

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN IB SIAGA PADA
BANK SYARIAH BUKOPIN KANTOR CABANG YOGYAKARTA**

Laporan Magang



Disusun Oleh:

Agustina Sintya Wati

17213075

Program Studi Perbankan dan Keuangan

Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

2020

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN IB SIAGA PADA
BANK SYARIAH BUKOPIN KANTOR CABANG YOGYAKARTA**

Laporan Magang

**Laporan Magang ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat
menyelesaikan jenjang Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

Universitas Islam Indonesia

Disusun Oleh:

Agustina Sintya Wati

17213075

Program Studi Perbankan dan Keuangan

Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

2020

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN MAGANG

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN IB SIAGA PADA BANK
SYARIAH BUKOPIN KANTOR CABANG YOGYAKARTA

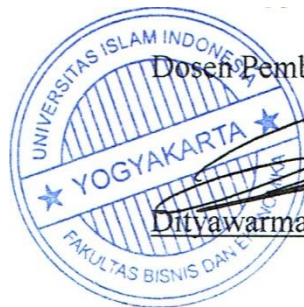


Disusun Oleh:

Nama : Agustina Sintya Wati
No. Mahasiswa : 17213075
Jurusan : Perbankan dan Keuangan

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal 7 Juni 2020



Dosen Pembimbing


Dityawarman El Aiyubbi SE., M.E.K

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

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

Yogyakarta, 6 Juli 2020

Penulis



Agustina Sintya Wati

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga proses penyusunan laporan magang ini dapat terselesaikan dan berjalan dengan lancar. Laporan magang ini diangkat dengan judul **“Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB SiAga pada Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta”**.

Pada penulisan laporan magang ini saya menyadari bahwa proses kegiatan magang dan setiap penyusunannya tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, untuk itu saya ingin mengucapkan terima kasih antara lain kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dan pembelajaran disetiap proses yang telah saya lalui.
2. Bapak Supomo dan Ibu Sri Sumarni yang sangat berjasa dalam mengantarkan saya menyelesaikan studi di Universitas Islam Indonesia, serta seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
3. Ibu Diana Wijayanti SE., M.Si sebagai kepala Program Studi Perbankan dan Keuangan Diploma III Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Dityawarman El Aiyubbi SE., M.E.K. yang telah menjadi dosen pembimbing tugas akhir.
5. Ibu Rizqy Adhyka Kusumawati SE., M.B.A. selaku dosen pembimbing akademik.

6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta karyawan yang ada di Fakultas D3 Ekonomi khususnya Prodi Perbankan dan Keuangan atas segala ilmu dan telah banyak membantu selama proses perkuliahan.
7. Bapak Cahyo Setiawan selaku Kepala Cabang Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta.
8. Keluarga Besar Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta atas segala bimbingan, pengetahuan dan pengalaman yang telah diberikan selama proses magang berlangsung.
9. Teman-teman seperjuangan selama berada ditempat magang, Anita, Adib, Anam, dan Aji.
10. Seluruh mahasiswa Prodi Perbankan dan Keuangan B angkatan 2017.

Saya menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna sehingga saya mengharapkan adanya kritik, saran, serta evaluasi dari berbagai pihak guna pengembangan laporan ini. Semoga laporan magang ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Aamiin Yaa Robbal Alamin.

Yogyakarta, 7 Juni 2020



Agustina Sintya Wati

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Pernyataan Bebas penjiplakan.....	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran	xi
 BAB I: PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Dasar Pemikiran Magang	1
1.2 Tujuan Magang.....	3
1.3 Target Magang.....	4
1.4 Bidang Magang.....	4
1.5 Lokasi Magang	4
1.6 Jadwal Magang.....	4
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Magang.....	5
 BAB II: LANDASAN TEORI.....	 7
2.1 Bank.....	7
2.1.1 Pengertian Bank.....	8
2.1.2 Tujuan dan Fungsi Bank Syariah.....	8
2.1.3 Perkembangan Bank Syariah di Indonesia	9
2.1.4 Tantangan Perbankan Syariah	10
2.2 Produk dan Layanan Bank Syariah	11
2.2.1 Produk Penghimpunan Dana (<i>funding</i>)	12
2.2.2 Produk Penyaluran Dana (<i>lending</i>).....	12
2.2.3 Jasa dan Layanan Bank Syariah	14

2.3 Dana Pihak Ketiga (DPK)	15
2.3.1 Deposito	15
2.3.2 Giro	15
2.3.3 Tabungan	15
2.4 Strategi Pemasaran	16
2.4.1 Pengertian Strategi	16
2.4.2 Pengertian Pemasaran	17
2.4.3 Konsep Pemasaran	19
2.4.4 Pemasaran dalam Islam	20
2.4.5 Tujuan Strategi Pemasaran	22
BAB III: ANALISIS DESKRIPSI	24
3.1 Data Umum	24
3.1.1 Sejarah Bank Syariah Bukopin	24
3.1.2 Visi Misi dan Nilai-Nilai Perusahaan	25
3.1.3 Struktur Organisasi Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta	26
3.1.4 Produk dan Layanan pada Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta	27
3.2 Data Khusus	36
3.2.1 Produk Tabungan iB SiAga pada Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta	36
3.2.2 Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB SiAga di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta	40
BAB IV: KESIMPILAN DAN SARAN	44
4.1 Kesimpulan	44
4.2 Saran	45
Daftar Pustaka	47
Lampiran	49

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Jadwal Magang	5
Tabel 2.1: Perkembangan Bank Syariah	10
Tabel 3.1: Keterangan Pertanggungungan	39



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1: Struktur Organisasi Bagian Bisnis	26
Gambar 3.2: Struktur Organisasi Bagian Operasional dan Pelayanan.....	27



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Brosur Tabungan iB SiAga Bank Syariah Bukopin	49
Lampiran 2. Brosur Fasilitas Layanan <i>Executive Lounge</i>	50
Lampiran 3: Formulir Pembukaan Rekening iB SiAga Bank Syariah Bukopin...	51
Lampiran 4: Formulir Kepemilikan NPWP Pihak Pemberi Dana	52
Lampiran 5: Buku Tabungan & Kartu ATM iB SiAga Bank Syariah Bukopin ...	52



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Dasar Pemikiran Magang

Indonesia kini telah mengalami perkembangan dan pertumbuhan di berbagai lini aspek kehidupan, mulai dari tingkat sosial maupun ekonomi, dalam hal ekonomi misalnya, masyarakat kelas menengah ke atas telah lebih dulu menyadari akan pentingnya menyimpan uang di bank yang didasarkan akan tingkat keamanan dan terjaminnya dana tersebut, namun untuk sebagian masyarakat, budaya menabung di bank merupakan hal yang dihindari karena pengetahuan yang dimiliki oleh mereka sangat minim tentang industri perbankan ini dan tidak sedikit juga yang beranggapan bahwa menyimpan sendiri uang di rumah akan lebih aman daripada pihak lain yang menyimpannya, maka dari itu kesadaran masyarakat akan budaya menabung harus mulai dibentuk sedari kecil. Mulai dari sosialisasi kepada masyarakat luas hingga penggunaan media digital sebagai sarana untuk mengedukasi masyarakat agar lebih paham dan mengetahui produk-produk perbankan, sehingga tingkat kesadaran akan pentingnya menabung semakin tinggi.

Banyak lembaga keuangan di Indonesia yang menyediakan layanan serta produk-produk simpanan terutama tabungan, mulai dari lembaga keuangan bank dan juga non bank. Pada sektor lembaga keuangan non bank terdapat beberapa alternatif pilihan yang dapat digunakan masyarakat untuk menyimpan dananya dalam bentuk tabungan seperti BMT atau *Baitul maal watamwil*, dan juga koperasi.

Selain itu pada sektor perbankan juga terdapat berbagai macam bank yang dapat dijadikan pilihan antara lain bank konvensional dan juga bank syariah.

Bank konvensional merupakan lembaga intermediasi yang fungsinya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan, deposito dan juga giro, lalu menyalurkan dana dalam bentuk pinjaman atau pembiayaan kepada masyarakat yang membutuhkannya. Berbeda halnya dengan bank konvensional, bank syariah juga merupakan lembaga intermediasi, namun perbedaan antara keduanya terletak pada sistem akad yang dimiliki oleh bank syariah, selain itu bank syariah juga menganut sistem bagi hasil daripada sistem bunga. Jika di bank konvensional diawasi oleh OJK dan menganut hukum positif di Indonesia, lain halnya dengan bank syariah yang diawasi oleh OJK juga DSN atau Dewan Syariah Nasional dan DPS atau Dewan Pengawas Syariah. Perbankan syariah juga berpegang teguh pada Al-Quran dan Hadist sehingga sesuai dengan sistem yang dianjurkan oleh agama Islam.

Produk simpanan merupakan dana pihak ketiga yang dimiliki oleh bank, pada bank syariah sendiri umumnya produk simpanan ini terdiri dari simpanan tabungan, simpanan giro dan juga simpanan deposito atau simpanan berjangka. Produk-produk simpanan tersebut dalam penerapannya menggunakan akad *wadiah* atau titipan dan akad *mudharabah* atau bagi hasil yang ditujukan kepada nasabah jika ingin menyimpan dananya.

Bank Syariah Bukopin termasuk salah satu bank yang menyediakan produk simpanan berupa tabungan iB SiAga, produk tersebut merupakan produk tabungan bagi perorangan yang dimiliki oleh Bank Syariah Bukopin dan menggunakan akad

wadiah (titipan) dalam penerapannya. Sehingga nasabah tidak dikenakan potongan biaya pada setiap bulannya dan masih banyak lagi keunggulan-keunggulan yang dimiliki produk ini sehingga diharapkan akan lebih banyak masyarakat yang menggunakannya. Melihat dari banyaknya produk tabungan *wadiah* yang dimiliki oleh setiap bank syariah. Maka diperlukan proses pemasaran yang tepat agar produk tabungan *wadiah* ini dapat memikat nasabah dan memiliki nilai lebih dibanding produk tabungan dari bank lain.

Proses pemasaran yang baik adalah kunci dari keberhasilan suatu perusahaan agar produk yang dimilikinya dapat disambut dengan baik oleh masyarakat, ada beberapa strategi pemasaran yang harus dilakukan oleh seorang *marketing* agar dapat memikat hati nasabah dan dapat unggul dari bank-bank pesaing lainnya. Untuk mengetahui lebih jauh mengenai strategi apa saja yang diterapkan oleh Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta dalam setiap kegiatan pemasaran, khususnya pada produk simpanan yang berupa tabungan, maka judul laporan magang yang diangkat yaitu **“Strategi Pemasaran Tabungan iB SiAga pada Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta”**.

