BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Dasar Pemikiran Magang

Perkembangan industri di era globalisasi sekarang berlangsung sangat pesat. Setiap perusahaan dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan. Perkembangan tersebut menimbulkan dampak adanya persaingan bisnis yang ketat. Dari dampak tersebut maka setiap perusahaan tentunya mempunyai strategi masing-masing dalam menghadapi persaingan. Pentingnya penerapan strategi dalam pemasaran menjadi salah satu cara untuk mengurangi dampak kerugian yang diterima perusahaan.

Menurut Assauri (2013) strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam mengahadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Adanya persaingan bisnis yang ketat tersebut juga memicu tumbuhnya persaingan di industri perbankan yang saling bersaing dalam mendapatkan konsumen. Termasuk perbankan syariah yang mengahadirkan berbagai macam inovasi dalam produk maupun layanannya guna memuaskan hati konsumen. Perbankan syariah hadir di Indonesia dengan prinsip utama operasional bank yang berdasarkan pada prinsip syariah yaitu hukum islam yang bersumber dari Al- Quran dan Al-Hadist.

Menurut Budisantoso dan Nuritomo (2014) bank syariah yaitu bank yang dalam aktivitasnya, baik penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dananya memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip syariah yaitu jual beli dan bagi hasil.

Saat ini, perbankan syariah sudah memiliki banyak produk yang dikenal masyarakat seperti kredit, tabungan, deposito, dan kartu kredit. Namun perbankan menghadapi risiko seperti kredit macet, baik karena bangkrutnya usaha peminjam maupun karena peminjam meninggal dunia. Untuk melindungi risiko tersebut, diperlukan perlindungan asuransi. Produk *bancassurance* memberi perlindungan terhadap risiko semacam ini. Selain berfungsi sebagai proteksi, *bancassurance* juga menumbuhkan sinergi antara lembaga keuangan dan asuransi. *Bancassurance* merupakan fitur menarik dan menguntungkan kegiatan bisnis perbankan maupun perusahaan asuransi (Ketut Sendra 2007).

Sebagai salah satu cara untuk mempertahankan loyalitas nasabah dan bentuk pemberian jaminan proteksi terhadap *financial* nasabah, BNI Syariah memanfaatkan *Bancassurance* sebagai solusi bagi masyarakat dan nasabahnya dalam memenuhi kebutuhan jasa perbankan syariah. Hal tersebut berguna sebagai salah satu cara BNI Syariah dalam mempertahankan nasabahnya. *Bancassurance* juga sebagai salah satu strategi bank dalam penambahan variasi produk dan peningkatan pangsa pasar sesuai dalam visi BNI Syariah yaitu menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja. Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini akan mengangkat judul **"Strategi Pemasaran Produk**

Asuransi melalui *Bancassurance* Model Referensi pada PT Bank BNI Syariah".

1.2 Tujuan Magang

Berdasarkan dasar pemikiran di atas maka tujuan dari magang adalah:

1. Untuk mengetahui produk-produk yang dipasarkan melalui *Bancassurance* Model Referensi.
2. Untuk mengetahui Strategi pemasaran produk asuransi melalui *Bancassurance* Model Referensi..

1.3 Target Magang

Target yang ingin dicapai dalam pelaksanaan magang ini adalah:

1. Dapat mengetahui produk-produk yang dipasarkan melalui *Bancassurance* Model Referensi.
2. Dapat mengetahui Strategi pemasaran produk asuransi melalui *Bancassurance* Model Referensi..

1.4 Bidang Magang

Bidang magang yang di dapat dalam pelaksanaan kegiatan magang di PT Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Pusat adalah bidang Bancassurance dan Dana Pensiun yang terdapat pada divisi RFD (Retail Funding Division). Bidang magang ini bertugas mengolah database dan upload data ke sistem telemarketing.

1.5 Lokasi Magang

BNI SYARIAH : PT. Bank BNI Syariah

Alamat : Gedung Tempo Pavilion 1, Jl. HR. Rasuna said, Kav. 10-11, Jakarta 12950

Telepon : (021) 29701946

Faksimili : (021) 29667947

1.6 Jadwal Magang

Kegiatan magang berlangsung pada periode 4 Maret 2019 – 04 April 2019 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Jadwal Magang Periode 4 Maret 2019 – 04 April 2019.

No	Keterangan	Waktu Pelaksanaan Magang											
		Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pelaksanaan kegiatan magang												
2	Bimbingan Kegiatan Magang dengan dosen pembimbing												
3	Penyusunan laporan magang												
4	Ujian Komprehensif												
5	Ujian sidang tugas akhir												

1.7 Sistematika Penulisan

Bab I : Pendahuluan

Bab ini berisi tentang dasar pemikiran magang, tujuan magang, target magang, bidang magang, lokasi magang, jadwal magang, dan sistematika penulisan laporan magang.

Bab II : Landasan Teori

Bab ini memaparkan tentang teori-teori yang dikemukakan oleh pakar-pakar ekonomi yang berkaitan dengan judul yang diambil dan berfungsi sebagai dasar penjelasan dari judul.

Bab III : Analisis Deskriptif

Bab ini menjelaskan tentang data umum perusahaan yakni sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, dan analisis mengenai data khusus yang berhubungan dengan judul laporan.

Bab IV : Kesimpulan dan Saran

Bab ini birisi kesimpulan dari kajian hasil magang yang sudah dilakukan dan saran yang diberikan berdasarkan hasil kajian lapoan