti menjadi Kantor Cabang Pembantu pada akhir Desember 2017 (D. Ayu, komunikasi pribadi, 2021). Berbagai jenis produk dan jasa pelayanan pada bank BPD DIY Syariah yang ditawarkan, seperti tabungan sutera *mudharabah*, tabungan *wadiah*, tabungan haji dan umrah *shafa mudharabah* dan *wadi'ah*, tabungan *salam* pendidikan, deposito *mudharabah*, dan giro *wadi'ah* serta produk pembiayaan kepemilikan kendaraan menggunakan akad *murabahah*, pembiayaan produktif

dengan akad *murabahah*, *mudharabah*, dan *musyarakah* serta pembiayaan kepemilikan dan renovasi rumah dengan akad *istishna* (BPD DIY, 2006).

Pembukaan Unit Usaha Syariah (UUS) serta Kantor Cabang Syariah yang diharapkan dapat memberikan manfaat untuk masyarakat khususnya di DIY sesuai dengan *corporate statement* Bank BPD DIY, ***“Kita Berkembang Bersama”***.

3.1.3 Visi dan Misi Bank

1. Visi Perusahaan

a) Visi Bank BPD DIY

Mewujudkan terpenuhinya kebutuhan masyarakat khususnya pada provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta terhadap pelayanan dan jasa perbankan maupun jasa keuangan lainnya, terutama pada kredit skala kecil dan menengah, serta mendorong program pemberdayaan perekonomian daerah (BPD DIY, 2006).

b) Visi Bank BPD DIY Syariah

Menjadi Unit Usaha Syariah (UUS) yang sehat serta menyediakan jasa keuangan untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat (BPD DIY, 2006).

2. Misi Perusahaan

a) Misi Bank BPD DIY

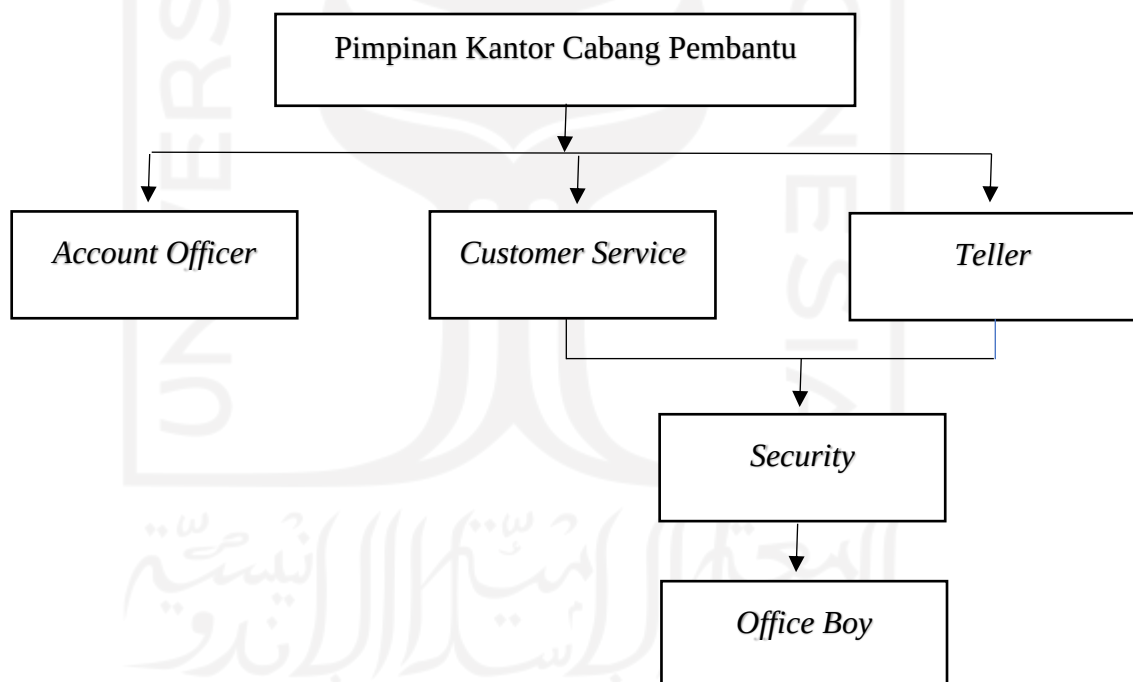
Bank BPD DIY merupakan Bank Umum, memiliki tujuan memperoleh laba yang wajar melalui penyediaan jasa perbankan serta jasa keuangan lainnya

seperti kredit skala kecil dan menengah yang dibutuhkan oleh masyarakat khususnya di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, serta mendorong program pemberdayaan perekonomian daerah dan berupaya memberikan kontribusi nyata terhadap pendapatan daerah (BPD DIY, 2006).

b) Misi Bank BPD DIY Syariah

Memberikan kontribusi kepada Bank BPD DIY melalui pencapaian laba yang wajar dari hasil penyediaan jasa keuangan syariah (BPD DIY, 2006).

3.1.4 Struktur Organisasi



Gambar 3.1 Struktur Organisasi Bank BPD DIY KCP Syariah UII

Sumber: BPD DIY (2006)

3.1.5 Produk dan Jasa Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah

UII

1. Penghimpunan Dana

a) Tabungan Sutera *Mudharabah*

Merupakan produk simpanan pihak ketiga dengan akad *mudharabah* pada Bank BPD DIY Syariah sebagai sarana investasi yang memberikan rasa aman, tentram, memberikan keuntungan serta adil, yang dimana sistem penarikannya dilakukan sesuai syarat yang telah disepakati (BPD DIY, 2006).

b) Tabungan Shafa *Mudharabah*

Merupakan produk simpanan atau tabungan Haji dan Umrah dengan akad *mudharabah* yang diperuntukan bagi nasabah untuk merencanakan keberangkatan ibadah haji dan umrah sesuai dengan kemampuannya. Bank BPD DIY Syariah bekerjasama dengan Kementerian Agama Republik Indonesia mengenai Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) perihal kepastian untuk mendapatkan porsi keberangkatan haji dan umrah bagi nasabah (BPD DIY, 2006).

c) Tabungan Pendidikan Salam iB *Mudharabah*

Merupakan produk simpanan dengan akad *mudharabah* dan berdasarkan prinsip syariah yang diperuntukan untuk mempersiapkan biaya pendidikan agar lebih terencana dan sebagai cara untuk mengajarkan anak gemar menabung (BPD DIY, 2006).

d) Giro *Wadi'ah*

Merupakan produk simpanan pihak ketiga berdasarkan menggunakan akad *wadi'ah* dengan penarikan yang dapat dilakukan setiap saat menggunakan cek, bilyet giro, serta sarana perintah pembayaran lainnya maupun dengan melakukan pemindahbukuan (BPD DIY, 2006).

e) Deposito *Mudharabah*

Merupakan produk simpanan pihak ketiga tidak terikat menggunakan akad *mudharabah* berdasarkan prinsip syariah dengan penarikan yang dapat dilakukan pada waktu tertentu serta adanya pembagian hasil sesuai dengan nisbah yang sudah disepakati di awal antara nasabah dengan bank (BPD DIY, 2006).