1.2 Tujuan Magang

Berdasarkan dasar pemikiran di atas maka tujuan dari pelaksanaan magang yang bertempat di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui produk tabungan iB SiAga pada Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta.

2. Untuk mengetahui strategi yang digunakan dalam pemasaran produk tabungan iB SiAga di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta.

1.3 Target Magang

Berdasarkan tujuan magang di atas, maka target magang yang ingin dicapai dari pelaksanaan magang di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta yaitu:

1. Mampu mengetahui dan menjelaskan mengenai produk tabungan iB SiAga pada Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta.
2. Mampu mengetahui dan menjelaskan mengenai strategi yang digunakan dalam pemasaran produk tabungan iB SiAga di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta.

1.4 Bidang Magang

Bidang magang yang telah dilaksanakan yaitu pada bagian *marketing* atau pemasaran yang bertugas untuk memasarkan produk pendanaan atau produk tabungan yang dimiliki oleh suatu perusahaan.

1.5 Lokasi Magang

Lokasi kegiatan magang dilaksanakan di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Pembantu Yogyakarta, yang berada di Jalan MT. Haryono Nomor 7, Suryodiningrat, Mantrijeron, Kota Yogyakarta, Kode Pos: 55141.

1.6 Jadwal Magang

Jadwal pelaksanaan magang di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta dilakukan pada tanggal 24 Februari 2020 sampai dengan tanggal 17 Maret 2020.

Tabel 1.1 Jadwal Magang

KEGIATAN	2020																				
	Februari		Maret				April				Mei				Juni				Juli		
Minggu ke-	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
Pelaksanaan Magang																					
Bimbingan dosen																					
Pembuatan Laporan Magang																					
Ujian Tugas Akhir																					

1.7 Sistematika Penulisan Laporan Magang

BAB I Pendahuluan

Bab ini meliputi dasar pemikiran, tujuan magang, target magang, bidang magang, lokasi magang, jadwal pelaksanaan magang dan juga sistematika penulisan laporan magang.

BAB II Landasan Teori

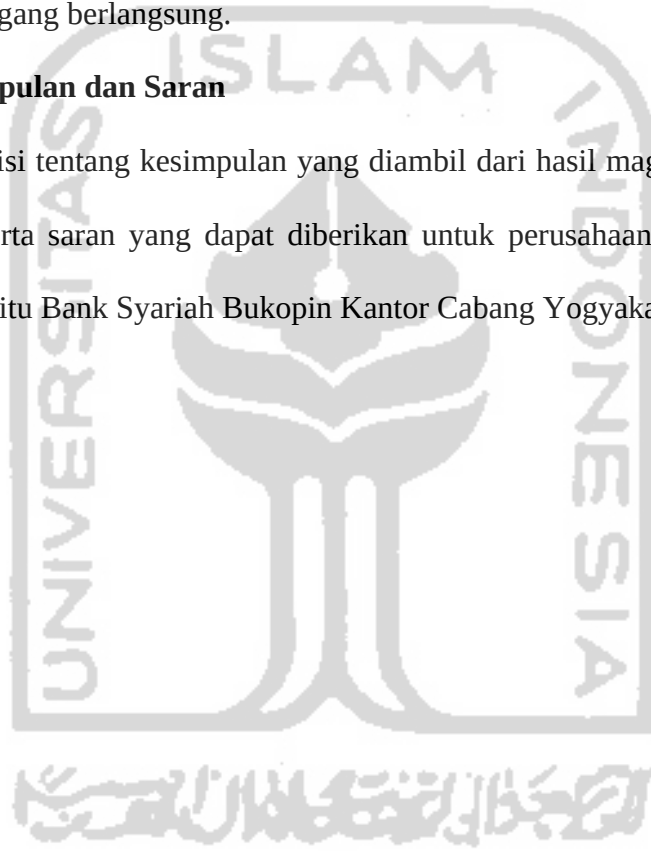
Bab ini berisi tentang landasan teori yang dijadikan penulis sebagai referensi untuk menulis laporan magang meliputi topik pembahasan mengenai bank, produk dan layanan bank syariah, dana pihak ketiga, dan strategi pemasaran.

BAB III Analisis Deskripsi

Bab ini berisi tentang data umum dan data khusus, data umum merupakan data yang menjelaskan gambaran secara umum di dalam perusahaan tersebut seperti visi, misi dan nilai-nilai perusahaan serta struktur organisasi perusahaan, sedangkan data khusus berisi tentang hasil dari topik yang penulis angkat selama proses pelaksanaan magang berlangsung.

BAB IV Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang diambil dari hasil magang yang telah dilaksanakan serta saran yang dapat diberikan untuk perusahaan penyelenggara dalam hal ini yaitu Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Bank

Bank merupakan lembaga intermediasi yaitu lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat melalui produk *funding* lalu menyalurkannya kembali kepada masyarakat yang membutuhkan melalui produk *lending*. Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 yang membahas mengenai perbankan, menjelaskan bahwa bank merupakan badan usaha yang pada kegiatannya menghimpun dana berbentuk simpanan lalu menyalurkannya kembali pada masyarakat dalam bentuk kredit juga bentuk-bentuk lainnya guna menaikkan taraf hidup masyarakat.

Muhammad (2000:63) dalam bukunya berpendapat bahwa lembaga bank mempunyai makna sebagai lembaga yang aktivitasnya bersinggungan dengan uang, sehingga usaha bank akan selalu berkaitan dengan masalah uang yang merupakan alat pelancar saat terjadinya perdagangan utama.

Sedangkan menurut UU Nomor 10 Tahun 1998 menyebutkan bahwa jenis bank ada dua yakni:

- a. Bank Umum
- b. Bank Perkreditan Rakyat

Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional maupun berdasarkan prinsip syariah, yang dalam kegiatan usahanya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Sedangkan menurut UU Nomor 7 Tahun 1992 menyebutkan bahwa Bank Perkreditan Rakyat yaitu yang kegiatan usahanya menerima simpanan hanya dalam

bentuk deposito, tabungan dan atau yang dipersamakan dengan hal itu, sehingga tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, baik yang beroperasi secara konvensional maupun syariah.

2.1.1 Pengertian Bank Syariah

Menurut UU No 21 Tahun 2008 menjelaskan bahwa perbankan syariah yakni segala sesuatu mengenai bank syariah juga unit usaha syariah, yang meliputi kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan setiap kegiatan usahanya (Syakir, 2015:2). Bank Syariah yaitu bank yang dalam menjalankan setiap kegiatan usahanya berlandaskan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS) serta Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

Bank Umum Syariah yakni bank syariah yang kegiatannya usahanya memberikan jasa pada lalu lintas pembayaran. Sedangkan prinsip syariah merupakan suatu prinsip hukum islam yang telah diaplikasikan dalam kegiatan perbankan syariah berdasarkan fatwa yang telah dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa pada bidang syariah atau di Indonesia lebih sering disebut dengan fatwa MUI (Majelis Ulama Indonesia).

2.1.2 Tujuan dan Fungsi Bank Syariah

Menurut UU No 21 tahun 2008 perbankan syariah bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional guna meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.

- a. Bank Syariah serta Unit Usaha Syariah wajib melaksanakan fungsi penghimpunan dan penyaluran dana masyarakat.

- b. Bank Syariah serta Unit Usaha Syariah melaksanakan fungsi sosial yang berbentuk lembaga *baitul maal*, yakni lembaga penerima dana yang berasal dari perolehan zakat, infak, sedekah, hibah, maupun dana sosial lain lalu menyalurkan dana tersebut pada lembaga pengelola zakat.
- c. Bank Syariah serta Unit Usaha Syariah juga dapat melakukan penghimpunan dana sosial dari wakaf uang lalu menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai dengan kemauan pemberi wakaf (*wakif*).
- d. Penyelenggaraan seluruh kegiatan fungsi sosial yang terdapat pada poin b dan c dilaksanakan sesuai dengan ketentuan undang-undang yang berlaku.

2.1.3 Perkembangan Bank Syariah di Indonesia

Negara Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk muslim terbesar di dunia, sesuai dengan data yang dirilis oleh aplikasi Muslim Pro yaitu sebanyak 222 juta jiwa atau sekitar 87 persen dari total penduduk di Indonesia merupakan pemeluk agama islam, jumlah tersebut dapat dimanfaatkan sebagai target pasar berbagai produk maupun jasa yang berlandaskan ekonomi dan keuangan syariah, serta ditambah dengan peningkatan jumlah konsumsi barang dan jasa halal yang diprediksi mengalami peningkatan yang relatif tinggi setelah dinobatkannya Indonesia menjadi destinasi wisata halal terbaik oleh *Global Muslim Travel Index 2019*, memperlihatkan bahwa sektor ekonomi syariah makin berkembang sejalan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat mengenai penerapan prinsip syariah pada setiap aspek kehidupan, tak terkecuali pada sektor perbankan syariah, tren hijrah bukan lagi sekedar kesadaran mengenakan hijab, namun juga hijrah dengan cara meninggalkan pekerjaan di bank konvensional

menuju hidup yang sesuai syariah dan menjauhi riba, sehingga perbankan syariah memiliki peluang dalam memberikan layanan serta pengelolaan keuangan sehingga diharapkan aset & *market share* dapat tumbuh optimal.

Sejalan dengan diberlakukannya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, maka pengembangan dalam industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai sehingga akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi, sehingga diharapkan peran industri perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional akan semakin signifikan. Hal tersebut terlihat dari perkembangan *market share* perbankan syariah pada Juni 2019 yang naik menjadi 5,95 persen dan juga diikuti dengan jumlah kantor bank umum syariah yang ikut bertambah.

Tabel 2.1 Perkembangan Bank Syariah

Periode	Jumlah Intsitusi Bank Umum Syariah (BUS)	Jumlah Kantor Bank Umum Syariah (BUS)	Market Share
Juni 2018	13	1.827	5,70%
Juni 2019	14	1.894	5,95%

Sumber: ojk.go.id

2.1.4 Tantangan Perbankan Syariah

Tantangan yang mungkin dihadapi oleh perbankan syariah dalam bersaing dengan bank konvesional antara lain yaitu:

- a. Modal: Dibutuhkan modal yang cukup kuat sehingga perbankan syariah dapat bersaing serta mengembangkan bisnis untuk dapat meningkatkan *market share*.

