

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN BTN BATARA HAJI
DAN UMRAH iB PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA
KANTOR CABANG SYARIAH SEMARANG**

Laporan Magang



Disusun Oleh:

Arif Mulyo Darmawan
15213069

**Program Studi Perbankan dan Keuangan
Proram Diploma III Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia
2018**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN BTN BATARA HAJI
DAN UMRAH iB PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA
KANTOR CABANG SYARIAH SEMARANG**

Laporan Magang

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

Disusun Oleh:

**Arif Mulyo Darmawan
15213069**

**Program Studi Perbankan dan Keuangan
Proram Diploma III Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia
2018**

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN MAGANG

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN BTN BATARA HAJI
DAN UMRAH IB PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA
KANTOR CABANG SYARIAH SEMARANG



Disusun Oleh:

Nama : Arif Mulyo Darmawan
No. Mahasiswa : 15213069
Jurusan : Perbankan dan Keuangan

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing
Pada tanggal: 27 Mei 2016

Dosen Pembimbing

(Nur Ellyanzwati ER, S.E., M.M.,)



PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

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

Yogyakarta, 30 Agustus 2018

Penulis



Arif Mulyo Darmawan

DAFTAR ISI

| | |
|--|----------|
| Halaman Judul | i |
| Halaman Pengesahan | ii |
| Pernyataan Bebas Penjiplakan | iii |
| Kata Pengantar | iv |
| Daftar Isi | v |
| Daftar Tabel | vii |
| Daftar Gambar | viii |
| Daftar Lampiran | ix |
| BAB I: PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Dasar Pemikiran Magang | 1 |
| 1.2 Tujuan Magang | 3 |
| 1.3 Target Magang | 3 |
| 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 Ibadah Haji dan Umroh | 7 |
| 2.2 Bank Syariah | 7 |
| 2.3 Produk | 8 |
| 2.4 Mudharabah Mutlaqah | 10 |
| 2.5 Strategi Pemasaran..... | 10 |

| | |
|--|----|
| BAB III: ANALISIS DEKRIPTIF | |
| 3.1 Data Umum | 15 |
| 3.1.1 Sejarah Berdirinya PT. BTN KCS Semarang..... | 15 |
| 3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan | 17 |
| 3.2 Data Khusus..... | 34 |
| 3.2.1 Produk tabungan BTN Batara Haji dan Umrah iB | 34 |
| 3.2.2 Manfaat dan Keuntungan BTN Batara Haji dan Umrah iB | 34 |
| 3.2.3 Syarat dan ketentuan BTN Batara Haji dan Umrah iB | 35 |
| 3.2.4 Prosedur pembukaan tabungan BTN Batara Haji dan Umrah iB | 38 |
| 3.2.5 Strategi pemasaran produk BTN Batara Haji dan Umrah iB BTN Kantor Cabang Syariah Semarang | 3 |
| BAB IV: KESIMPULAN DAN SARAN | 40 |
| 4.1 Kesimpulan | 40 |
| 4.2 Saran..... | 41 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1: Lokasi Magang..... | 5 |
| Gambar 3.1: Logo Bank Tabungan Negara Syariah..... | 23 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Dasar Pemikiran Magang

Islam merupakan agama mayoritas penduduk Indonesia. Sebagai umat beragama tentu diharuskan menjalankan perintah-perintah di dalam agama tersebut. Dalam agama Islam terdapat ritual keagamaan yang dinamakan ibadah haji yang bersifat wajib dan ibadah umrah yang bersifat sunah. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2008 Tentang Penyelenggaraan Haji. Ibadah Haji merupakan rukun Islam kelima yang wajib dilaksanakan oleh setiap orang Islam yang memenuhi syarat istitaah, baik secara keuangan, fisik, maupun mental, sekali seumur hidup. Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa dalam menjalankan ibadah haji harus memenuhi syarat tertentu. Apabila semua syarat sudah terpenuhi ibadah haji dapat dilakukan.

Dalam pelaksanaannya Ibadah Haji dapat dilakukan melalui peran pemerintah, Dalam hal ini pemerintah memperbantukan sebuah badan yang dinamakan PPIH (Panitia Penyelenggara Ibadah Haji) yang bertugas sebagai pengelola dan pelaksana Ibadah Haji yang meliputi pembinaan, pelayanan, dan perlindungan Jemaah Haji. Sementara dalam pengelolaan dana pemerintah bekerja sama dengan lembaga perbankan dikarenakan pemerintah membutuhkan wadah untuk menampung dana dari masyarakat yang akan menjalankan ibadah haji atau umrah.