2. Pembiayaan

a) Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) dan Pembiayaan Renovasi Rumah (PPR)

Merupakan produk penyaluran dana atau pembiayaan dengan menggunakan akad *murabahah* berdasarkan prinsip syariah untuk keperluan pembelian rumah siap huni dengan kondisi rumah baru dan/atau rumah lama (layak huni) (BPD DIY, 2006).

b) Pembiayaan Pemilikan Kendaraan (PPK) *Murabahah*

Merupakan produk penyaluran dana atau pembiayaan dengan menggunakan akad *murabahah* berdasarkan prinsip syariah perihal pembelian kendaraan, seperti motor dan mobil (BPD DIY, 2006).

c) Pembiayaan Serba Guna (PSG) *Murabahah*

Merupakan produk penyaluran dana atau pembiayaan dengan menggunakan akad *murabahah* berdasarkan prinsip syariah perihal memenuhi kebutuhan nasabah selain kendaraan maupun hunian (BPD DIY, 2006).

d) Pembiayaan Porsi Haji (PPH) Multi Jasa

Merupakan produk penyaluran dana atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah perihal untuk memperoleh porsi haji dengan cepat melalui pembiayaan pelaksanaan kegiatan ibadah haji bagi nasabah sesuai dengan jangka waktu dan kemampuan yang nasabah kehendaki (BPD DIY, 2006).

e) Pembiayaan Multi Jasa iB

Merupakan produk penyaluran dana atau pembiayaan dengan akad *ijarah* berdasarkan prinsip syariah yang diperuntukan untuk pemenuhan kebutuhan konsumtif melalui penyewaan atas manfaat suatu jasa (BPD DIY, 2006).

f) Gadai Emas Syariah

Merupakan produk pada Bank BPD DIY Syariah yang memfasilitasi nasabah melalui pinjaman dengan jaminan yang diberikan berupa emas dan mengikuti prinsip gadai. Nasabah dikenakan biaya sewa atas dasar penggunaan

prinsip *ijarah* yang menempatkan jaminan emas dalam penguasaan bank (BPD DIY, 2006).

g) Pembiayaan Modal Kerja *Mudharabah/Musyarakah*

Merupakan produk penyaluran dana atau pembiayaan dengan akad *mudharabah/musyarakah* berdasarkan prinsip syariah perihal pemenuhan kebutuhan modal kerja bagi nasabah (BPD DIY, 2006).

h) Pembiayaan Investasi (PI) *Murabahah*

Merupakan produk penyaluran dana atau pembiayaan dengan akad *murabahah* berdasarkan prinsip syariah perihal pembelian barang modal, seperti bangunan, mesin dan/atau peralatan, rehabilitas, modernisasi, ekspansi proyek yang ada atau pendirian untuk proyek baru (BPD DIY, 2006).

i) Pembiayaan Serba Guna (PSG) *Ijarah*

Merupakan produk penyaluran dana atau pembiayaan dengan akad *ijarah* berdasarkan prinsip syariah yang memberikan sewa atas manfaat suatu barang maupun jasa (BPD DIY, 2006).

3. Jasa dan Layanan Bank BPD DIY Syariah

Terdapat layanan jasa pada Bank BPD DIY Syariah, seperti *Transfer* atau pengiriman uang, Kliring atau Sistem Kliring Nasional Bank Indonesia

(SKNBI), *Real Time Gross Settlement* (RTGS) BI, pembayaran (listrik, telepon, gaji karyawan, tiket, Bank Garansi, dll).

1) Jasa Layanan Transfer atau Pengiriman Uang

Jasa layanan yang diberikan bank terhadap nasabah berupa pengiriman uang melalui bank, dengan cara:

f) *Real Time Gross Settlement* (RTGS)

Merupakan layanan jasa yang diberikan bank kepada nasabah berupa pengiriman uang ke lain rekening nasabah, antar bank satu dengan bank lain dalam waktu yang cepat. Besaran nominal pengiriman uang melalui RTGS di atas atau sama dengan Rp100.000.000,- dengan biaya pengiriman atau *transfer* yaitu Rp25.000,- per transaksi (BPD DIY, 2006).

g) Sistem Kliring Nasional Bank Indonesia (SKNBI)

Merupakan layanan jasa yang diberikan bank kepada nasabah berupa pengiriman uang atau dana melalui kliring antar bank dalam waktu yang cepat dan pada hari yang sama dana atau uang yang *ditransfer* atau kliring akan sampai, dengan jumlah dana yang *ditransfer* atau kliring yaitu kurang dari Rp100.000.000,- Biaya yang dikenakan pada sistem kliring yaitu Rp5.000,- untuk wilayah Provinsi DIY dan Rp10.000,- untuk wilayah di luar Provinsi DIY (BPD DIY, 2006).

h) *Western Union* atau WU

Merupakan layanan jasa yang diberikan bank kepada nasabah berupa pengiriman uang atau dana maupun penerimaan dana melalui *Western Union* atau WU dari seluruh negara dengan sistem keamanan yang sudah teruji. Pada layanan ini, nasabah tidak diwajibkan untuk memiliki rekening pada Bank BPD DIY Syariah. Pengiriman ataupun penerimaan uang atau dana dengan mata uang asing maka besarnya akan disesuaikan pada kurs yang berlaku. Biaya yang dikenakan tergantung pada besarnya jumlah dana yang dikirim serta alamat pengiriman dan tarif yang ditentukan oleh *Western Union* atau WU (BPD DIY, 2006).

2) Sistem Pembayaran

a) Gaji Karyawan (*Payroll*)

Payroll merupakan sistem yang dimanfaatkan oleh suatu perusahaan maupun instansi baik milik pemerintahan maupun swasta untuk melakukan pembayaran gaji karyawan setiap bulan melalui rekening dengan dana yang berada di Bank BPD DIY Syariah, yang penarikannya dapat dilakukan di kantor bank atau melalui ATM (BPD DIY, 2006).

b) Pembayaran Listrik dan Telepon

Merupakan layanan jasa yang diberikan bank kepada nasabah berupa jasa pembayaran listrik dan telepon, dimana bank sudah bekerjasama dengan PT. PLN perihal melayani pembayaran tagihan PLN. Pembayaran tagihan dapat dilakukan melalui ATM, *Auto Debet* dan Teller serta pengenaan biaya pembayaran tagihan sebesar Rp1.500,- per bulan (BPD DIY, 2006). Bank BPD DIY Syariah bekerja sama dengan PT. Telkom, Telkomsel dan Indosat perihal pembayaran tagihan

serta pembelian pulsa dengan pembayaran melalui *Teller*, ATM dan *Auto Debet* (BPD DIY, 2006), seperti:

1. Pembayaran tagihan Telkom: Telepon rumah, *Speedy* dan *Flexi*.
 2. Pembelian *Voucher* pulsa Telkomsel: *Simpati*, *Kartu As*, *StarOne pre paid* dan *IM3*.
 3. Pembayaran tagihan Telkomsel: *Kartu Halo*.
 4. Pembayaran tagihan Indosat: *Matrix* dan *StarOne postpaid*.
- 3) Bank Garansi

Merupakan layanan jasa yang diberikan bank kepada nasabahnya berupa jaminan yang berbentuk warkat dan diterbitkan oleh bank yang dapat menimbulkan kewajiban dimana bank membayar kepada pihak yang menerima Bank Garansi atau jaminan (warkat) tersebut, jika pihak yang terjamin melanggar perjanjian (wanprestasi) kepada pihak yang menjadi penerima Bank Garansi. Pihak yang terkait dalam bank garansi yaitu nasabah (pihak yang meminta Bank Garansi/yang dijamin), Bank (pihak pemberi Bank Garansi/penjamin) dan pihak ketiga (pihak yang memegang Bank Garansi/penerima/pemegang jaminan) (BPD DIY, 2006).