- b. Disrupsi bagi perbankan: Sesuai dengan data yang dirilis OJK per 30 April 2020 tercatat setidaknya ada 161 penyelenggara *fintech* yang sudah terdaftar serta berizin di OJK dan diberi lisensi untuk pinjaman *peer to peer lending* maupun bentuk lainnya, yang artinya untuk dapat melakukan transaksi perbankan maupun pinjaman sekarang ini bisa dilakukan hanya dengan menggunakan teknologi finansial, sehingga masyarakat tidak harus datang langsung ke kantor bank, hal tersebut tentu akan sangat berpengaruh bagi persaingan antar perbankan dan perusahaan *fintech* yang ada saat ini.
- c. *Platform* Bisnis: Sebagian besar masyarakat masih menganggap bahwa bisnis perbankan syariah tidak ada bedanya dengan perbankan konvensional, sehingga pemerataan pengetahuan mengenai perbankan syariah perlu lebih ditingkatkan lagi agar dapat bersaing sehingga akan lebih banyak masyarakat yang mengetahui berbagai produk dan program yang dimiliki oleh perbankan syariah.
- d. Sumber Daya Manusia (SDM): Dilihat dari segi kompetensi dan jumlahnya, sumber daya manusia yang berkecimpung dalam industri perbankan syariah masih terbilang sangat terbatas, karena mayoritas sumber daya manusianya diambil dari bank-bank konvensional yang kemudian beralih atau *resign* ke bank syariah sehingga tidak ada yang bisa menjamin penuh segi kompetensinya di bidang perbankan syariah.

2.2 Produk dan Layanan Bank Syariah

2.2.1 Produk Penghimpun Dana (*funding*)

Wiroso (2009:113) menjelaskan bahwa produk penghimpunan dana yang dilaksanakan oleh bank syariah menggunakan akad *wadiah* dan juga *mudharabah*:

a. *Wadiah*

Akad *wadiah* yakni suatu titipan dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja bila penyimpan dana menghendakinya. Hal ini bertujuan untuk menjaga barang dari kehilangan, kerusakan, dan pencurian. Barang yang dimaksud dapat diartikan sebagai uang, barang, dokumen, surat berharga, dan barang lain yang dinilai berharga disisi islam.

b. *Mudharabah*

Mudharabah merupakan perjanjian suatu jenis perkongsian, dimana pihak *shahibul maal* bertugas menyediakan dana, dan pihak *mudharib* bertanggung jawab atas pengelolaan usaha yang akan dijalankan dengan dana tersebut. Keuntungan dalam usaha dibagi sesuai nisbah atau porsi bagi hasil yang telah disepakati kedua belah pihak.

2.2.2 Produk Penyaluran Dana (*lending*)

Wiroso (2009:161) menerangkan bahwa produk penyaluran dana yang ada di bank syariah meliputi:

a. *Murabahah*

Akad *murabahah* yaitu transaksi jual beli suatu barang dimana penjual menyebutkan harga asli barang tersebut ditambah dengan keuntungan yang akan diambil oleh pihak penjual atau pemilik barang dalam hal ini bank syariah sesuai dengan kesepakatan yang dibuat oleh kedua pihak. Namun dalam praktek khususnya di bank syariah biasanya menggunakan prinsip *murabahah* berdasar pesanan, yang pembayarannya dilakukan tangguh atau cicilan serta bersifat mengikat.

b. *Qardh*

Qardh yakni transaksi pinjam meminjam dana tanpa imbalan dan pihak peminjam memiliki kewajiban untuk mengembalikan dananya secara sekaligus atau cicilan pada jangka waktu yang telah disepakati.

c. *Salam*

Salam yakni suatu kegiatan jual beli barang pesanan (*muslam fiih*) menggunakan metode pemesanan pembuatan suatu barang dengan syarat serta kriteria tertentu yang disepakati dan pembayarannya dilakukan segera atau tunai dimuka sebelum barang pesanan tersebut diterima sesuai dengan kesepakatan.

d. *Istishna*

Istishna yaitu akad jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan spesifikasi tertentu lalu menjualnya kepada pembeli dengan harga serta sistem pembayaran di muka maupun cicilan atau ditangguhkan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan dan disepakati.

e. *Ijarah*

Akad *ijarah* yaitu transaksi sewa-menyewa atas suatu barang atau jasa antara pemilik barang dengan penyewa guna mendapatkan imbalan atas barang atau objek yang telah disewakan.

f. *Ijarah Muntahia Bittamlik*

Transaksi sewa menyewa *ijarah* yang diakhiri dengan perpindahan kepemilikan barang atau objek sewa menjadi milik penyewa.

g. Investasi *Musyarakah*

Dalam PSAK 106 menyebutkan bahwa transaksi *musyarakah* yakni akad kerjasama antara dua belah pihak dengan masing-masing menyalurkan kontribusi dana dengan ketentuan keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan sedangkan risiko atau kerugian akan dibagi sesuai dengan porsi kontribusi dana.

h. Investasi *Mudharabah*

Mudharabah yaitu akad kerjasama antara pemilik dana (*shahibul maal*) dengan pengelola dana (*mudharib*) dengan pembagian keuntungan sesuai dengan kesepakatan, sedangkan jika ada kerugian maka akan ditanggung oleh pemilik dana.

2.2.3 Jasa dan Layanan Bank Syariah

Wiroso (2009:341-371) dalam bukunya menyebutkan bahwa jasa dan layanan yang terdapat pada bank syariah antara lain:

a. *Wakalah*

Wakalah merupakan suatu perjanjian dengan cara memberikan kuasa atau melimpahkan kekuasaan oleh satu pihak kepada wakil yang ditunjuk untuk menjalankan suatu pekerjaan bagi pihak yang diwakili tersebut.

b. *Kafalah*

Menurut Madzhab, Maliki, Syafi'i dan Hambali, *kafalah* yaitu menjadikan seseorang atau penjamin turut bertanggungjawab atas tanggungjawab seseorang terhadap pelunasan atau pembayaran hutang, dengan begitu keduanya dianggap memiliki hutang.

c. *Sharf*

Akad jual beli valuta dengan valuta lainnya atau transaksi tukar rupiah dengan mata uang asing di bank syariah. Transaksi ini hanya dapat dilakukan untuk tujuan lindung nilai sehingga tidak boleh digunakan untuk tujuan spekulatif.

d. *Hawalah/Hiwalah*

Pemindahan atau pengalihan hak dan kewajiban baik piutang maupun hutang kepada pihak lain yang ditunjuk untuk menanggung atau membayarnya.

e. *Rahn*

Akad *rahn* menurut *syara'* yaitu menahan sesuatu dengan cara yang benar dan memungkinkan untuk dapat ditarik lagi, misalnya menjadikan barang untuk jaminan hutang, sampai orang tersebut dapat mengambil kembali separuh maupun seluruh hutangnya. Sedangkan para pengikut Madzhab Hambali menyebutkan bahwa *rahn* merupakan barang yang digunakan sebagai jaminan hutang, sehingga harga barang tersebut dijadikan pengganti hutang saat orang yang berhutang tidak sanggup untuk melunasinya.

2.3 Dana Pihak Ketiga (DPK)

Ikatan Bankir Indonesia (2014:85) menyebutkan bahwa dana pihak ketiga merupakan produk bank yang dihimpun dari masyarakat dan diperutukkan bagi nasabah dalam bentuk produk deposito, giro dan tabungan.

2.3.1 Deposito

Deposito merupakan simpanan yang dihimpun dari masyarakat yang penarikannya hanya dapat dilakukan setelah jangka waktu deposito tersebut berakhir sesuai dengan perjanjian, biasanya 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan atau 12 bulan,

deposito yang jatuh tempo juga dapat di perpanjang secara otomatis menggunakan sistem ARO (*automatic roll over*), selain itu bagi hasil yang akan didapatkan juga lebih tinggi dari produk simpanan lainnya serta dapat dijadikan agunan pembiayaan.

2.3.2 Giro

Giro merupakan simpanan dana pihak ketiga dalam mata uang rupiah maupun valuta asing yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan alat pembayaran cek atau bilyet giro.

2.3.3 Tabungan

Tabungan merupakan simpanan yang penarikannya dilakukan sesuai dengan ketentuan bank, sarana penarikan dana dari tabungan biasanya menggunakan buku tabungan, slip penarikan, kwitansi, dan Anjungan Tunai Mandiri atau ATM. Pembukaan rekening tabungan dapat dilakukan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan juga dapat dibuka sesuai permintaan perorangan, gabungan atau lebih dari satu orang dengan kedudukan yang setara maupun berbentuk badan. Terdapat beberapa jenis tabungan yang ada saat ini antara lain tabungan berencana atau berjangka, tabungan anak, dan juga tabungan haji.

2.4 Strategi Pemasaran

2.4.1 Pengertian Strategi

Strategi yakni suatu rencana kegiatan guna mencapai tujuan yang diinginkan serta saling berkaitan dengan waktu dan ukuran. Pada perusahaan, strategi merupakan faktor penting agar perusahaan tersebut dapat berjalan dengan lancar. Strategi dapat menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang telah

dipilih serta sebagai pedoman dalam mengalokasikan sumber daya usaha organisasi (Tjiptono, 2002:3).

2.4.2 Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu hal yang harus dipertahankan oleh suatu perusahaan, karena pemasaran merupakan proses sosialisasi dalam aktivitas distribusi barang oleh perusahaan melalui pembuatan dan penghargaan nilai suatu produk yang ditujukan bagi kepuasan nasabah serta pencapaian perusahaan. Pemasaran yakni seluruh kegiatan usaha mulai dari perencanaan, penentuan harga, promosi dan pendistribusian barang maupun jasa yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen (Dharmmestha, 1996:10).

2.4.3 Pengertian Strategi Pemasaran

Daya saing perusahaan perlu ditingkatkan terutama pada era globalisasi, bukan hanya aspek produksi, namun juga pada aspek pemasarannya. Dalam situasi ini, perusahaan perlu menempatkan strategi pemasaran yang efektif dan berkelanjutannya.