Minat masyarakat yang sangat tinggi untuk menunaikan Ibadah Hajit menimbulkan permasalahan yaitu fenomena sulitnya memperoleh nomor porsi Ibadah Haji. Maka, sebelum berniat menunaikan Ibadah Haji atau Umroh diperlukan perencanaan terlebih dahulu, melihat potensi tersebut PT. BTN Syariah mengambil kesempatan dengan menawarkan produk BTN Batara Haji dan Umroh iB. Produk tabungan untuk merencanakan Ibadah Haji dan Umroh berdasarkan prinsip syariah dengan menggunakan akad Mudharabah Mutlaqah (Investasi).

Namun, Stigma masyarakat tentang PT. BTN Syariah yaitu Bank KPR (Kredit Pemilikan Rumah) dan Strategi Pemasaran yang belum maksimal menjadikan Produk BTN Batara Haji dan Umrah iB tidak menjadi produk unggulan atau hanya pelengkap. Dari permasalahan tersebut penulis yang berkesempatan magang di Kantor BTN Kantor Cabang Syariah (KCS) Semarang akan memaparkan bagaimana Strategi Pemasaran produk tabungan BTN Batara Haji dan Umroh iB BTN KCS Semarang dan seberapa maksimal menunjang keberhasilan atau sebagai bahan evaluasi kedepan.

Sehubungan hal tersebut penulis memilih judul sebagai Tugas Akhir yaitu **“Strategi Pemasaran Produk Batara Haji dan Umroh iB PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Semarang”**.

1.2 Tujuan Magang

1. Mengetahui Strategi Pemasaran produk tabungan BTN Batara Haji dan Umrah iB pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Semarang.
2. Mengetahui bagaimana prosedur pembukaan tabungan BTN Batara Haji dan Umrah iB pada Bank PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Semarang.

1.3 Target Magang

1. Mampu memahami dan mempelajari Strategi Pemasaran produk tabungan BTN Batara Haji dan Umrah iB pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Semarang.
2. Mampu memahami dan menjelaskan prosedur pembukaan tabungan BTN Batara Haji dan Umrah iB pada bank BTN Syariah Kantor Cabang Syariah Semarang.

1.4 Bidang Magang

Bidang Magang yang dilakukan di PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Semarang yaitu melakukan tugas yang ditunjuk atasan

1. Memverifikasi data rekening nasabah dengan sigma
2. Menginput data nasabah di *I Loan*
3. Mengikuti Classical materi Marketing
4. Melakukan OTS (*On The Spot*) KPR
5. Melakukan LTA (Laporan Tahap Akhir) KPR
6. Mengikuti kegiatan Pemasaran

1.5 Lokasi Magang

Jalan Ahmad Yani No. 181, Karangkidul Semarang Tengah, Kota Semarang, Jawa Tengah 5024.



Gambar 1.1 Peta Lokasi Magang

1.6 Jadwal Magang

Jadwal pelaksanaan magang yang dilakukan penulis yaitu 1 (satu) bulan.

Adapun jadwal kerjanya mulai hari senin sampai dengan hari Jumat. Waktu pelaksanaan magang yaitu: 1 Maret 2018 sampai dengan 31 April 2018.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan magang merupakan pembahasan secara garis besar yang terdapat dalam laporan magang ini yang terdiri dari empat bab diantaranya yaitu :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab yang didalamnya berisi tentang dasar pemikiran Magang, tujuan Magang, target Magang, bidang Magang, lokasi magang, Jadwal Magang, sistematika penulisan laporan Magang.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan bab yang didalamnya membahas tentang teori-teori yang disampaikan oleh para pakar ahli ekonomi yang berkaitan dengan judul penulisan laporan Magang yaitu Strategi Pemasaran produk Tabungan BTN Batara Haji dan umrah iB PT. Bank Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Syariah Semarang.

BAB III : ANALISA DESKRIPTIF

Bab ini membahas tentang data umum perusahaan tempat penulis magang dan data khusus yang mendeskripsikan tentang data hasil temuan perusahaan tempat penulis magang yang sesuai dengan topik yang diobservasi.

BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian penutup dalam penulisan laporan magang atau Tugas Akhir yang berisi tentang kesimpulan yang dirangkum dan disusun oleh penulis dari pendapat yang disampaikan oleh pakar ahli ekonomi yang ditulis di buku-buku yang berhubungan dengan judul penulisan laporan magang, serta dari data-data yang didapatkan di PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Semarang.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Ibadah Haji

Haji menurut pengertian kamus Bahasa Indonesia adalah rukun Islam yang kelima kewajiban ibadah yang harus dilakukan oleh orang Islam yang mampu dengan mengunjungi ka'bah di Masjidil Haram pada bulan haji dan mengamalkan amalan-amalan haji seperti ihram, tawaf, sai, dan wukuf. Umroh yaitu mengerjakan ibadah yang sebagaimana ibadah haji hanya tanpa melakukan wukuf, melempar jumrah dan bermalam di Mina, sehingga disebut juga haji kecil (Qodratilah, 2011: 152). Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2008 Ibadah haji merupakan rukun Islam kelima yang wajib dilaksanakan oleh setiap orang Islam yang memenuhi syarat istitaah, baik secara finansial, fisik, maupun mental, sekali seumur hidup. Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa dalam menjalankan ibadah haji harus memenuhi syarat tertentu. Apabila semua syarat sudah terpenuhi ibadah haji dapat dilakukan.