3.2 Data Khusus

Pada data khusus ini, akan menjelaskan pembahasan target magang pada Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah, yang mencakup: 1) Karakteristik Tabungan Haji *Shafa Mudharabah*; dan 2) Strategi pemasaran produk Tabungan Haji *Shafa Mudharabah* di tengah pandemi *COVID-19*.

3.2.1 Karakteristik Tabungan Haji *Shafa Mudharabah*

Penyelenggaraan Ibadah Haji telah ditetapkan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji Bab I Pasal (1) menyebutkan bahwa “Ibadah Haji adalah rukun Islam kelima yang merupakan kewajiban sekali seumur hidup bagi setiap orang Islam yang mampu menunaikannya” (Sembodo, 2010). Tabungan haji merupakan jenis produk simpanan atau tabungan dengan menggunakan akad *mudharabah* dimana pihak ketiga hanya dapat melakukan penarikan hanya pada saat akan menjalankan atau menunaikan ibadah haji dan/atau sesuai dengan ketentuan maupun perjanjian. Jenis simpanan dan/atau tabungan yang menggunakan akad *mudharabah* menerapkan adanya sistem bagi hasil (BPD DIY, 2006). Penentuan pada sistem bagi hasil antara nasabah dengan bank dilakukan kesepakatan di awal.

Bank BPD DIY Syariah dengan berlandaskan syariah tanpa menggunakan riba serta memiliki tujuan untuk dapat memenuhi keinginan, keperluan dan kebutuhan masyarakat ikut mengambil peran andil demi terciptanya kesejahteraan masyarakat. Ketatnya persaingan antar bank lain perlu dilakukannya kebijakan dalam melakukan penghimpunan dana ke masyarakat. Salah satu produk pada Bank BPD DIY Syariah yaitu tabungan *shafa mudharabah* merupakan produk tabungan yang cukup diminati oleh masyarakat khususnya di Yogyakarta.

Tabungan haji *shafa mudharabah* merupakan produk simpanan atau tabungan Haji dan Umrah dengan akad *mudharabah* yang diperuntukkan bagi nasabah untuk merencanakan keberangkatan ibadah haji dan umrah sesuai dengan

kemampuannya (BPD DIY, 2006). Tabungan dengan pengaplikasian menggunakan akad *mudharabah* terdapat keuntungan yang diterima antara bank dan nasabah sesuai pada ketentuan dan perjanjian yang telah disepakati di awal. Besaran bagi hasil atau nisbah antara bank dengan nasabah yaitu 87,50% dan 12,50% (Ayu, komunikasi pribadi, 2021).

Tabungan *shafa mudharabah* tidak hanya diperuntukkan bagi nasabah dengan usia dewasa tetapi juga bagi nasabah anak – anak dengan minimal usia 12 tahun dengan keterangan pada formulir diisi dengan data serta nama orang tua atau wali qq nama anak secara lengkap. Bank BPD DIY Syariah sudah bekerja sama dengan Kementerian Agama Republik Indonesia mengenai Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) perihal kepastian untuk mendapatkan porsi keberangkatan haji dan umrah bagi nasabah. Setoran awal pada tabungan *shafa mudharabah* minimal Rp500.000,- setelah jumlah dana dalam tabungan sudah mencapai Rp25.500.000,- maka nasabah akan secara langsung didaftarkan dalam Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) (BPD DIY, 2006). Untuk lebih jelasnya di bawah ini:

1. Manfaat:

- a) Terjamin keamanannya (dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan/LPS) dan aman.
- b) Kemudahan dalam hal perencanaan keuangan untuk keperluan pelaksanaan ibadah haji dan umrah.
- c) Kemudahan pendaftaran ibadah haji melalui Sistem Komputerisasi Haji terpadu (SISKOHAT) oleh Kementerian Agama.

- d) Kemudahan dalam melakukan penyetoran dana ke rekening tabungan.

2. Ketentuan dan syarat pembukaan rekening:

- a) Melakukan setoran awal minimum sebesar Rp500.000,- (lima ratus ribu rupiah).
- b) Setoran selanjutnya sebesar Rp100.000,- (seratus ribu rupiah).
- c) Saldo minimum sebesar Rp500.000,- (lima ratus ribu rupiah).
- d) Tidak dikenakan biaya administrasi atau pengelolaan rekening per bulan.
- e) Tidak dapat ditarik kecuali untuk biaya ibadah Haji dan Umrah.
- f) Pemilik rekening adalah perorangan.
- g) Menyerahkan foto kopi dan memperlihatkan dokumen asli berupa tanda bukti diri (KTP, SIM dan/atau PASPOR),
- h) Menyerahkan foto kopi dan memperlihatkan dokumen asli Akta kelahiran dan Kartu keluarga (KK) serta KTP pengampu/wali bagi calon nasabah anak usia 12 tahun.
- i) Nasabah wajib mematuhi ketentuan setoran minimum, saldo minimum, bagi hasil dibebani pajak, segera lapor apabila kehilangan buku tabungan dan mengembalikan buku tabungan apabila melakukan penutupan rekening.

3. Fasilitas:

- a) Dapat dilayani dan melakukan transaksi di seluruh Kantor Cabang dan Kantor Cabang Pembantu Bank BPD DIY.

- b) *Online* langsung ke Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) Kementerian Agama Republik Indonesia untuk mendapatkan nomor porsi haji.
- c) Akad: *Mudharabah*, sehingga mendapatkan bagi hasil sesuai ketentuan Bank.
- d) Dapat dijadikan agunan pembiayaan haji.
- e) Nasabah akan memperoleh *souvenir* perlengkapan haji.
- f) Dana dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).

Jika saldo mencapai Rp25.500.000,- maka akan didaftarkan untuk porsi haji di Bank BPD DIY Syariah dengan pemenuhan syarat sebagai berikut:

- a) Pas foto dengan latar belakang putih, 80% wajah dan pemakaian jilbab warna putih (bagi wanita), tidak menggunakan aksesoris (peci, *bross* dan lainnya), pas foto ukuran 3x4 (5 lembar) dan 4x6 (1 lembar).
- b) Materai Rp10.000,-
- c) Foto kopi KTP, Kartu Keluarga (KK) dan Akta kelahiran/akta nikah/ijazah (1 lembar).
- d) Bank BPD DIY Syariah mengeluarkan bukti setoran awal disertai dengan validasi sebagai bukti daftar.