Melihat dari buku tentang strategi pemasaran milik Tjiptono (2002:06) definisi strategi pemasaran yakni proses pemasaran yang disusun untuk sampai pada tujuan perusahaan, caranya yaitu mengembangkan kelebihan yang dimiliki untuk berkompetisi secara berkelanjutan melalui pasar serta program pemasaran yang digunakan untuk melayani seluruh pasar sasaran tersebut.

Sedangkan Swasta (1990:32-40) menyebutkan beberapa strategi pemasaran yang diterapkan diharapkan akan mampu:

a. Menembus Pasar

Strategi ini dipakai jika masih terdapat target yang masih tidak kenal atau belum menggunakan produk dikarenakan pergerakan pesaing lebih agresif hingga pelanggan tidak memiliki kesempatan membeli produk milik perusahaan.

b. Mengembangkan Pasar

Strategi mengembangkan pasar digunakan jika target pembeli lama sudah dicapai dengan baik oleh barang kita maupun barang pesaing, jadi sangat diperlukan untuk dapat menemukan target pelanggan baru, disamping itu produk lama tetap dijalankan menggunakan metode memperluas lokasi pemasarannya.

c. Pengembangan Produk

Strategi pengembangan produk meliputi usaha peremajaan barang mengikuti perkembangan jaman atau tren pada saat ini dengan tetap menggunakan metode produksi yang ada seperti sebelumnya.

d. Diversifikasi

Diversifikasi yakni proses pengembangan produk baru tetapi tetap berkaitan dengan produk yang ada sebelumnya yang nantinya akan dipasarkan ke pelanggan baru. Strategi ini dinilai efektif terutama dalam mengisi sasaran yang sebelumnya sempat diabaikan maupun kosong, sehingga mereka memilih untuk membeli produk milik *competitor*.

e. Biaya Murah

Strategi tersebut berdasarkan dengan pemasukan yang sedikit, hingga produk yang dihasilkanpun juga murah, namun tetap menggunakan standar serta kualitas yang tidak kalah saing sehingga akan menarik minat pembeli dengan produk yang

seperti itu, namun metode ini juga harus dilakukan dengan persiapan modal yang tidak sedikit serta teknologi tinggi terkini yang mumpuni.

f. Pemfokusan Pasar

Strategi pemfokusan pasar dilaksanakan dengan pemberian layanan yang amat terbatas, oleh karena itu penentuan target pembeli ditentukan dengan jelas agar pelayanan yang terlaksana dapat terjadi seefektif dan seefisien mungkin. Sehingga setiap pembeli akan merasa puas karena merasa telah dilayani dengan baik.

2.4.4 Konsep Pemasaran

Kotler (1996:22) berpendapat bahwa konsep pemasaran merupakan kunci dalam mencapai tujuan organisasi yang diterapkan, yakni perusahaan harus jadi semakin efektif dibanding usaha *competitor* dalam menjalankan, memberikan, dan mengakomodasikan nilai pelanggan pada pasar sasarannya. Terdapat empat gagasan yang terkandung di dalamnya antara lain yaitu:

a. Pasar Sasaran

Suatu perusahaan belum tentu bisa berkembang sempurna, namun banyak perusahaan yang bisa mencapai targetnya dalam mengelola perusahaan dengan menentukan target sasaran pasarnya terlebih dahulu.

b. Kebutuhan Pelanggan

Banyak kebutuhan dari pelanggan yang terkadang rumit, dalam hal ini perusahaan harus mampu memprediksi kemungkinan apa saja yang kiranya akan jadi kebutuhan pembeli pada masa mendatang.

c. Pemasaran Terpadu

Pemasaran ini ada karena kerjasama dari perusahaan dan departemen yang terlibat dalam melayani kebutuhan nasabah. Supaya prosesnya terlaksana dengan maksimal dalam setiap melayani kebutuhan nasabah secara bersamaan.

d. Kemampuan Menghasilkan Laba

Tujuan akhir konsep pemasaran yaitu membantu perusahaan untuk menggapai tujuannya, disaat kebanyakan perusahaan hanya ingin menghasilkan keuntungan. di sini tidak hanya mengedepankan keuntungan yang akan di dapat saja, namun menghasilkan keuntungan sebagai akibat dari kepuasan yang didapatkan nasabah dibanding dari pesaing sehingga persaingan yang terjadi antar perusahaan berlangsung secara sehat.

2.4.5 Pemasaran dalam Islam

Pemasaran merupakan salah satu bentuk *muamalah* yang diperbolehkan dalam islam selama hal tersebut sejalan dengan ketentuan syariah dan tidak berlawanan dengannya. Saat masa peperangan Rasulullah selalu merencanakan persiapan yang matang dan penuh pertimbangan sebelum melaksanakan perang, serta berunding bersama para sahabat untuk menentukan strategi serta memilih pendapat terbanyak.

Seperti yang diperintahkan Allah SWT kepada Rasulullah pada Al-Quran surah Al-Anfal ayat 60 yang artinya: *“dan persiapkanlah dengan segala kemampuan untuk menghadapi mereka dengan kekuatan yang kamu miliki dan dari pasukan berkuda yang dapat menggentarkan musuh Allah, musuhmu, dan orang-orang selain mereka yang kamu tidak mengetahuinya; tetapi Allah mengetahuinya. Apa saja yang kamu nafkahkan di jalan Allah niscaya akan dibalas dengan cukup*

kepadamu dan kamu tidak akan di zalimi (dirugikan) ”. Dari ayat tersebut dijelaskan bahwa kita tidak boleh menjadi orang yang pasif, yang hanya menunggu hingga datangnya serangan lalu baru siap perang. Namun jika mau maju, maka wajib menyiapkan strategi dalam melawan musuhnya, karena adanya strategi tersebut maka diharapkan akan dapat menggapai tujuan yang diinginkan.

Biasanya manusia tertarik berbisnis dalam pemasaran syariah karena tujuan agama atau tujuan dunia maupun akhirat, tidak hanya sekedar mendapatkan keuntungan keuangan yang besar semata, tanpa peduli akankah usaha yang dilakukannya itu tidak sesuai dan bahkan berlawanan dengan tuntunan yang telah diajarkan dalam Islam (Wicaksono, 2006:28).

Kartajaya (2006:22) dalam bukunya menyebutkan bahwa ada empat karakteristik pemasaran syariah yaitu:

a. Teistis (*rabbaniyah*)

Teistis yang artinya memiliki sifat ketuhanan merupakan hukum paling adil, paling sempurna, paling selaras dengan seluruh bentuk kebaikan, paling mampu mencegah semua bentuk kerusakan, paling bisa mewujudkan kebenaran, meniadakan keburukan dan menyebarkan kebaikan karena sudah merasa cukup dengan seluruh kesempurnaan serta kebaikan yang telah dimiliki.

b. Etis (*akhlaqiyah*)

Sifat ini merupakan turunan sifat teistis. Etis yaitu konsep pemasaran dengan mendahulukan nilai moral serta etika, tak memperdulikan apa agama yang dianutnya dikarenakan seluruh nilai moral dan etika merupakan nilai yang sifatnya umum dan telah dianjurkan setiap agama pada semua individu.

c. Realistis (*al-waqi'iyyah*)

Realistis yakni paham bahwa pemasaran syariah bukan merupakan konsep yang eksekutif, fanatik maupun kaku, namun konsep fleksibel seperti luas dan luwesnya syariah islamiyyah yang mendasarinya.

d. Humanistis (*al-insaniyyah*)

Humanistis berarti syariah yang diperuntukkan bagi manusia supaya dapat mengangkat derajatnya, sifat kemanusiaan yang tetap ada serta terlindungi. Oleh karena itu ia akan menjadi manusia yang memiliki kontrol serta seimbang, bukan menjadi manusia serakah yang menghalalkan segala cara demi mendapat keuntungan yang besar.

2.4.6 Tujuan Strategi Pemasaran

Segala tindakan maupun keputusan yang diambil oleh suatu perusahaan tentunya mengandung maksud dan tujuan tertentu, tidak terlepas dari kegiatan pemasaran itu sendiri, perusahaan mempunyai berbagai kepentingan agar dapat sampai pada tujuan yang diharapkannya. Berbagai macam tujuan pemasaran pada perbankan menurut Kasmir (2005:171) antara lain:

- a. Maksimalkan konsumsi atau memudahkan dan merangsang konsumsi masyarakat, sehingga dapat menarik nasabah sebanyak mungkin yang berpotensi untuk menggunakan produk maupun jasa layanan yang telah ditawarkan oleh bank.
- b. Memaksimumkan pelayanan pada nasabah sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan.

- c. Memaksimalkan berbagai pilihan dan jenis produk serta menyediakannya di bank.
- d. Memaksimalkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan transaksi bagi nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.



BAB III

ANALISIS DESKRIPSI

3.1 Data Umum

3.1.1 Sejarah Bank Syariah Bukopin

PT Bank Syariah Bukopin (perseroan) merupakan salah satu bank yang beroperasi menggunakan prinsip syariah di Indonesia, berawal dari masuknya konsorsium PT Bank Bukopin, Tbk diakuisisinya PT Bank Persyarikatan Indonesia (bank konvensional) oleh PT Bank Bukopin, Tbk., proses akuisisi berlangsung secara bertahap dari 2005 sampai 2008, dimana PT Bank Persyarikatan Indonesia sebelumnya memiliki nama PT Bank Swansarindo Internasional dibangun di Samarinda, Kalimantan Timur berdasar Akta Nomor 102 tanggal 29 Juli 1990 merupakan bank umum yang mendapat Surat Keputusan Menteri Keuangan nomor 1.659/ KMK.013/1990 pada 31 Desember 1990 mengenai Pemberian Izin Peleburan Usaha dua Bank Pasar dan Peningkatan Status Menjadi Bank Umum yang bernama PT Bank Swansarindo Internasional dan mendapatkan kegiatan operasi berdasar surat Bank Indonesia nomor 24/1/UPBD/PBD2/Smr pada 1 Mei 1991 tentang Pemberian Izin Usaha Bank Umum dan Pemindahan Kantor Bank.