2.2 Bank Syariah

Secara umum, pengertian bank syariah atau bank Islam (*Islamic Bank*) adalah bank yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Saat ini banyak istilah yang diberikan untuk menyebut entitas bank Islam selain istilah bank Islam itu sendiri, yakni bank tanpa bunga (*interest-free bank*), bank tanpa riba (*la riba bank*), dan bank syariah (*sharia bank*). (Slamet Riyadi, 2006 : 2).

2.3 Produk

Produk adalah keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat kepada konsumen. Produk juga merupakan barang atau jasa untuk kebutuhan wilayah produk berkaitan dengan menyusun produk yang benar untuk suatu pasar target. Konsep total produk yang terdiri dari :

- a. Produk inti, terdiri dari produk itu sendiri
- b. Produk yang diharapkan, terdiri dari produk inti bersama dengan pertimbangan kepuasan pembelian minimal yang harus dipenuhi
- c. Produk tambahan, area yang memungkinkan suatu produk dideferensiasi oleh produk lain
- d. Potensial produk, tampilan dan manfaat yang berguna bagi konsumen

(Bashu swastha dan Irawan 1997 : 6)

2.4 Mudharabah Mutlaqah

Mudharabah Mutlaqah yaitu penyerahan modal tanpa syarat. Pengusaha atau mudharib bebas mengelola modal itu dengan usaha apa saja yang menurutnya akan mendatangkan keuntungan dan di daerah mana saja yang mereka inginkan. Dalam bank teknik mudharabah mutlaqah adalah kerjasama antara bank dengan mudharib atau nasabah yang mempunyai keahlian atau keterampilan untuk mengelola suatu usaha yang produktif dan halal. Hasil keuntungan dari penggunaan dana tersebut dibagi bersama berdasarkan nisbah yang disepakati (Adiwarman karim, 2014 : 99). Dalam praktiknya berbentuk produk perbankan yaitu tabungan. Tabungan Menurut UU Perbankan No. 10 Tahun 1998 adalah simpanan yang pada penarikannya hanya dapat dilakukan

menurut syarat tertentu yang telah disepakati, namun tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu

Dasar hukum Mudharabah Mutlaqah :

اللَّيْلِ يُقَدِّرُ وَاللَّهُ مَعَكَ الَّذِينَ مِنْ وَطَائِفَهُ وَتُلْتَهُ وَنِصْفَهُ اللَّيْلِ تُلْتِي مِنْ أَدْنَى تَقَوْمٍ أَنْكَ يَعْلَمُ رَبَّكَ إِنَّ
مِنْكُمْ سَيَكُونُ أَنْ عِلْمَ الْقُرْآنِ مِنْ تَيْسَرَ مَا فَافَرُوا عَلَيْكُمْ فَتَابَ تُحْصُوهُ لَنْ أَنْ عِلْمَ وَالنَّهَارِ
اللَّهُ سَبِيلَ فِي يُقَاتِلُونَ وَآخِرُونَ اللَّهُ فَضْلٍ مِنْ يَبْتَغُونَ الْأَرْضِ فِي يَضْرِبُونَ وَآخِرُونَ مَرَضَى
لِأَنْفُسِكُمْ تَقَدِّمُوا وَمَا حَسَنًا قَرْضًا اللَّهُ وَأَقْرَضُوا الزَّكَاةَ وَأَتُوا الصَّلَاةَ وَأَقِيمُوا مِنْهُ تَيْسَرَ مَا فَافَرُوا
رَجِيمٌ غَفُورٌ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ اسْتَغْفِرُوا أَجْرًا وَأَعْظَمَ خَيْرًا هُوَ اللَّهُ عِنْدَ تَجِدُوهُ خَيْرٌ مِنْ

Sesungguhnya Tuhanmu mengetahui bahwasanya kamu berdiri (sembahyang) kurang dari dua pertiga malam, atau seperdua malam atau sepertiganya dan (demikian pula) segolongan dari orang-orang yang bersama kamu. Dan Allah menetapkan ukuran malam dan siang. Allah mengetahui bahwa kamu sekali-kali tidak dapat menentukan batas-batas waktu-waktu itu, maka Dia memberi keringanan kepadamu, karena itu bacalah apa yang mudah (bagimu) dari Al Quran. Dia mengetahui bahwa akan ada di antara kamu orang-orang yang sakit dan orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah; dan orang-orang yang lain lagi berperang di jalan Allah, maka bacalah apa yang mudah (bagimu) dari Al Quran dan dirikanlah sembahyang, tunaikanlah zakat dan berikanlah pinjaman kepada Allah pinjaman yang baik. Dan kebaikan apa saja yang kamu perbuat untuk dirimu niscaya kamu memperoleh (balasan)nya di sisi Allah sebagai balasan yang paling baik dan yang paling besar pahalanya. Dan mohonlah ampunan kepada Allah; sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang. (QS. Al Muzzamil : 2).