Apabila nasabah telah melakukan pembukaan rekening, dana telah mencapai Rp25.500.00,- dan telah mendapatkan nomor validasi dari Bank BPD DIY Syariah, kemudian melakukan pendaftaran porsi haji di kantor Kementerian

Agama kota/kabupaten se-DIY maksimal 5 hari kerja setelah mendapatkan nomor validasi dengan membawa lampiran sebagai berikut:

- a) Foto kopi KTP (3 lembar)
- b) Foto kopi KK (1 lembar)
- c) Buku tabungan Bank BPD DIY Syariah *Shafa Mudharabah*
- d) Foto kopi akta kelahiran/akta nikah/ijazah (salah satu)
- e) Pas foto ukuran 3x4 (12 lembar) dan 4x6 (2 lembar)

Kemudian Kementerian Agama menerbitkan Surat Pendaftaran Pergi Haji (SPPH) yang berisi nomor porsi haji. Surat Pendaftaran Pergi Haji (SPPH) dan bukti setoran awal tersebut disimpan oleh nasabah hingga masa tunggu antrian untuk pelunasan (Ayu, komunikasi pribadi, 2021).

3.2.2 Strategi Pemasaran Produk Tabungan *Shafa Mudharabah* di Tengah Pandemi Covid-19

Strategi pemasaran merupakan elemen penting yang diperlukan oleh lembaga keuangan atau industri perbankan seperti Bank BPD DIY Syariah dengan fungsi yang berorientasi pada *profit* dan sosial (Harmoko, 2019). Dalam prosesnya, tentu terdapat strategi maupun cara yang dilakukan dalam pemasaran produk dan jasa sehingga dapat diperkenalkan kepada masyarakat. Salah satu produk yang dipasarkan dan diperkenalkan Bank BPD DIY Syariah yaitu produk tabungan haji. Tabungan *shafa mudharabah* atau tabungan haji merupakan produk simpanan yang diperuntukan bagi nasabah untuk dapat mempersiapkan kegiatan ibadah haji.

Dengan adanya pandemi *COVID-19* yang berlangsung sejak bulan Maret 2020 memberikan dampak yang cukup besar dalam berbagai sektor, seperti banyaknya pekerja yang terkena Pemutusan Hubungan Kerja (PHK), pengurangan jam operasional kerja atau biasa disebut *Work From Home* (WFH) dan ketatnya pemberlakuan protokol kesehatan (Putri, 2020). Hal tersebut juga berlaku di dunia perbankan, seperti adanya pembiayaan yang memiliki risiko tinggi sehingga mengakibatkan banyaknya pembiayaan restrukturisasi serta berkurangnya sistem operasional. Pandemi *COVID-19* menjadi faktor utama dikeluarkannya sebuah kebijakan oleh Pemerintahan Arab Saudi yaitu peniadaan kegiatan ibadah haji sementara selama pandemi *COVID-19* (Ahmad, 2020). Hal tersebut berdampak terhadap menurunnya minat masyarakat Indonesia dalam melaksanakan ibadah haji, sehingga pembukaan rekening haji atau tabungan *shafa mudharabah* mengalami penurunan. Berikut ini data yang menggambarkan *trend* penurunan jumlah nasabah tabungan *shafa mudharabah* (D. Haryanto, komunikasi pribadi, 2021):

Tabel 3.1 Daftar Jumlah Nasabah Tabungan Shafa Mudharabah pada Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah UII

No.	Tahun	Jumlah Nasabah
1.	2018	4
2.	2019	34
3.	2020	26
4.	2021 (Maret)	4

Sumber: Data Nasabah Tabungan *Shafa Mudharabah* (2021)

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa pengaruh dari adanya pandemi *COVID-19* mengakibatkan menurunnya pembukaan rekening pada tabungan *shafa mudharabah* yang cukup drastis. Adanya perkembangan peningkatan nasabah pada pembukaan tabungan haji dapat dilihat pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 (Haryanto, komunikasi pribadi, 2021). Kemudian, mengalami penurunan pada tahun 2020 hingga tahun 2021 pada saat merebaknya pandemi *COVID-19*. Ketidakjelasan mengenai permasalahan keberangkatan ibadah haji juga menjadi salah satu faktor krusial serta permasalahan pada finansial masyarakat. Menyadari adanya penurunan terhadap pembukaan rekening maupun produk tabungan *shafa mudharabah*, maka diperlukan adanya strategi dalam melakukan pemasaran produk. Bank BPD DIY Syariah menyikapi dan/atau merespon dengan positif dalam menghadapi permasalahan serta perubahan yang terjadi.

Strategi yang dilakukan oleh Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah UII dalam melakukan pemasaran produk tabungan *shafa mudharabah* bertujuan untuk meningkatkan target pemasaran dan sumber dana. Melakukan penargetan pada calon nasabah berdasarkan pada apa yang sudah menjadi rencana dalam proses strategi pemasaran pada produk tabungan *shafa mudharabah*. Perlunya cara serta upaya menarik menjadi hal mendasar dalam strategi pemasaran untuk dapat menarik minat nasabah dalam upaya untuk meningkatkan jumlah nasabah. Strategi pemasaran yang tepat sangat diperlukan untuk mendapatkan kesempatan dengan sebaik mungkin.

Berikut beberapa strategi Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah UII dalam melakukan pemasaran produk tabungan *shafa mudharabah* pada saat pandemi *COVID-19*, antara lain :

a. Strategi Pemasaran Berbasis Jemput Bola (*Door to door*)

Strategi pemasaran ini dilakukan oleh Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah UII dengan melakukan *door to door* kepada nasabah potensial Bank BPD DIY Syariah seperti Lembaga Penyelenggara Ibadah Haji, Instansi Pemerintahan dan Biro Haji dan dalam pelaksanaannya tetap mematuhi protokol kesehatan yang berlaku (Haryanto, komunikasi pribadi, 2021). Strategi ini dilakukan dengan cara menemui nasabah potensial Bank BPD DIY Syariah secara langsung. Setelah *maintanance* dengan nasabah tersebut, kemudian menjalin komunikasi serta mempelajari dan mengetahui jasa finansial yang biasa digunakan oleh nasabah. Melalui data calon nasabah potensial tersebut akan dilakukan *follow up* dan janji temu untuk menjelaskan mengenai produk tabungan *shafa mudharabah*. Pemasaran berbasis jemput bola atau (*door to door*) menjadi bentuk pemasaran yang dilakukan secara langsung ditawarkan kepada nasabah dalam menawarkan produk. Strategi pemasaran berbasis jemput bola atau *door to door* yang dilakukan Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah UII ini menjadi salah satu bentuk strategi dalam pemasaran produk saat pandemi *COVID-19*.