Tahun 2001 sampai akhir 2002 proses akuisisi oleh Organisasi Muhammadiyah sekaligus perubahan nama PT Bank Swansarindo Internasional menjadi PT Bank Persyarikatan Indonesia yang disetujui oleh BI nomor 5/4/KEP. DGS/2003 pada 24 Januari 2003 dituangkan pada akta nomor 109 tanggal 31 Januari 2003. Kemudian PT Bank Persyarikatan Indonesia melalui tambahan modal dan asistensi oleh PT Bank Bukopin, Tbk pada tahun 2008 setelah mendapatkan

izin kegiatan usaha bank umum yang beroperasi berdasar prinsip syariah melalui Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia nomor 10/69/KEP.GBI/DpG/2008 tanggal 27 Oktober 2008 tentang Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Konvensional Menjadi Bank Syariah, dan Perubahan Nama PT Bank Persyarikatan Indonesia Menjadi PT Bank Syariah Bukopin yang secara resmi mulai efektif beroperasi pada tanggal 9 Desember 2008, kegiatan operasional secara resmi dibuka oleh Bapak M. Jusuf Kalla, Wakil Presiden Republik Indonesia periode 2004-2009. Sampai akhir Desember 2014 Perseroan mempunyai jaringan kantor yaitu 1 (satu) Kantor Pusat dan Operasional, 11 (sebelas) Kantor Cabang, 7 (tujuh) Kantor Cabang Pembantu, 4 (empat) Kantor Kas, 1 (satu) unit mobil kas keliling, dan 76 (tujuh puluh enam) Kantor Layanan Syariah, serta 27 (dua puluh tujuh) mesin ATM BSB dengan jaringan Prima serta ATM Bank Bukopin.

3.1.2 Visi, Misi dan Nilai-Nilai Perusahaan

Visi:

“Menjadi Bank Syariah Pilihan yang Terus Tumbuh dan Kuat”.

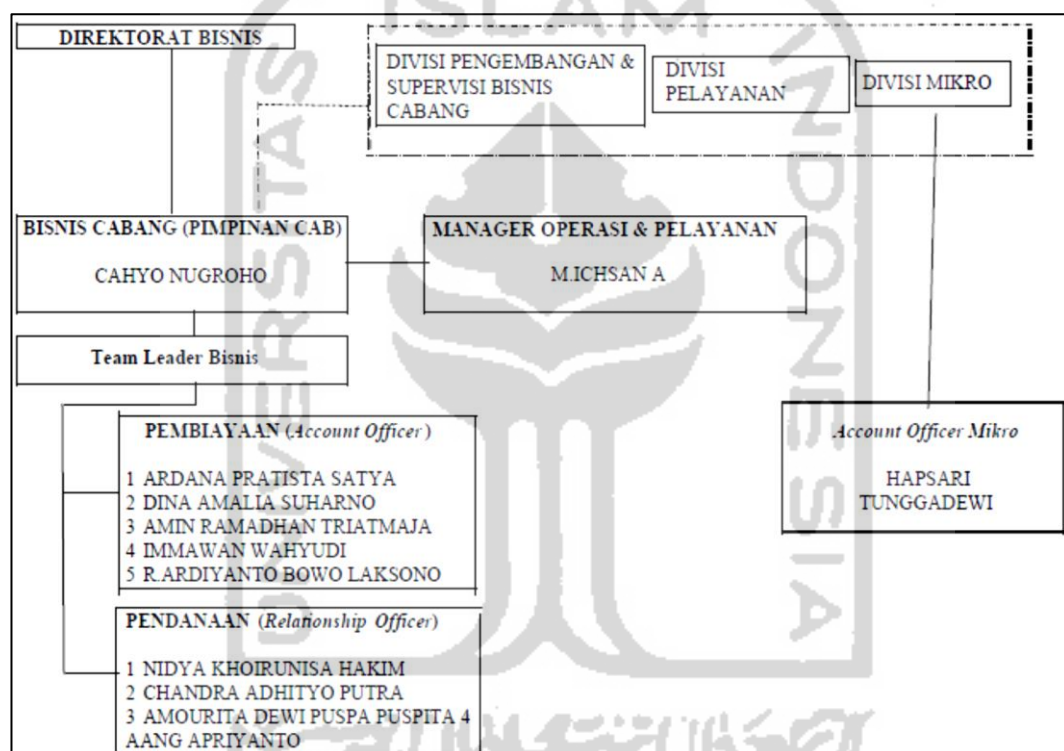
Misi:

1. Menyediakan Produk dan Layanan Terbaik Sesuai dengan Prinsip Syariah
2. Meningkatkan Nilai Tambah Kepada *Stakeholder*.
3. Menghasilkan Sumber Daya Insani yang Memiliki *Value* yang Amanah dan Profesional.

Nilai-Nilai Perusahaan: (B.I.S.A)

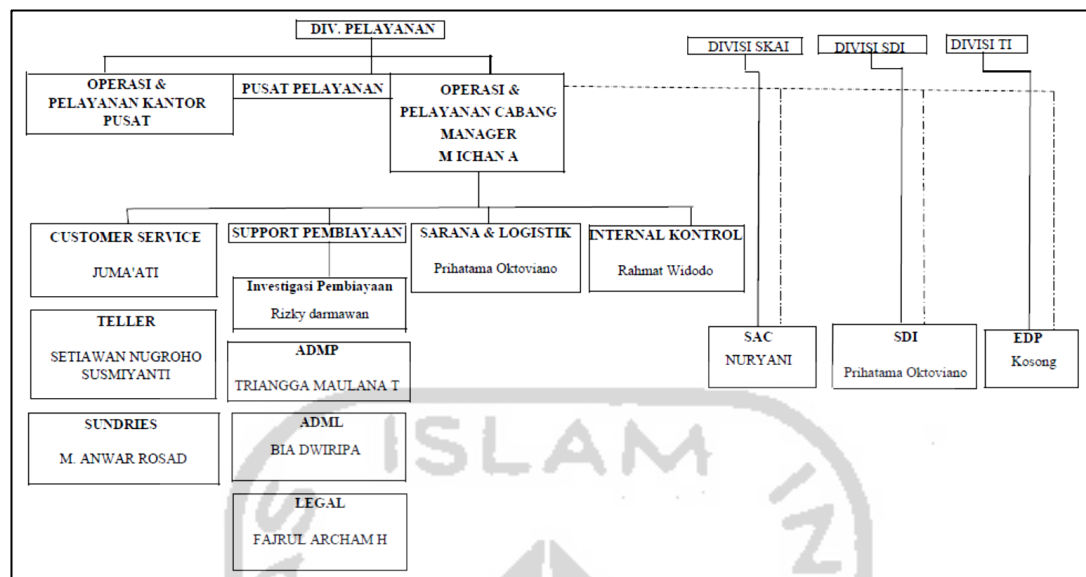
- a. Barokah
- b. Ihsan
- c. Shiddiq
- d. Amanah

3.1.3 Struktur Organisasi Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta



Sumber: Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta, 2020

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Bagian Bisnis



Sumber: Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta, 2020

Gambar 3.2 Struktur Organisasi Bagian Operasional dan Pelayanan

3.1.4 Produk dan Jasa di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta

1. Produk Pendanaan

a. Tabunga iB SiAga

Simpanan dengan akad *wadiah yad dhamanah* bagi individu yang berbentuk mata uang rupiah dan dapat ditarik kapan saja menggunakan cara yang sudah dipersyaratkan dan bebas biaya administrasi setiap bulannya.

b. Tabungan SimPel iB

SimPel iB yaitu tabungan bagi pelajar yang persyaratan mudah dan terdapat fitur-fitur menarik guna mengedukasi para siswa agar terbiasa dengan budaya menabung sedari kecil.

c. Tabungan iB Haji

Tabungan iB Haji yaitu setoran atau simpanan haji untuk perorangan dalam bentuk mata uang rupiah dan menggunakan akad *wadiah yad dhamanah* bagi masyarakat yang memiliki rencana untuk berhaji. Produk ini bertujuan untuk memberi kemudahan dalam melakukan pendaftaran haji sehingga menjadi ringan.

d. Tabungan iB Multiguna

Tabungan iB Multiguna merupakan jenis tabungan berjangka atau rencana maupun multiguna syariah yang menggunakan akad *mudharabah mutlaqah* dengan potensi bagi hasil yang kompetitif guna merencanakan kebutuhan dimasa yang akan datang dan memberikan manfaat proteksi asuransi jiwa gratis.

e. Tabungan iB Pendidikan

Tabungan berjangka dengan akad *mudharabah mutlaqah* yang memiliki potensi bagi hasil kompetitif guna memenuhi kebutuhan di masa depan dan memberikan proteksi asuransi jiwa gratis.

f. Tabungan iB SiAga Bisnis

Simpanan yang menggunakan akad *mudharabah mutlaqah* dan ditujukan untuk badan usaha maupun individu guna melakukan transaksi bisnis, investasi maupun pengelolaan dana yang berbentuk tabungan sehingga keterangan transaksi lebih informatif dan proses penarikan dilakukan sesuai dengan syarat serta ketentuan yang disepakati, namun tidak bisa ditarik menggunakan cek, bilyet giro atau media lain yang dipersamakan dengan itu.

g. TabungaKu iB

Simpanan yang menggunakan akad *wadiah yad dhamanah* bagi perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang telah diterbitkan secara serentak oleh bank-bank di Indonesia yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menumbuhkan budaya menabung.

h. Deposito iB

Simpanan berjangka dalam mata uang rupiah dengan akad *mudharabah mutlaqah* yang penarikannya hanya boleh dilakukan di saat tertentu sesuai perjanjian antara deposan dan bank terkait.

i. Giro iB

Simpanan dengan menggunakan akad *wadiah yad dhamanah* yang bisa dipakai untuk alat pembayaran dan dapat ditarik sewaktu-waktu menggunakan cek atau sarana perintah pembayaran lain maupun dengan cara pemindahbukuan.