2.5 Strategi Pemasaran

1. Strategi

Strategi adalah penentuan tujuan jangka panjang perusahaan dan memutuskan arah tindakan serta mendapatkan sumber-sumber yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan (Ramdina Prakasa, 2006 : 134).

Menurut Wiliam F. Gluek, strategi mempunyai pengertian yaitu rencana yang dipersatukan, komprehensif terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan atau lembaga terhadap tantangan lingkungan dan dirancang untuk meyakinkan bahwa sasaran dasar perusahaan akan tercapai dengan pelaksanaan yang tepat.

2. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan individu atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain (Philip Kotler dalam Kasmir, 2005 : 63-64). Setiap tindakan yang dilakukan apakah oleh perusahaan atau badan usaha tentu mengandung suatu maksud dan tujuan tertentu. Penetapan tujuan ini disesuaikan dengan keinginan pihak manajemen itu sendiri. Badan usaha dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai dilakukan dengan berbagai pertimbangan matang. Kemudian ditetapkan cara-cara untuk mencapai tujuan tersebut (Kasmir, 2005: 66-67).

3. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah desain, implementasi, dan control rencana untuk mempengaruhi pertukaran demi mencapai tujuan organisasi (J. Paul peter dan Jerry C. Olson 2014 : 7).

Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial (Kotler dan Keller, 2009:5). Menurut Kotler dan Armstrong (2008:5) pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk mendapatkan nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

2.6 Bauran pemasaran (*marketing mix*)

Bauran pemasaran suatu yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi permintaan akan produknya yang terdiri atas 4 kelompok yaitu produk, harga, promosi, dan tempat.

Marketing mix atau bauran pemasaran yaitu perangkat variabel-variabel pemasaran terkontrol yang digabungkan perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan dalam pasar sasaran. (Philip kotler, 2004 : 63).

Elemen – elemen bauran pemasaran terdiri :

1. Produk

Produk adalah barang atau jasa untuk kebutuhan target wilayah produk berkaitan dengan menyusun produk yang benar untuk suatu pasar target (Joseph P. Cannon, 43).

2. Harga

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk jasa atau keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa (Bashu Swastha DH dan Irawan, 1997 : 6).

3. Promosi

Promosi adalah kegiatan komunikasi pemasaran yang mencakup berbagai teknik yang digunakan untuk berkomunikasi dengan para konsumen dan calon potensial konsumen

4. Distribusi/Tempat

Berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Saluran distribusi adalah rangkaian perusahaan atau individu mana pun yang ikut serta dalam arus barang dan jasa dari produsen kepada pemakai akhir atau konsumen (E. Jerome dan William D, 1996 : 35).

2.6 Tahap STP (*Segmentasi, Targeting, Positioning*)

1. Segmentasi

Segmentasi pasar menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong adalah pembagian sebuah pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda. Segmentasi pasar dapat dimaksudkan sebagai pembagian pasar yang berbeda-beda (heterogen) menjadi kelompok-kelompok pasar yang

homogen, dimana setiap kelompoknya bisa ditargetkan untuk memasarkan suatu produk sesuai dengan kebutuhan, keinginan, ataupun karakteristik pembeli yang ada di pasar tersebut.

2. *Targeting*

Terdapat lima alternatif dalam memilih pasar sasaran yaitu :

- a) *Single-Segmen Concetration* Perusahaan memilih satu segmen pasar tunggal, dengan sejumlah pertimbangan, misalnya keterbatasan dana yang dimiliki perusahaan, adanya peluang pasar dalam segmen bersangkutan yang belum banyak digarap atau bahkan diabaikan pesaing; atau perusahaan menganggap segmen tersebut merupakan segmen yang paling tepat sebagai landasan untuk ekspansi ke segmen lainnya.
- b) *Selective Specialization* Dalam strategi ini, perusahaan memilih sejumlah segmen pasar yang atraktif dan sesuai dengan tujuan dan sumber daya yang dimiliki.
- c) *Market Specialization* Dalam strategi ini, perusahaan berspesialisasi pada upaya melayani berbagai kebutuhan dari suatu kelompok pelanggan tertentu. *Product Specialization* Dalam spesialisasi produk, perusahaan memusatkan diri pada produk atau jasa tertentu yang akan di jual kepada berbagai segmen pasar.