Pada awal penerapan strategi pemasaran berbasis jemput bola atau *door to door* terhadap pemasaran produk tabungan *shafa mudharabah* di masa pendemi

ini terdapat sedikit hambatan. Hambatan tersebut seperti masyarakat atau calon nasabah dengan minat yang kurang akibat adanya kebijakan yang berupa peniadaan ibadah haji dan kemudian adanya pengurangan kuota jamaah haji dari pemerintah Arab Saudi. Strategi jemput bola atau *door to door* yang digunakan oleh Bank BPD DIY Kantor Cabang Syariah UII ini menjadi salah satu jalan pembuka dalam melakukan pemasaran produk tabungan shafa *mudharabah* saat pandemi *COVID-19* (Haryanto, komunikasi pribadi, 2021).

b. Sistem Kerjasama

Strategi pemasaran dalam hal ini oleh Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah UII yang kedua yaitu menjalin kerja sama dengan biro haji dan Ikatan Persaudaraan Haji Indonesia (IPHI) yang berada di DIY (Haryanto, komunikasi pribadi, 2021). IPHI sendiri merupakan wadah bagi jamaah-jamaah yang telah selesai melaksanakan ibadah haji. Dengan menjalin kerjasama tersebut, Bank BPD DIY Kantor Cabang Syariah UII mengajak untuk mengkampanyekan haji muda kepada generasi *millenial*. Kerjasama yang dilakukan antara Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah UII dengan IPHI Jogja menjadi salah satu bentuk *problem solver* dalam pemasaran produk tabungan shafa *mudharabah* di masa pandemi *COVID-19* (Ivan, 2021). Bentuk strategi yang dilakukan yaitu dengan mengajak generasi *millenial* untuk ikut dalam gerakan haji muda, yang juga menjadi bentuk investasi bagi generasi muda untuk dapat terdaftar dalam pelaksanaan ibadah haji (Ivan, 2021). Dengan adanya kerjasama yang terjalin antara Bank BPD DIY Kantor Cabang Syariah UII dengan IPHI Jogja

memberikan kemudahan dan terbukanya kesempatan besar dalam kegiatan pemasaran pada produk tabungan *shafa mudharabah*.

Sedangkan kerjasama antara biro haji dengan Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah UII yaitu memiliki sifat simbiosis mutualisme atau saling menguntungkan bagi Bank BPD DIY Syariah dengan Biro Haji (Marzuki, 2020). Seperti ketika adanya nasabah pada biro haji yang ingin menyelesaikan pembayaran biaya ibadah haji akan disarankan dan diarahkan oleh Biro Haji tersebut ke Bank BPD DIY Syariah. Kemudian pada Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah UII, apabila terdapat nasabah *walk in customer* yang memerlukan jasa travel atau biro perjalanan haji akan diarahkan oleh Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah UII ke biro haji atau travel perjalanan ibadah haji terkait yang sudah terikat kerjasama.

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Produk tabungan *shafa mudharabah* Bank BPD DIY Syariah merupakan salah satu produk tabungan dengan akad *mudharabah* dimana pihak nasabah menyediakan modal dan bank bertindak sebagai pengelola modal atau dana. Pada akad *mudharabah* bank dapat melakukan pengelolaan dana nasabah tersebut. Terdapat keuntungan usaha antara nasabah dengan bank yang sudah disepakati dan tertuang dalam kontrak atau perjanjian yang tertera. Perbandingan nisbah antara bank dengan nasabah yaitu 87,50% dan 12,50%. Pada tabungan *shafa mudharabah* tidak terdapat fasilitas ATM serta dana pada tabungan juga tidak dapat diambil sewaktu-waktu.

Penggunaan dana hanya dapat digunakan untuk keperluan keberangkatan ibadah haji saja. Minimal usia pada pendaftaran tabungan *shafa mudharabah* yaitu 12 tahun. Syarat dan prosedur pada pembukaan tabungan *shafa mudharabah* Bank BPD DIY Syariah yaitu melengkapi data diri berupa fotokopi identitas diri (KTP/SIM/PASPOR), kemudian melakukan setoran awal Rp500.000,- lalu data diri berupa fotokopi Akta Kelahiran, Kartu Keluarga (KK)

dan KTP wali bagi calon nasabah berumu 12 tahun. Nasabah dengan total dana pada tabungan yang telah mencapai Rp25.500.000,- akan didaftarkan secara langsung ke Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) untuk mendapatkan nomor porsi keberangkatan ibadah haji.

- 2) Kegiatan marketing menjadi faktor utama pemasaran produk tabungan shafa *mudharabah* Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah UII di tengah pandemi *COVID-19*. Adanya kerjasama tim yang baik yang dilakukan oleh seluruh pegawai serta kerjasama yang terjalin antara Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah UII dengan Ikatan Persaudaraan Haji Indonesia (IPHI) Jogja dan Biro Haji atau travel perjalanan haji dalam hal pemasaran produk tabungan shafa *mudharabah* di tengah pandemi *COVID-19*.
- 3) Kendala dan hambatan pada proses pemasaran produk tabungan shafa *mudharabah* di Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu UII di tengah pandemi *COVID-19* yaitu menurunnya minat masyarakat atau nasabah terhadap pelaksanaan kegiatan ibadah haji. Hal tersebut dikarenakan adanya kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah Arab Saudi serta kurangnya informasi yang di dapatkan masyarakat mengenai ketentuan baru perihal pelaksanaan kegiatan ibadah haji di tengah pandemi *COVID-19*.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, terdapat saran yang diberikan kepada Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah UII agar lebih baik lagi untuk kegiatan pemasaran kedepannya di tengah pandemi *COVID-19*, antara lain:

- 1) Menambah layanan dan fasilitas pada produk tabungan *shafa mudharabah* seperti pilihan Biro Haji yang beragam dengan penawaran paket perjalanan ibadah haji yang lebih lengkap agar nasabah lebih dimudahkan dan memiliki pilihan yang lebih variatif.
- 2) Melakukan kegiatan promosi mengenai produk tabungan *shafa mudharabah* Bank BPD DIY Syariah kepada nasabah dengan pemanfaatan teknologi dan sosial media yang berkembang saat ini.
- 3) Melakukan kegiatan sosialisasi mengenai produk tabungan *shafa mudharabah* kepada instansi-instansi pemerintah yang potensial di DIY serta menjelaskan mengenai produk dan ketentuan yang berlaku pada produk tabungan *shafa mudharabah* di masa pandemi *COVID-19* agar adanya pemahaman pada nasabah serta meningkatkan kembali minat terhadap pelaksanaan kegiatan ibadah haji.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, F. (2020). Haji Umrah di Tengah Pandemi Covid-19. Diakses pada tanggal 5 Mei 2021, dari <https://uninus.ac.id/haji-umrah-di-tengah-pandemi-covid-19/>.
- Arifin, J. (2014). Substansi Akad Dalam Transaksi Syariah. Arifin. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*. Vol. 6(1), pp. 2-19.
- Ayu, D. (2021). [Komunikasi pribadi]. Yogyakarta.
- Bank BPD DIY (2006). Bank BPD DIY. Diakses pada tanggal 5 Mei 2021, dari <https://www.bpddiy.co.id/>
- Brosur Tabungan Shafa Mudharabah BPD DIY Syariah (Yogyakarta). (2021). Yogyakarta. Dokumen tidak dipublikasikan.
- Data Nasabah Tabungan Shafa Mudharabah (2021).Yogyakarta. Dokumen tidak dipublikasikan.
- Dharma, Y. (2018). Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan Murabahah Terhadap Profitabilitas (Return on Assets) Bank Pembiayaan Rakyat Indonesia 2012-2016. Diakses pada tanggal 24 Mei 2021, dari <https://core.ac.uk/reader/230117650>.
- Emrizal. (2012). Strategi Pemasaran Korporat (Polibisnis). *Jurnal Poli Bisnis*.Vol. 4(1), pp. 43-54.