2. Produk Pembiayaan

a. *Murabahah*

Pembiayaan *murabahah* yaitu jual-beli produk dengan biaya beli pokok ditambah laba yang akan diambil oleh bank sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.

b. *Musarakah*

Merupakan akad kerjasama antara dua belah pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dengan masing-masing pihak menyalurkan kontribusinya berupa dana maupun keahlian dengan kesepakatan keuntungan dan resiko kerugian ditanggung bersama sesuai kesepakatan.

c. *Mudharabah*

Akad kerjasama antara pengelola dana dalam hal ini nasabah dan pemilik modal yaitu bank menyediakan seluruh modal untuk usaha tertentu dengan besar bagi hasil sesuai kesepakatan.

d. *Mudharabah Muqoyyadah*

Pembiayaan bagi kegiatan usaha dengan cakupan jenis usaha, spesifikasi, waktu dan daerah usahanya dibatasi sesuai dengan permintaan pemilik dana.

e. *iB Istishna*

Pembiayaan suatu barang dengan akad jual beli yang berbentuk pemesanan pembuatan produk sesuai kriteria serta persyaratan tertentu yang telah disepakati bersama.

f. *iB Istishna Paralel*

Akad jual beli dimana bank bertindak sebagai pemesan produk pada pihak lain dalam hal ini produsen guna menyediakan produk sesuai spesifikasi dan syarat tertentu yang disepakati.

g. *iB Kepemilikan Mobil*

Pembiayaan kepemilikan mobil dengan akad *murabahah* dengan sistem jual beli mobil sebesar biaya pembelian ditambah keuntungan yang akan diambil bank dan sesuai kesepakatan bersama.

h. *iB Kepemilikan Rumah*

Pembiayaan dengan akad *murabahah* untuk pembelian atau renovasi rumah tinggal, pembelian apartemen maupun rumah susun, rumah toko dan atau rumah kantor.

i. Pembiayaan iB K3A

Pembiayaan dengan akad *murabahah* yang diberikan pada Koperasi Karyawan (kopkar), Koperasi Pegawai, Koperasi Pegawai Negeri (KPN) maupun koperasi lain yang sejenis dan diteruskan pada anggota guna membantu penyediaan dana dan memenuhi kebutuhan barang yang akan dikonsumsi maupun kebutuhan investasi bagi anggota.

j. Pembiayaan iB KKPA – Relending Syariah

Pembiayaan yang berbentuk investasi serta modal kerja pada koperasi primer yang selanjutnya disalurkan untuk anggota dan sumber dananya berasal dari Kredit Likuiditas Bank Indonesia (KLBI) yang dikelola oleh PT. Permodalan Nasional Madani (PNM).

k. iB Jaminan Tunai

Pemberian pembiayaan dengan jaminan berupa *cash collateral* yang terdapat pada Bank Syariah Bukopin dan diblokir sementara hingga pembiayaannya lunas.

l. iB Pembiayaan Pola *Channeling* meliputi:

- a) Pembiayaan iB Mobil Pola *Channeling* melalui *Multifinance* yakni pembiayaan kepemilikan mobil kepada *end user* melalui perusahaan *Multifinance* secara pembiayaan bersama maupun pembiayaan penuh.
- b) Pembiayaan kepada Pensiunan Pola *Channeling* melalui Koperasi yaitu pembiayaan yang diberikan pada pensiunan baik janda maupun duda atau karena penerima pensiun tersebut sudah meninggal oleh karena itu pengambilan dana pensiun rutin dapat dilakukan melalui koperasi. Meliputi pembiayaan pensiunan PNS dan TNI atau POLRI.

m. iB SiAga Gadai Emas

Pembiayaan dengan cara bank memberi fasilitas pinjaman menggunakan prinsip *qardh* pada nasabah yang menjaminkan emas. Sehingga emas yang telah diagunkan itu akan disimpan dengan baik oleh bank dan atas pemeliharaan yang dilakukan oleh bank tersebut nantinya bank akan mengenakan biaya sewa dengan prinsip *ijarah*.

n. iB Kepemilikan Emas

Pembiayaan dengan akad jual beli atau *murabahah* guna membantu nasabah untuk memiliki emas.

o. iB SiAga Pendidikan

Pembiayaan dengan prinsip *ijarah* guna membiayai kebutuhan Pendidikan dengan cara memperoleh paket jasa biaya kuliah di Perguruan Tinggi Muhammadiyah.

p. iB SiAga Pensiun

Pembiayaan yang menggunakan prinsip *murabahah* dan diberikan pada penerima pensiun secara rutin perbulannya dari negara, pembiayaan ini dapat digunakan sebagai sarana untuk memiliki barang konsumtif maupun produktif, juga bisa digunakan untuk mengangsur pembayaran dengan nominal angsuran tetap selama masa perjanjian.

3. Jasa

a. SMS Banking

Layanan transaksi dan informasi perbankan yang dapat digunakan langsung dimanapun serta sewaktu-waktu oleh nasabah melalui telepon seluler menggunakan media SMS (*short message service*).

b. *BSB Mobile Banking*

Layanan transaksi perbankan dan pembayaran tagihan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui aplikasi telepon seluler untuk memantau informasi transaksi, cek saldo, pemindahbukuan, dan dilengkapi oleh sistem keamanan berupa OTP (*one time password*).

c. *Safe Deposit Box (SDB)*

Fasilitas jasa untuk nasabah yang dapat digunakan dalam penyimpanan dokumen pribadi yang bersifat rahasia dan barang berharga dengan sistem pengamanan teknologi terkini dan tersedia dalam berbagai ukuran.

d. *Transfer*

Produk jasa yang berguna untuk memindahkan sejumlah dana atas perintah si pemberi amanat kepada penerima *transfer*.

e. *Kliring*

Jasa yang disediakan untuk proses tukar-menukar surat berharga seperti cek, bilyet giro dan warkat yang diterbitkan oleh perbankan antara bank-bank anggota kliring yang ditentukan oleh Bank Indonesia.

f. *Inkaso*

Inkaso merupakan cara penagihan dengan cara mengirimkan dokumen pada bank dengan tujuan untuk memperoleh pembayaran maupun akseptasi atau berdasar syarat lain.

g. *Real Time Gross Selling (RTGS)*

Sistem *transfer* dana pada mata uang rupiah dan penyelesaiannya dilakukan dengan cara *online* antar peserta pertransaksi secara individual, sehingga pengiriman dana

lebih cepat dan bisa diterima saat itu juga dengan jaminan keamanan sistem sehingga lebih aman, sistem BI-RTGS diselenggarakan oleh BI.

h. *Payment Point*

Jasa perbankan yang digunakan dalam pembayaran berbagai tagihan-tagihan dan sifatnya rutin misalnya pembayaran tagihan listrik, air, dan tagihan jasa telepon.

i. SKBDN iB

Merupakan setiap janji tertulis berdasar permintaan tertulis pemohon yang mengikat bank pembuka untuk melakukan pembayaran ke penerima atau ordernya atau mengakseptanya dan membayar wesel yang ditarik oleh penerima.

j. Bank Garansi iB

Jaminan berbentuk warkat yang diterbitkan oleh bank yang mengakibatkan kewajiban membayar terhadap pihak yang menerima jaminan apabila pihak yang dijamin cidera janji atau wanperstasi, sehingga bermanfaat untuk memberikan jaminan bagi *bouwheer* atas pemenuhan kewajiban nasabah dalam mengerjakan proyek yang diberikan oleh *bouwheer* pada nasabah bersangkutan, dengan adanya bank garansi sehingga kemungkinan nasabah mendapat proyek dari *bouwheer* akan semakin bertambah. Jenis-jenis bank garansi antara lain: Jaminan Penawaran (*Bid Bond*), Jaminan Pelaksanaan (*Performance Bond*), Jaminan Pemeliharaan (*Maintenance Bond*), Jaminan Pembayaran (*Payment Bond*), Jaminan Uang Muka (*Advance Payment Bond*), Jaminan Bea Masuk (*Custom Guarantee*), *Shipping Guarantee* dan *Stand by LC*.

k. Kartu ATM BSB

Fasilitas layanan kartu ATM bagi nasabah dalam bertransaksi menggunakan mesin ATM yang dimiliki maupun ditunjuk oleh Bank Syariah Bukopin.

l. Hallo BSB

Fasilitas layanan *call center* bagi nasabah yang memberikan informasi dan penanganan masalah perbankan dengan media telepon yang dapat diakses kapan dan dimana saja 24 jam diseluruh Indonesia dengan menghubungi Hallo BSB dengan menekan nomor 500 666 melalui telepon seluler maupun telepon rumah.

m. *Cash Management*

Layanan perbankan elektronik untuk melakukan akses *inquiry* saldo dan transaksi secara *real time online* melalui komputer dari lokasi usaha masing-masing sehingga pengelolaan keuangan berjalan efektif, efisien serta tersentralisasi. Layanan ini dapat digunakan untuk mengetahui informasi saldo simpanan, mencetak rekening koran, pemindahbukuan, *transfer* RTGS & LGG langsung tanpa harus datang ke bank dan data dapat diunduh dalam bentuk *teks*, *lotus*, maupun *database*.

n. Wakaf Uang

Sarana investasi akhirat dengan manfaat untuk kesejahteraan sosial yang dapat dilakukan oleh seseorang maupun sekelompok orang, lembaga maupun badan hukum, berupa uang yang bisa dimanfaatkan untuk hal produktif sehingga hasilnya dapat digunakan untuk kesejahteraan ekonomi umat.

3.2 Data Khusus

3.2.1 Produk Tabungan iB SiAga pada Bank Syariah Bukopin Yogyakarta

Tabungan iB SiAga merupakan produk simpanan dengan akad *wadiah yad dhamanah* dalam mata uang rupiah yang penyetoran dan penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu. Tabungan ini diperuntukan bagi nasabah perorangan sehingga dengan menggunakan iB SiAga maka nasabah diharapkan dapat merasakan kemudahan transaksi kapanpun dan dimana saja serta mendapat perlindungan asuransi dana yang telah dititipkannya.

Berikut adalah beberapa keuntungan yang akan didapatkan jika menggunakan produk tabungan iB SiAga:

1. Manfaat:
 - a) Keamanan dana yang ditempatkan di Bank Syariah Bukopin Yogyakarta sudah dijamin oleh LPS serta telah terdaftar dan diawasi oleh OJK.
 - b) Dapat dijadikan jaminan pembiayaan jika saldo yang terdapat pada rekening tabungan tersebut sama banyaknya atau bahkan lebih besar dari besaran pengajuan pembiayaan.
 - c) Pada dasarnya tabungan iB SiAga merupakan titipan dari pemilik rekening tabungan, sehingga jika keuangan bank memungkinkan maka akan diberikan bonus, namun bonus tersebut tidak diperjanjikan di awal pembukaan rekening.
 - d) Dana yang disimpan pada Bank Syariah Bukopin akan mendapatkan perlindungan asuransi jika saldo rata-rata akhir bulan milik nasabah minimal sebesar Rp 1.000.000.