d) *Full Market Coverage* Dalam strategi ini, perusahaan berusaha melayani semua kelompok pelanggan dengan semua produk yang mungkin mereka butuhkan. Umumnya hanya perusahaan besar yang sanggup menerapkan strategi ini, karena dibutuhkan sumber daya yang sangat besar (Tjiptono dan Candra, 2012 : 154)

2.7 Agen

Agen adalah perorangan atau badan usaha yang bertindak sebagai perantara, yang untuk adan atas nama pihak yang menunjuknya untuk melakukan penjualan/pemasaran. Seorang agen bertindak untuk dan atas nama prinsipal. Sebagai keuntungannya agen biasanya memperoleh komisi dari keberhasilan menjual barang (Permendag 23 : 1998).

BAB III

ANALISA DESKRIPTIF

3.1 Data Umum

3.1.1 Sejarah PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Semarang

PT. Bank Tabungan Negara Syariah merupakan Unit Usaha Syariah (UUS) dari PT. Bank Tabungan Negara yang menjalankan bisnis dengan prinsip syariah. Bank BTN Syariah mulai beroperasi pada tanggal 14 Februari 2005 bertepatan dengan 5 Muharram 1426 H di Kantor Cabang Syariah pertama di Jakarta. Selanjutnya pembukaan BTN Kantor Cabang Syariah yang kedua di Bandung tanggal 28 Februari 2005, dan ketiga di Surabaya tanggal 17 Maret 2005, serta berikutnya Kantor Cabang Syariah keempat di Yogyakarta pada tanggal 4 April 2005, kelima di Makasar pada tanggal 11 April 2005. Selanjutnya PT. BTN (Persero) Kantor Cabang Syariah Semarang yang berlokasi di Jl. M. T. Haryono No. 717 Semarang pada tanggal 3 April 2008 atau yang bertepatan pada tanggal 26 Rabiul Awal 1428 Hijriah oleh Direktur Utama Iqbal Latanro. Hingga Agustus 2009 lah dibuka 20 Kantor Cabang Syariah di beberapa kota di Indonesia, dengan 119 Kantor Layanan Syariah. (dokumen BTN KCS Semarang).

Tujuan pendirian UUS Bank BTN adalah untuk memenuhi kebutuhan nasabah akan produk dan layanan perbankan sesuai dengan prinsip syariah, dan memberi manfaat yang setara, seimbang dalam pemenuhan kebutuhan kepentingan nasabah dan bank. PT. BTN Syariah menjalankan fungsi intermediasi dengan menghimpun dana masyarakat melalui produk-produk Giro, Tabungan dan Deposito serta menyalurkannya kembali ke sektor riil melalui berbagai produk pembiayaan KPR, Multiguna, Investasi dan Modal Kerja. Sesuai dengan Mottonya : "Maju dan Sejahtera Bersama", maka BTN Syariah mengutamakan prinsip keadilan dan kesetaraan dalam penerapan imbalan bagi hasil antara nasabah dan bank. Meskipun relatif muda, namun BTN Syariah Kantor Cabang Semarang telah di manage dengan baik, hal ini terbukti dengan adanya visi dan misi perusahaan, Tujuan pendirian serta adanya pedoman pegawai yang menjadi acuan etika bagi para pegawainya dalam memberikan pelayanan bagi para nasabah. Semua ini merupakan konsep yang ideal yang ingin dicapai oleh perusahaan, yaitu menjadi salah satu perusahaan yang unggul.

3.1.2 Visi, Misi, Etika BTN Syariah serta Budaya Kerja BTN Syariah

A. Visi Bank BTN Syariah

Mendukung Visi Bank Tabungan Negara Konvensional, yakni menjadi SBU Bank Syariah terkemuka, sehat dan menguntungkan dalam penyediaan jasa keuangan syariah dan mengutamakan kemaslahatan bersama.

B. Misi Bank BTN Syariah

Misi BTN Syariah menunjang misi BTN Konvensional, yakni :

1. Memberikan pelayanan unggul dalam pembiayaan perumahan dan industri terkait, pembiayaan konsumsi dan usaha kecil menengah.
2. Meningkatkan keunggulan kompetitif melalui inovasi pengembangan produk, jasa dan jaringan strategis berbasis teknologi tertinggi.
3. Menyiapkan dan mengembangkan Human Capital yang berkualitas, profesional dan memiliki integritas tinggi.
4. Melaksanakan manajemen perbankan yang sesuai dengan prinsip kehati-hatian dan *Good Corporate Governance* untuk meningkatkan *Shareholder Value*.
5. Memperdulikan kepentingan masyarakat dan lingkungannya.