- Farida, I., & Tarmizi, A. (2016). Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*. Vol. 1(1), pp. 31-40.
- Hairunisa, N., & Amalia, H. (2020). Review: Penyakit Virus Corona Baru 2019 (COVID-19). *Jurnal Biomedika dan Kesehatan*, Vol. 3(2), pp. 90–100.
- Hakim, L., & Anwar, A. (2017). Pembiayaan Murabahah pada Perbankan Syariah dalam Perspektif Hukum di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam*. Vol. 1(2), pp. 12.
- Handayani, D., Hadi, D. R., Isbaniah, F., Burhan, E., & Agustin, H. (2020). Corona Virus Disease 2019. *Jurnal Respirologi Indonesia*, Vol. 40(2), pp. 119–129.
- Harmoko, I. (2019). Strategi Pemasaran Produk Bank Syariah dalam Persaingan Bisnis Perbankan Nasional. *Jurnal Wadiah*. Vol. 1(1). pp. 3-20.
- Haryanto, D. (2021). [Komunikasi pribadi]. Yogyakarta.
- Hasanuddin, H. M., & Mubarak, H. J. (2018). *Perkembangan Akad Musyarakah*. Jakarta Barat: Prenada Media.
- Herdhiani, G. M., Budiharto, B., & Sismarwoti, E. (2009). Dalam Upaya Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia Pada BNI Syariah [Other, Perpustakaan Fakultas Hukum UNDIP]. Diakses pada tanggal 26 Mei 2021, dari <http://fh.undip.ac.id/perpus>.

- Hidayah, M. R., Nawawi, K., & Arif, S. (2018). Analisis Implementasi Akad Istishna Pembiayaan Rumah (Studi Kasus Developer Property Syariah Bogor). *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 9(1), pp. 2-12.
- Ibrahim, K. (2014). Penerapan Prinsip Mudharabah Dalam Perbankan Syariah. *Jurnal Kajian Hukum dan Keadilan*. 12. Vol. 2(4), pp. 42-53.
- Indrianti, M. (2018). Aplikasi *Fee* Wakalah pada PT. Bank BRI Syariah KCP Stabat [Diploma, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara]. Diakses pada tanggal 26 Mei 2021, dari <http://repository.uinsu.ac.id/3984/>.
- Ivan. (2021, Februari 28). IPHI Sleman Diharapkan Mampu Jadi ‘Problem Solver.’ *KR Jogja*. Diakses pada tanggal 8 Mei 2021, dari <https://www.krjogja.com/berita-lokal/diy/sleman/iphi-sleman-diharapkan-mampu-jadi-problem-solver/>.
- Jafar, I. (2020). Ibadah Haji dalam Al-Qur’an (Sekelumit Hikmah di Balik Pelaksanaan Ibadah Haji). *Jurnal AL-MIZAB Kajian Haji, Umrah dan Keislaman*. Vol. 1(1), pp. 2-18.
- Kasiani, Fitriana. (2005) Pelaksanaan Prinsip Syariah di Bank BRI Cabang Syariah Malang - UMM Institutional Repository,” 2015. Diakses pada tanggal 26 Mei 2021, dari <http://eprints.umm.ac.id/19730/>.
- Kasmir. (2012). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Revisi 2012). Jawa Barat: PT Raja Grafindo Persada.

Kemenag DI Yogyakarta. (2018). Kemana Dana Haji Diinvestasikan? Ini Jawabannya. Diakses pada tanggal 6 Mei 2021, dari <https://diy.kemenag.go.id/2018/index.php/web/berita/kemana-dana-haji-diinvestasikan-ini-jawabannya>

Kertajaya, H., & Sula, M. S. (2006). *Syariah Marketing* (1 ed.). Bandung: Mizan.

Kisworo, B. (2017). Ibadah Haji Ditinjau Dari Berbagai Aspek. *Al-Istinbath : Jurnal Hukum Islam*. Vol. 2(1), pp. 75.

Kotler, P., & Armstrong, G. (1997). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jilid 1 Terjemahan Imam Nurmawan). Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 2 Edisi 13). Jakarta: Erlangga.

Listanti, D. (2015). Upaya Penanganan Pembiayaan Murabahah Bermasalah Pada Lembaga Keuangan Syariah. Diakses pada tanggal 7 Mei 2021, dari <http://repository.ub.ac.id/117059/>.

Livana, P., Suwoso, R. H., Febrianto, T., Kushindarto, D., & Aziz, F. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 bagi Perekonomian Masyarakat Desa. *Indonesian Journal of Nursing and Health Sciences*, Vol. 1(1), pp. 37–48.

Lubis, A. (2016). *Agency Problem Dalam Penerapan Pembiayaan Akad Mudharabah Pada Perbankan Syariah*. *Al Qalam*. Banten: Pusat Penelitian dan Penerbitan LP2M.

Lupioyadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Manahaar, P. (2019). Implementasi Gadai Syariah (Rahn) Untuk Menunjang Perekonomian Masyarakat Di Indonesia. *Dialogia Iuridica: Jurnal Hukum Bisnis Dan Investasi*. Vol. 10(2), pp. 97–104.
- Marimin, A., & Romdhoni, A. H. (2015). Perkembangan Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Vol. 1(02), pp. 3-13.
- Marzuki, K. (2020). BPKH Tetapkan BPD DIY Syariah Jadi Mitra Investasi Dana Haji. Diakses pada tanggal 6 Mei 2021, dari <https://jateng.inews.id/berita/bpkh-tetapkan-bpd-diy-syariah-jadi-mitra-investasi-dana-haji>.
- Muhammad. (2005). *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Penerbit Akademi Yogyakarta: Manajemen Perusahaan YKPN.
- Nizaruddin, N. (2013). Hiwalah dan Aplikasinya dalam Lembaga Keuangan Syari'ah. *Adzkiya : Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*. Vol. 1(2), pp. 2-17.
- Nuryadi, E. (2008). Analisa pemberian Bank Garansi dalam sistem syariah (Kafalah) dan pelaksanaanya pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Diakses pada tanggal 26 Mei 2021, dari <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/15580>.
- Putri, R. N. (2020). Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*. Vol. 20(2), pp. 705–709.