2. Fasilitas:

- a) Akses ATM 24 jam pada jaringan ATM Bukopin dan Bukopin Syariah tanpa dipungut biaya administrasi dan jika menggunakan jaringan ATM BCA maupun Prima dapat dikenakan biaya standar penarikan perbankan pada bank lain sebesar Rp 7.500.
- b) Fasilitas *BSB Mobile Banking* juga bisa didapatkan oleh seluruh nasabah pemilik tabungan iB SiAga dengan melakukan aktivasi ke kantor Bank Syariah Bukopin.
- c) Rekening tabungan iB SiAga juga dapat digunakan sebagai sarana pembayaran tagihan listrik, air, telepon, PBB, kartu kredit maupun isi ulang pulsa seluler.
- d) Dapat dijadikan sarana penyaluran zakat, infak serta sedekah dan jika ingin rutin bersedekah maupun infak nantinya dana yang tersalur tersebut akan otomatis dipotong dari rekening tabungan nasabah.
- e) Dapat dijadikan sebagai sarana pembayaran SPP bagi sekolah maupun instansi perguruan tinggi yang sudah bekerjasama dengan Bank Syariah Bukopin Yogyakarta.
- f) *Real time online* di seluruh kantor Bank Bukopin dan Bank Syariah Bukopin.

3. Fasilitas Layanan *Airport Executive Lounge*

Fasilitas ini merupakan layanan yang diberikan kepada nasabah pemilik tabungan iB SiAga maupun iB SiAga Bisnis dengan saldo minimal pada saat transaksi di bandara sebesar Rp 25.000.000 dengan cara menunjukkan kartu ATM atau Debit pada saat transaksi di *airport executive lounge*, selanjutnya nasabah akan diberikan fasilitas *airport executive lounge* di *Blue Sky Premier Lounge* dan *Saphire*

Blue Sky Temporary Lounge yang ada pada seluruh bandara di Indonesia. Fasilitas tersebut hanya berlaku untuk satu orang pemilik tabungan.

4. Bebas Biaya:

Terdapat beberapa biaya yang dibebaskan bagi nasabah pemilik rekening tabungan iB SiAga antara lain yaitu:

- a) Karena akad yang digunakan pada tabungan iB SiAga ini yaitu akad *wadiah* atau titipan maka nasabah pemilik rekening tidak dipungut biaya potongan administrasi pada setiap bulannya..
- b) Bebas biaya administrasi pembuatan kartu ATM iB SiAga.
- c) Bebas biaya penarikan tunai yang dapat dilaksanakan di seluruh kantor cabang Bank Syariah Bukopin dan Bank Bukopin.
- d) Meskipun dana yang tersimpan pada rekening tabungan iB SiAga tersebut telah dijamin oleh asuransi namun nasabah terbebas dari premi asuransi.

5. Syarat dan Ketentuan Tabungan iB SiAga:

- a) Tabungan iB SiAga hanya diitujukan bagi perorangan.
- b) Membawa fotokopi KTP dan Paspor, juga fotokopi Kartu Pelajar (bagi pelajar/mahasiswa).
- c) Mengisi formulir pembukaan tabungan dan pembuatan kartu ATM meliputi:
Informasi Data Pemohon: Nama, Alamat Tempat Tinggal sesuai KTP, Tanggal Lahir, Jenis Kelamin, Kewarganegaraan, Nomor Identitas Tambahan (Nomor Kartu Pelajar/Pegawai maupun Nomor KARIP/ASABRI), Agama, Pendidikan Terakhir, Pekerjaan dan Alamat Tempat Berkerja.

Informasi Transaksi: Sumber Dana, Tujuan Pembukaan Rekening, dan juga Tujuan Penggunaan Dana.

Pihak yang dapat dihubungi: Nama Orangtua/Wali, Nama Suami/Istri, Alamat, Nomor Ponsel/Telepon.

- d) Mengisi formulir tambahan pembukaan rekening nasabah perorangan jika aliran dana yang dimiliki oleh nasabah tersebut merupakan kiriman dari orang tua maupun walinya.
- e) Selanjutnya nasabah mengisi slip setoran dan melakukan setoran pertama sebesar Rp 50.000 dan setoran selanjutnya paling sedikit sebesar Rp 10.000.
- f) Saldo mengendap yang diberikan relatif rendah yaitu sebesar Rp 30.000
- g) Maksimal penarikan jika lewat *teller* sebesar Rp 100.000.000 per harinya, dengan syarat melakukan konfirmasi dahulu dengan pihak Bank Syariah Bukopin.
- h) Syarat asuransi dengan keterangan pertanggungan antara lain sebagai berikut:

Tabel 3.1 Keterangan Pertanggungan

Jenis Pertanggungan	Besar Pertanggungan
Meninggal dunia dikarenakan kecelakaan	Rp 10.000.000,-
Santunan meninggal dunia karena wajar	Rp 5.000.000,-

Sumber: Bank Syariah Bukopin

6. Proses Pengajuan Klaim:

Mengajukan klaim ke kantor Bank Syariah Bukopin Yogyakarta, batas klaim maksimal 90 hari setelah terjadinya musibah dengan melampirkan:

- a. Fotokopi buku tabungan iB SiAga.

- b. KTP asli atau fotokopi milik peserta yang sudah dilegalisir.
- c. Mengisi formulir pengajuan klaim dan ditandatangani oleh pihak bank.
- d. Daftar pertanyaan untuk pengajuan klaim meninggal dunia diisi oleh ahli waris.
- e. Formulir keterangan dokter bagi pengajuan klaim meninggal dunia sudah disiapkan oleh pihak asuransi.
- f. Surat keterangan penyebab terjadinya kecelakaan yang dikeluarkan oleh kepolisian setempat.
- g. Surat keterangan meninggal dunia yang diterbitkan oleh pemerintah setempat yang berwenang dan sudah terlegalisir.

3.2.2 Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB SiAga di Bank Syariah Bukopin Yogyakarta

Dalam proses pemasaran produk tabungan iB SiAga, beberapa strategi yang diterapkan oleh Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta yaitu:

- a. Melakukan *mapping* lokasi atau mengelompokkan letak lokasi usaha yang berpotensi untuk didatangi, diutamakan yang berada di sekitar kantor Bank Syariah Bukopin Yogyakarta seperti sekolah, universitas, paguyuban, maupun perusahaan, namun tidak menutup kemungkinan juga untuk menawarkannya kepada siapapun jika memang dinilai ada potensi akan *closing*.
- b. Selanjutnya jika melakukan kunjungan ke suatu universitas maupun perusahaan, tujuannya untuk menawarkan produk tabungan iB SiAga serta memberikan bonus layanan *payroll* atau sistem penggajian otomatis setiap bulan kepada seluruh karyawannya melalui rekening tersebut jika dalam satu perusahaan itu mayoritas karyawannya dapat membuka rekening tabungan iB SiAga di Bank

Syariah Bukopin Yogyakarta. *Payroll* lain yang bisa ditawarkan yaitu sistem pembayaran SPP bagi mahasiswa dengan menggunakan layanan Bank Syariah Bukopin.

- c. Jika melakukan pemasaran ke sekolah maka strategi yang dilakukan adalah dengan menawarkan konsep menabung di Bank Syariah Bukopin Yogyakarta kepada siswa dengan kemudahan seperti siswa tidak perlu datang ke bank jika ingin menabung, namun pihak bank lah yang nantinya akan melakukan penjemputan dana ke sekolah setiap seminggu sekali atau sesuai perjanjian lalu pada hari selanjutnya buku tabungan dan juga bukti transaksi akan dikembalikan kepada pemilik tabungan, hal tersebut dilakukan sebagai timbal balik antara bank dan sekolah, juga sekaligus untuk *maintenance* nasabah dengan cara rutin melakukan kunjungan sebagai pendekatannya.
- d. Jika melakukan kunjungan ke suatu paguyuban maupun perkumpulan arisan PKK di kampung sekitar Bank Syariah Bukopin Yogyakarta maka cara yang dilakukan untuk menawarkan produk tabungan adalah dengan cara penyimpanan dana kas paguyuban atau arisan tersebut di bank, biasanya pada perkumpulan arisan, ibu-ibu juga memilih untuk membuka tabungan bagi anaknya, sehingga setiap minggu sekali akan dilakukan penjemputan dana yang sudah terkumpul tersebut oleh pihak bank untuk kemudian di tabung.
- e. Jika melakukan proses pemasaran kepada nasabah *existing* maka strategi yang dilakukan adalah dengan *crossselling* produk tabungan berjangka guna mempersiapkan kebutuhan di masa yang akan datang dengan kemudahan *auto debit* ke rekening yang digunakan sebagai penyimpan tabungan berjangka

tersebut. Selain itu nasabah *existing* juga berpeluang dalam merekomendasikan nama kolega kepada bank yang sekiranya bisa ditawarkan produk tabungan iB SiAga sehingga selanjutnya bank akan melakukan proses kunjungan *door to door*.

- f. Untuk proses pemasaran tabungan iB SiAga secara *door to door* selain kepada nasabah perorangan, biasanya *marketing* juga melihat nasabah dari yang sekiranya memiliki intensitas bepergian keluar kotanya tinggi, karena tujuannya adalah untuk ditawarkan fasilitas khusus yaitu *executive lounge* di bandara jika saldo yang terdapat di rekening tabungan iB SiAga pada saat akan *boarding* minimal sebesar Rp 25.000.000.
- g. Mengingat bahwa hanya terdapat satu kantor cabang Bank Syariah Bukopin yang ada di Yogyakarta maka untuk semakin mempermudah transaksi yang akan dilakukan, nasabah biasanya akan ditawarkan layanan aplikasi BSB *Mobile Banking*. Sehingga diharapkan agar nasabah tidak perlu datang ke bank jika ingin melakukan transaksi karena dalam aplikasi tersebut sudah dilengkapi dengan fitur pembayaran, informasi saldo, transfer dana, pembelian pulsa maupun token PLN dan sudah dijamin keamanannya karena dilengkapi dengan OTP atau *one time password*.
- h. Selain melakukan pemasaran secara langsung kepada nasabah, Bank Syariah Bukopin Yogyakarta juga memanfaatkan media sosial sebagai proses *branding* produk dan layanannya, hal tersebut dilakukan untuk memperluas jangkauan pemasaran kepada masyarakat yang mungkin belum mengenal produk dan layanan yang ada di Bank Syariah Bukopin Yogyakarta maupun kepada

masyarakat yang belum pernah ditawari produk tabungan secara langsung oleh *marketing*.