C. Etika BTN Syariah

1. Patuh dan taat pada ketentuan syariah serta perundang-undangan dan peraturan yang berlaku.
2. Melaksanakan pencatatan segala transaksi yang berkaitan dengan kegiatan BTN secara benar sebagai wujud dari sikap profesionalisme dan sikap amanah.
3. Berlomba dalam kebaikan untuk memberikan yang terbaik kepada semua stakeholders.
4. Menghindari dari keterlibatan dalam pengambilan keputusan dalam hal terdapat pertentangan kepentingan.
5. Menjaga kerahasiaan nasabah dan BTN
6. Memperhitungkan dampak yang merugikan dari setiap kebijakan yang ditetapkan BTN terhadap keadaan ekonomi, sosial dan lingkungannya.

D. Budaya Kerja.

BTN Syariah memiliki ilai-nilai dasar yang dianut oleh jajaran untuk mewujudkan visi dan misi BTN Konvensional adalah sebagai berikut :

1. Sebagai seorang yang beriman dan bertaqwa, pegawai PT. BTN taat melaksanakan dan mengamalkan ajaran agamanya masing-masing secara khusuk.
2. Pegawai PT. BTN selalu berusaha untuk menimba ilmu guna meningkatkan pengetahuan dan keterampilannya demi kemajuan PT. BTN.

3. Pegawai PT. BTN mengutamakan kerjasama dalam melaksanakan tugas untuk mencapai tujuan PT. BTN dengan kinerja yang terbaik.
4. Pegawai PT. BTN selalu memberikan yang terbaik secara ikhlas bagi PT. BTN dan semua stakeholders, sebagai perwujudan dari pengabdian yang didasari oleh semangat kesediaan berkorban tanpa pamrih pribadi.
5. Pegawai PT. BTN selalu bekerja secara professional yang kompeten dalam bidang tugasnya. Dalam bekerja.

E. Slogan Bank Tabungan Negara

“Maju Sejahtera Bersama”.

F. Nilai-Nilai Perusahaan

Nilai dasar budaya dan perilaku utama Bank Tabungan Negara Syariah :

1. Pelayanan
 - a. Ramah, sopan dan bersahabat
 - b. Peduli, proaktif dan cepat tanggap

2. Inovasi

- a. Berinisiatif melakukan penyempurnaan
- b. Berorientasi menciptakan nilai tambah

3. Keteladanan

- a. Menjadi contoh dalam berperilaku baik dan benar
- b. Memotivasi penerapan nilai-nilai budaya kerja

4. Profesionalisme

- a. Kompeten dan bertanggungjawab
- b. Bekerja cerdas dan tuntas

5. Integeritas

- a. Konsisten dan disiplin
- b. Jujur berdedikasi

6. Kerjasama

- a. Tulus dan terbuka
- b. Saling percaya dan menghargai

(www.btn.co.id/id/Syariah/Visi/-Misi)