- Rakhmayani, H. (2021). Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Hijrah Haji Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Di Masa Pandemi Covid-19 [Diploma, IAIN Ponorogo]. Diakses pada tanggal 26 Mei 2021, dari <http://etheses.iainponorogo.ac.id/13718/>.
- Ramadhani, A. K. P., & Prasetyo, A. (2014). Penerapan Strategic Marketing pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Handayani Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol. 1, pp. 12.
- Remus, S. P. (2015). Penerapan SWOT Sebagai Dasar Penentuan Strategi Pemasaran pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk, Kabanjahe. Diakses pada tanggal 26 Mei 2021, dari <https://methonomi.net/index.php/jimetho/article/view/122/139>.
- Sari, N. (2015). *Kontrak (akad) dan Implementasinya pada Perbankan Syariah di Indonesia*. Banda Aceh: PeNA.
- Sembodo, D. P. (2010). Pelayanan Jamaah Haji Kota Semarang Tahun 2009 : Analisis Pelaksanaan Undang-Undang No. 13 Tahun 2008 [Undergraduate, IAIN Walisongo]. Diakses pada tanggal 26 Mei 2021, dari <http://eprints.walisongo.ac.id/3005/>.
- Shabrina, A. (2013). Optimalisasi Pinjaman Kebajikan (Al-Qardh) Pada Bmt (Studi Pada Bmt Umj, Ciputat). Diakses pada tanggal 26 Mei 2021, dari <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/25077>.

- Sidiq. (2018). Metode Penelitian Deskriptif. Sosiologis.Com. Diakses pada tanggal 6 Mei 2021, dari <http://sosiologis.com/metode-penelitian-deskriptif>.
- Sudarsono, H. (2012). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Sumarti. (2020). Analisis Perkembangan Pasien Covid-19 Menggunakan Segmentasi Citra Rontgen Toraks. Sumarti. *JFT: Jurnal Fisika dan Terapannya*. Vol. 7(1), pp. 15-23.
- Sutanto, H., & Umam, K. (2013). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Syafrida, & Hartati, R. (2020). Bersama Melawan Virus Covid 19 di Indonesia | Syafrida. *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*. Vol. 7(6), pp. 495-508.
- Thabroni, G. (2021). Metode Penelitian Deskriptif: Pengertian, Langkah & Macam. *serupa.id*. Diakses pada tanggal 7 Mei 2021, dari <https://serupa.id/metode-penelitian-deskriptif/>.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tresnati, R., & Maharani, N. (2015). Kajian Tentang Strategi Pemasaran Syariah dalam Penguatan Daya Saing UKM Menghadapi AEC 2015 di Indonesia. Diakses pada tanggal 26 Mei 2021, dari

https://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file_article_abstrak/Isi_Artikel_el_935260047177.

UU No. 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah [JDIH BPK RI]. (2019). Diakses pada tanggal 7 Mei 2021, dari <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/106346/uu-no-8-tahun-2019>

Wilardjo, S. B. (2005). Pengertian, Peranan dan Perkembangan Bank Syari'ah Di Indonesia. *Jurnal Value Added: Majalah Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 2(1), pp. 2-9.

Yusdani. (2005). Perbankan Syariah Berbasis Floating Market. *Jurnal Millah*. Vol. 4(2), pp. 64-73.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Keterangan Magang



SURAT KETERANGAN

Menunjuk surat dari Ketua Prodi D3 Perbankan dan Keuangan, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia Nomor : 005.018/Ket/20/Akd/II/2021 Tanggal 09 Februari 2021 Perihal : Permohonan Izin Mahasiswa Magang / Riset, dengan ini menerangkan sebagai berikut :

Nama : Tasya Dygtha salsabella
NIM : 18213023
Jurusan : D3 Perbankan dan Keuangan

merupakan Mahasiswa UII yang sedang melakukan magang di Bank BPD DIY Cabang Pembantu Syariah UII. Adapun aktivitas yang diperkenankan adalah melakukan pemasaran produk Dana seperti Tabungan, Giro, dan Deposito, dan Jasa perbankan lainnya kepada masyarakat.

Surat keterangan ini berlaku hingga tanggal 15 Maret 2021.

Informasi selengkapnya dapat menghubungi Kantor Bank BPD DIY Cabang Pembantu Syariah UII (0274) 4546 888 / Sdr. Dimas 08222 623 9948.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 15 Februari 2021

PT. Bank BPD DIY
Cabang Pembantu Syariah UII

Ihsan Muhamad
Pemimpin



Lampiran 2: Penulis, Peserta Magang dan Pegawai Bank BPD DIY Kantor Cabang Pembantu Syariah UII



Lampiran 3: Brosur Produk Tabungan *Shafa Mudharabah*

BANK BPD DIY SYARIAH

Tabungan Haji dan Umrah

Shafa

MUDHARABAH

Rencanakan Haji Sejak Dini

Informasi

Call Bank BPD Syariah (0274) 550740

www.bpddiy.co.id

Tahapan Mendaftar Haji

Tahap 1

(Kantor Cabang / Capem Syariah / Kantor Layanan Syariah di Cabang Bank BPD DIY Konvensional)

1. Membuka Rekening Tabungan Shafa Mudharabah (Saldo awal minimal Rp500.000)
2. Jika saldo mencapai Rp25 juta, mendaftar porsi haji di Bank BPD DIY Syariah

Syarat :

- Pas foto dengan latar belakang putih, 80% wajah & jilbab selain warna putih, tidak menggunakan aksesoris, pas foto ukuran 3x4 = 5 lembar dan 4x6 = 1 lembar
- Meterai Rp6.000
- FC KTP (1 lembar)
- FC KK (1 lembar)
- FC Akta kelahiran/akta nikah/ijazah (salah satu)

3. Bank BPD Syariah mengeluarkan bukti setoran awal yang disertai nomor validasi sebagai bukti daftar

Tahap 2

(dilakukan di kantor KEMENAG kota/kabupaten se-DIY)

1. Maksimal 5 hari kerja sejak mendapatkan nomor validasi, jamaah datang ke KEMENAG untuk mendapatkan nomor porsi haji dengan membawa syarat :
 - FC KTP (3 lembar)
 - FC KK (1 lembar)
 - FC buku tabungan Bank BPD DIY Syariah Shafa Mudharabah
 - FC akta kelahiran / akta nikah / ijazah (salah satu)
 - Pas photo ukuran 3x4 = 12 lembar dan 4x6 = 2 lembar
2. KEMENAG menerbitkan SPPH (Surat Pendaftaran Pergi Haji) yang berisi nomor porsi haji
3. Simpan bukti SPPH dan surat bukti setoran awal tersebut, hingga masa tunggu antrian untuk pelunasan.