- i. Setelah itu proses *maintenance* yang dilakukan yaitu dengan cara menjaga hubungan baik dengan nasabah misalnya jika ada nasabah yang menelpon dan bertanya mengenai produk-produk tertentu maka tugas *marketing* adalah mengusahakan untuk selalu menjawab pertanyaan tersebut, karena hal itu berpeluang untuk menumbuhkan rasa percaya nasabah sehingga nasabah selalu setia menggunakan produk dan layanan Bank Syariah Bukopin Yogyakarta, atau misalnya dengan mengucapkan selamat jika nasabah tersebut sedang berulangtahun, dan ditambah dengan mengirimkan kue jika nasabah tersebut merupakan nasabah prioritas. Semua itu dilakukan sebagai bentuk terima kasih bank kepada para nasabahnya.
- j. Menjalin hubungan baik dengan pesaing atau dalam hal ini yaitu antar sesama bank sehingga kesempatan itu bisa digunakan untuk mempelajari strategi bisnis yang diterapkan oleh bank lain.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasar dari pembahasan yang telah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- a. Produk iB SiAga merupakan simpanan dalam bentuk tabungan yang dimiliki oleh Bank Syariah Bukopin dengan akad *wadiah* pada mata uang rupiah dan bisa ditarik kapanpun sesuai syarat dan kebijakan bank. Untuk proses pembukaan rekening tabungan hanya dengan melakukan setoran awal Rp 50.000 dan mengisi formulir pembukaan rekening serta fotokopi KTP. Rekening tabungan iB SiAga ini juga dapat digunakan sebagai jaminan pembiayaan sesuai dengan kebijakan pembiayaan dan referensi bank, kemananan dana terjamin, bebas biaya administrasi, dapat ditarik atau disetor di seluruh kantor Bank Syariah Bukopin, mendapatkan fasilitas ATM 24 jam di ATM Bukopin dan jaringan ATM Prima atau BCA, bank dapat memberikan bonus namun tidak diperjanjikan di awal, serta mendapat perlindungan asuransi secara gratis untuk nasabah dengan saldo rata-rata pada akhir bulan sebesar Rp 1.000.000 sesuai dengan kebijakan bank. Selain itu juga dapat dijadikan sarana untuk pembayaran tagihan PAM, telepon, listrik, Pendidikan, kartu kredit, pembelian isi ulang pulsa telepon seluler serta untuk penyaluran zakat, infaq, dan sedekah.

b. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang

Yogyakarta terhadap produk tabungan iB SiAga antara lain yaitu:

Mengelompokkan lokasi suatu badan usaha maupun instansi yang potensial dan berada di sekitar kantor Bank Syariah Bukopin Yogyakarta, pendekatan ke instansi pemerintah, sekolah, universitas maupun perusahaan, mempromosikan produk ke perorangan atau *door to door* masuk ke asosiasi seperti perkumpulan arisan PKK maupun paguyuban, promosi melalui sosial media, menjaga hubungan baik dengan nasabah, dan menjalin hubungan baik dengan pesaing.

4.2 Saran

Sejalan dengan kesimpulan yang telah dipaparkan di atas, maka saran yang dapat diberikan antara lain yaitu:

- a. Meningkatkan pengetahuan masyarakat luas agar lebih mengenal produk-produk yang ada di Bank Syariah Bukopin misalnya melalui media iklan televisi dan media lain yang dipersamakan dengan itu sehingga diharapkan agar masyarakat *familiar* dengan program-program yang ada pada Bank Syariah Bukopin.
- b. Penambahan unit kendaraan atau mobil operasional untuk kegiatan kunjungan ke lokasi nasabah, karena pada prakteknya sering terjadi kekurangan mobil sehingga harus saling tunggu agar bisa menggunakan mobil kantor dan hal tersebut memakan waktu yang lebih lama, dengan penambahan mobil operasional ini diharapkan kedepannya agar proses pemasaran dan kegiatan kantor yang dilakukan dapat berjalan dengan lebih efektif dan efisien.

c. Seiring dengan semakin bertambahnya nasabah pada setiap tahunnya, Bank Syariah Bukopin Yogyakarta mungkin dapat membuka kantor kas pada tiap-tiap kabupaten yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta, hal ini dikarenakan minimnya masyarakat yang mengetahui bahwa telah ada layanan syariah yang terdapat di setiap kantor Bank Bukopin konvensional. Oleh karena itu dengan penambahan kantor kas pada setiap kabupaten diharapkan agar masyarakat yang menggunakan produk serta layanan di Bank Syariah Bukopin Yogyakarta semakin banyak dan merata, karena lokasi yang tidak terlalu jauh juga akan menjadi pertimbangan bagi nasabah jika di setiap kabupaten terdapat setidaknya satu kantor kas.



DAFTAR PUSTAKA

- Bank Syariah Bukopin. 2020. *Produk Bank Syariah Bukopin*, diperoleh pada 09 Maret 2020 di <https://www.syariahbukopin.co.id/id/produk-dan-jasa>
- Bank Syariah Bukopin. 2020. *Profil Perusahaan*, diperoleh pada 09 Maret 2020 di <https://www.syariahbukopin.co.id/id/tentang-kami/profil-perusahaan>
- Dharmmestha, B.S. 1996. *Asas-Asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty
- Ikatan Akuntansi Indonesia. 2020. *PSAK No. 106 Tentang Akuntansi Musyarakah*, diperoleh pada 09 Maret 2020 di iaiglobal.sharepoint.com
- Ikatan Bankir Indonesia. 2017. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Kartajaya, Hermawan dan M. Syakir Sula. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan Pustaka
- Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana
- Kasmir. 2005. *Pemasaran Bank*. Edisi Revisi. Jakarta: Prenada Media
- Kotler, Philip. 1996. *Marketing Management Analisis Planning Implementasi dan Kontrol*, Terjemahan Hendra Teguh. Jakarta: Erlangga
- Muhammad. 2000. *Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*. Yogyakarta: UII Press
- Muslim Pro. 2020. *Top 10 Populasi Umat Muslim Terbesar di Dunia*, diperoleh pada tanggal 20 Mei 2020 di <https://support.muslimpro.com/hc/id/articles>
- Otoritas Jasa Keuangan. 2020. *Penyelenggara fintech Terdaftar dan Berizin di OJK per 30 April 2020*, diperoleh pada 07 Mei 2020 di <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan>
- Otoritas Jasa Keuangan. 2020. *Snapshot Perbankan Syariah di Indonesia Juni 2018*, diperoleh pada 08 Mei 2020 di <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/Snapshot-Perbankan-Syariah-Indonesia-Juni-2018.aspx>
- Otoritas Jasa Keuangan. 2020. *Snapshot Perbankan Syariah di Indonesia Juni 2019*, diperoleh pada 08 Mei 2020 di <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/Snapshot-Perbankan-Syariah-Indonesia-Juni-2019.aspx>
- Republik Indonesia. 1992. *Undang-Undang No.7 Tahun 1992 Tentang Perbankan*. Jakarta: Sekretariat Negara.

Republik Indonesia. 1998. *Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Terhadap Undang-Undang Pokok Perbankan Nomor 14 Tahun 1967*. Jakarta: Sekretariat Negara.

Republik Indonesia. 2008. *Undang-Undang No.21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah*. Jakarta: Sekretariat Negara.

Shihab, Quraish. 2020. *Terjemahan Al-Quran Surah Al-Anfal 8:60*. Jakarta: Muslim Pro.

Swasta, Bastion. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty

Syakir, Ahmad. 2015. *Perbankan Syariah*. Medan: UIN-SU

Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi

Wicaksono, Budi. 2006. *Pemasaran Syariah*. Bandung: Mizan Pustaka

Wiroso. 2009. *Produk Perbankan Syariah*. Jakarta: LPFE Usakti



LAMPIRAN

Lampiran 1. Brosur Tabungan iB SiAga Bank Syariah Bukopin



Lampiran 2. Brosur Fasilitas Layanan Executive Lounge



BANK Syariah BUKOPIN

Fasilitas Layanan Airport Executive Lounge

Traveling dan Perjalanan Bisnis Anda Semakin Menyenangkan bersama Bank Syariah Bukopin

* Syarat dan ketentuan berlaku

Fasilitas Layanan Airport Executive Lounge

Fasilitas Layanan Airport Executive Lounge adalah fasilitas yang diberikan kepada Nasabah sebagai bentuk apresiasi atas penempatan dana pada Produk Tabungan IB SAGA dan Tabungan IB SAGA Bisnis dengan saldo tertentu. Bank memberikan tambahan benefit berupa gratis menggunakan fasilitas layanan di Airport Executive Lounge yang telah ditentukan.

PERSYARATAN

- Pemilik Tabungan IB SAGA dan Tabungan IB SAGA Bisnis
- Menyerahkan Boarding Pass

KETENTUAN

Bank Nasabah	: Baru dan Eksisting
Minimum saldo	: Rp 25.000.000 pada saat melakukan transaksi di Airport Executive Lounge
Airport Executive Lounge	: Blue Sky Premier Lounge dan Sapphire Blue Sky Temporary Lounge Seluruh Indonesia

1. Tidak mengungguli pemberian benefit yang berlaku atas Tabungan IB SAGA atau Tabungan IB SAGA Bisnis
2. Berlaku untuk 1 (satu) orang
3. Jika Saldo Nasabah di bawah Rp. 25.000.000 maka akan dikenakan biaya Airport Executive Lounge sesuai tarif yang berlaku dari Mitra Layanan
4. Tambahan biaya yang muncul akibat peningkatan benefit tender dan atau tambahan orang dalam Airport Executive Lounge menjadi beban nasabah
5. Fasilitas Free Airport Lounge dapat digunakan Nasabah dengan menunjukan Kartu ATM/Debit Tabungan IB SAGA atau Tabungan IB SAGA Bisnis pada saat transaksi di Airport Executive Lounge






www.syariahbukopin.co.id

bank_syariahbukopin
@SyariaHBukopin
Bank Syariah Bukopin

Terdaftar dan Diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan

[illegible][illegible][illegible][illegible]

Lampiran 4. Formulir Kepemilikan NPWP Pihak Pemberi Dana

[illegible]

Lampiran 5. Buku Tabungan dan Kartu ATM iB SiAga Bank Syariah Bukopin