Terdaftar & diawasi oleh :

BANK BPD DIY **@bpddiy.syariah**

Lampiran 4: Peranjan Bagi Hasil dan Formulir Tabungan *Shafa Mudharabah*



PERJANJIAN BAGI HASIL (AKAD MUDHARABAH)



Kami yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama :
 No. KTP/SIM/Lainnya :
 Alamat :
 Kode Pos :

Pemegang rekening : ☐ Sutura Mudharabah ☐ Deposito Mudharabah
☐ Shafa Mudharabah ☐ Lainnya

Selanjutnya disebut Pemilik Dana/Shahibul Maal.

2. Nama : PT. Bank Pembangunan Daerah
 Daerah Istimewa Yogyakarta Syariah
 Alamat :
 Kode Pos :

Selanjutnya disebut Pengelola Dana/Mudharib,

Pemilik Dana/Shahibul Maal dan Pengelola Dana/Mudharib berjanji dan sepakat akan bagi hasil atas Dana Shahibul Maal yang dikelola dalam bentuk Akad Mudharabah dengan Nomor Rekening.....

Adapun Nisbah bagi hasil yang disepakati/disetujui adalah sebesar % (..... per seratus) untuk Pemilik Dana/Shahibul Maal dan % (..... per seratus) untuk Pengelola Dana/Mudharib, Setiap perubahan nisbah akan diberitahukan kepada Pemilik Dana/Shahibul Maal dengan cara yang ditentukan oleh Bank.

Perjanjian mengikat dan merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan dengan syarat-syarat dan ketentuan umum.

Demikian perjanjian ini kami buat dengan sebenar-benarnya atas dasar keikhlasan dan musyawarah/mufakat sehingga tidak dapat diubah tanpa pemberitahuan terlebih dahulu dari Pihak Pengelola Dana/Mudharib.

Pengelola Dana/Mudharib Yogyakarta,
 Pemilik Dana/Shahibul Maal

Lembar : 1. Bank
 2. Nasabah

KA 0380

FORMULIR PEMBUKAAN REKENING PERORANGAN
JENIS NASABAH : ☐ Baru ☐ Sudah Menjadi Nasabah (existing)

CABANG : _____
NOMOR CIF : _____
NOMOR REKENING : _____

DATA NASABAH (CIF) PERORANGAN
(Nasabah Existing cukup mengisi bagian berwarna kuning dan Data CIF yang berubah (jika ada))

Nama Lengkap : _____ Nama Alias : _____ Tempat & Tanggal Lahir : _____ Nama Gadis Ibu Kandung : _____ Jenis Kelamin : ☐ Laki-Laki ☐ Perempuan Kewarganegaraan : ☐ WNI ☐ WNA, Negara: _____ Alamat Identitas : _____ _____ _____ Kode Pos : _____ Alamat Tinggal : _____ _____ Telp Rumah : _____ Telp Seluler : _____ Email : _____ Status Pernikahan : ☐ Lajang ☐ Menikah ☐ Janda/Duda Identitas : ☐ KTP ☐ KITAS/KITAP ☐ Paspor ☐ Lainnya : _____ Nomor Identitas : _____ Masa Berlaku : _____ Status Penduduk : ☐ Penduduk ☐ Non Penduduk Agama : ☐ Islam ☐ Kristen ☐ Katholik ☐ Hindu ☐ Budha ☐ Khong Hu Cu ☐ Lainnya : _____ Pendidikan Terakhir : ☐ SD ☐ SMP ☐ SMA ☐ Diploma ☐ S1 ☐ S2 ☐ S3 Status Gelar : _____ (tersebut SK, R, SE, dll) NPWP : ☐ Tidak Ada ☐ Ada, Nomor : _____ _____	Hubungan dgn Bank : ☐ Terkait ☐ Tidak Terkait Pekerjaan : ☐ Pelajar/Mhs ☐ PNS ☐ Kary. Swasta ☐ Kary. BUMN/D ☐ TNI/POLRI ☐ Wiraswasta ☐ Profesional ☐ Pensiunan ☐ Ibu Rumah Tangga ☐ Lainnya : _____ Nama Kantor : _____ Jabatan : _____ Alamat Kantor : _____ _____ Telepon : _____ Surat Penunjukan : _____ _____ Surat Dikirim Ke : ☐ Kantor ☐ Rumah ☐ Ambil Sendiri Penghasilan per Bulan : ☐ <Rp.5 jt ☐ >Rp.5 jt s/d Rp.15 jt ☐ >Rp.15 jt s/d Rp.25 jt ☐ diatas Rp.25 jt Sumber Dana : ☐ Gaji/Upah ☐ Usaha ☐ Lainnya : _____ Transaksi Nominal : Rp. _____ per bulan Nama Pemberi Dana*) : _____ (jika Ada) (Fotokopi identitas penjamin) Nama Pengampu**) : _____ (jika Ada) (Fotokopi identitas penjamin) Hubungan : _____ Alamat Pengampu : _____ Telepon : _____ Nama Kontak : _____ Hubungan : _____ Alamat Nama Kontak : _____ Telepon : _____ Status Kepemilikan Rumah/Tempat Tinggal : ☐ Milik Sendiri ☐ Milik Orang Tua ☐ Sewa/Kontrak ☐ _____
---	--

DATA PEMBUKAAN REKENING BARU
Jenis Rekening : ☐ Simpeda Wadiah ☐ Sutura Mudharabah ☐ Salam Qurban ☐ Salam Mudharabah ☐ Shafa Mudharabah
☐ Giro Wadiah ☐ Pembiayaan ☐ Simpel ☐ Deposito Mudharabah ☐ Lainnya : _____
Tujuan Pembukaan : ☐ Simpanan ☐ Penerimaan Gaji ☐ Transaksi Usaha ☐ Kebutuhan Rumah Tangga ☐ Lainnya : _____

FASILITAS DAN LAYANAN (Diisi dengan Bantuan Customer Service)
KARTU ATM/PIN
Pemohonan Baru : ☐ Kartu Baru ☐ Kartu Tambahan ☐ Lainnya : _____
Tipe Kartu ATM : ☐ Reguler ☐ Instant
Jenis Kartu ATM : ☐ Silver ☐ Gold ☐ Platinum
Jenis Rekening : ☐ Single Account ☐ Multi Account
Nomor Rekening : ☐ Simpeda Wadiah No: _____ No: _____
☐ Sutura Mudharabah No: _____ No: _____
Nomor Rekening Utama : _____
(untuk kartu Multi Account)
BANK BPD DIY MOBILE
Pemohonan : ☐ Pendaftaran ☐ Transaksi Finansial
☐ Perubahan Data ☐ Lainnya : _____
Nomor Ponsel : _____
Email : _____
Nomor Rekening : _____
Keterangan : _____

Catatan: Isilah tanda () pada kolom pilihan yang sesuai/dikehendaki*
**) Nama Pemberi Dana diisi apabila sumber dana bukan berasal dari calon nasabah*
***) Nama Pengampu diisi apabila pembukaan rekening untuk nasabah yang dianggap belum cukup hukum*

Form : 2020-06/PMN.1