G. Gambar dan Arti Lambang PT. Bank Tabungan Negara Syariah



Sumber : btn.co.id

Gambar 3.1 Logo BTN Syariah

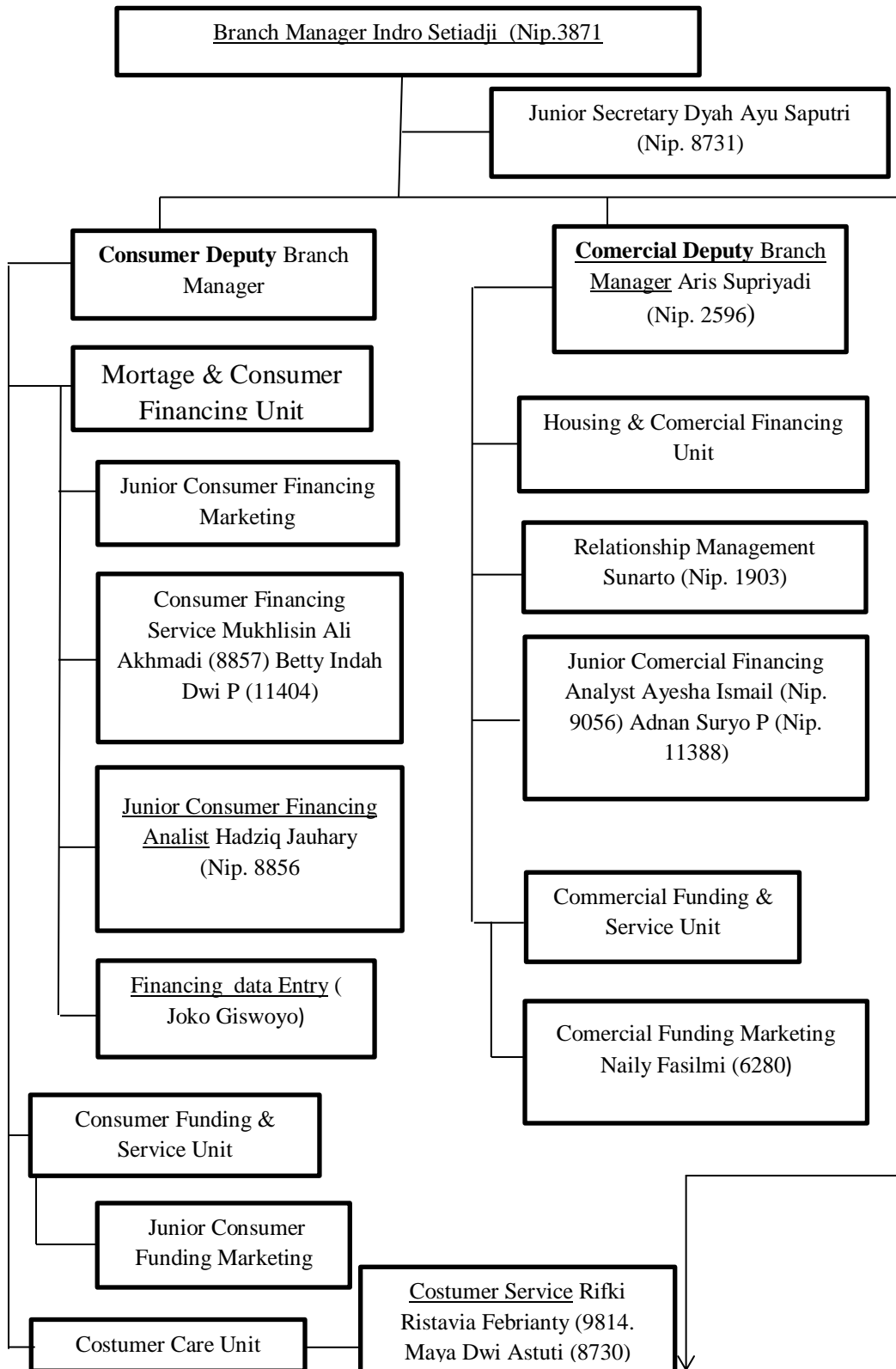
Gambar dan Arti Lambang PT. Bank Tabungan Negara Syariah
Setiap perusahaan senantiasa dilengkapi dengan lambang perusahaan. Lambang mempunyai arti penting karena lambang merupakan identitas bagi setiap perusahaan. Adapun lambing 38 perusahaan Bank Tabungan Negara Syariah terlihat pada gambar berikut:

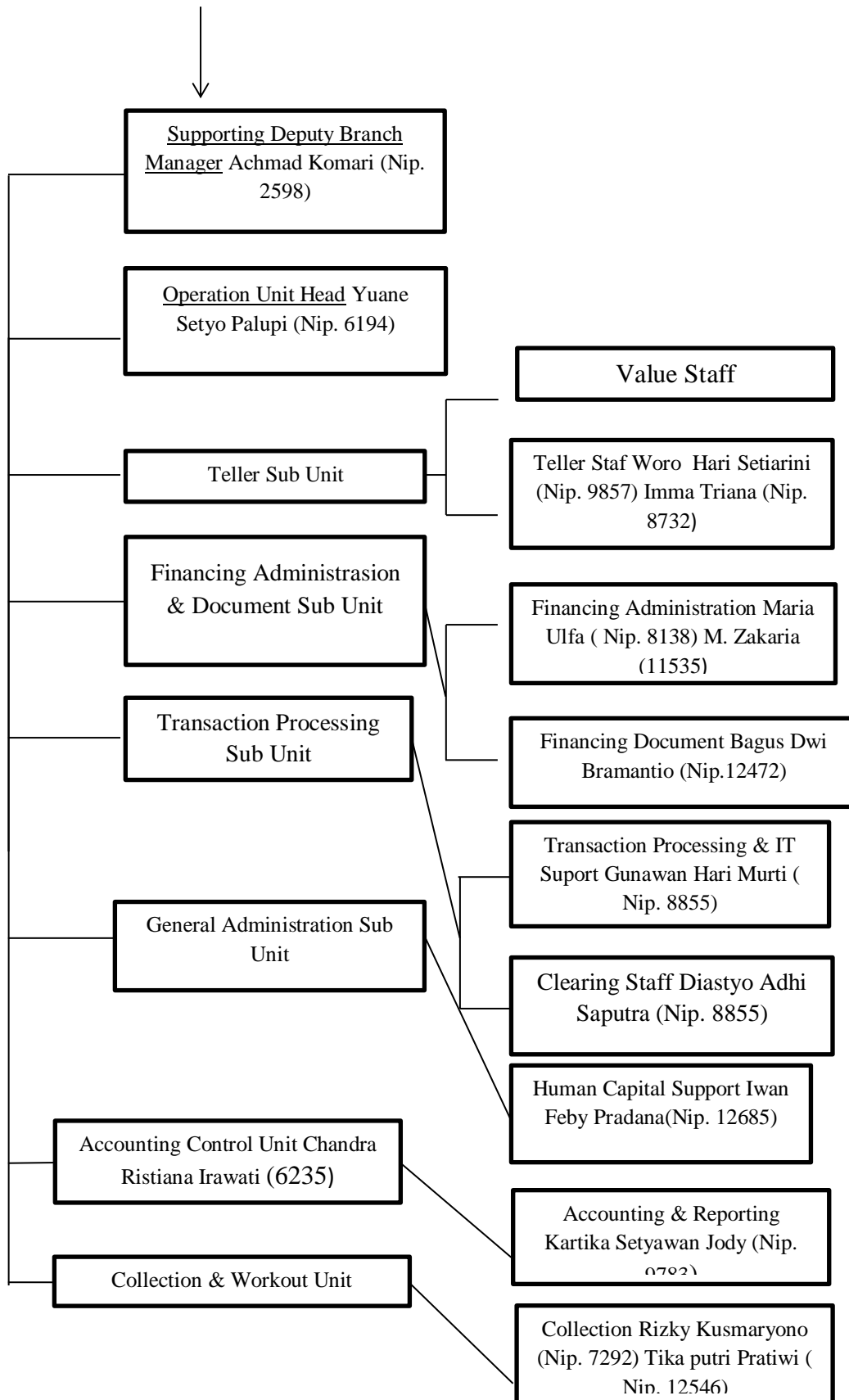
Logo BTN mengambil pola Segi Enam. Pola ini mengambil bentuk Sarang Lebah, yang menyiratkan adanya kegiatan menabung pada masyarakat, sebagaimana halnya lebah yang selalu menyimpan madu perolehannya. Dengan lambang ini, BTN melaksanakan pembagunan nasional dengan mengerahkan dana masyarakat berbentuk tabungan. Pola ini juga menyiratkan "Atap Rumah" yang menjadi citra dan misi utama BTN, sebagai pelaksana KPR bagi masyarakat. Bentuk Logo dengan huruf kecil melambangkan sikap ramah dan rendah hati. Ramah terhadap semua segmen bisnis yang dimasuki, menunjukkan keinginan yang besar untuk melayani dengan rendah hati (*Customer Focus*). Warna Huruf Biru Tua

Biru melambangkan rasa nyaman, tenang, menyejukkan, warna ini umumnya dipakai oleh institusi di bidang jasa. Warisan luhur, stabilitas (*Command, memimpin*) dan serius (*Respect*) serta tahan uji (*Reliable*). Dasar pondasi yang kuat, berhubungan dengan kesetiaan, hal yang dapat dipercaya, kehormatan yang tinggi (*Trust, Integrity*). Simbol dari spesialis (*Professionalism*). Bentuk Gelombang Emas Cair Gelombang emas cair sebagai simbol dari kekayaan finansial di Asia. Lengkungan emas sebagai metamorphosa dari sifat Agile, Progresif, Pandangan ke depan. (*Excellence*), fleksibilitas serta ketangguhan atas segala kemungkinan yang akan datang. Warna Kuning Emas (kuning ke arah orange).

Warna logam mulia (emas) menunjukkan keagungan, kemuliaan, kemakmuran, kekayaan sehingga menjadikan kita merasa tajam perhatiannya (warna yang menarik perhatian orang), aktif, kreatif dan meriah, warna spiritual dan melambangkan hal yang luar biasa warna ini juga ramah, menyenangkan dan nyaman. Warna ini diterima sebagai warna riang, membuat perasaan Anda bahwa masa depan lebih baik, cemerlang dan menyala-nyala. (www.btn.co.id/id/Syariah/logo).

H. Stuktur Organisasi BTN Cabang Syariah Semarang





Job Description / Uraian Tugas

1. *Branch Manager* (Kepala Kantor Cabang) *Branch Manager* adalah seorang pejabat pimpinan yang diberi tanggung jawab untuk memimpin kantor cabang, bertanggung jawab langsung kepada direksi dan mempunyai bawahan langsung yaitu kepala seksi dan kepala kantor kas. Tugas dan Wewenang :
 - a. Memimpin kantor cabang
 - b. Melaksanakan pengawasan akan tugas-tugas yang diberikan kepada bawahan dan mengadakan evaluasi terhadap tugas-tugas tersebut.
 - c. Mengelola keuangan harta kekayaan bank dan seluruh kegiatan usaha kantor cabang.
 - d. Mendayagunakan tenaga kerja dengan peralatan guna peningkatan kemauan serta kemampuan kerja dan pengetahuan serta hubungan kerjasama yang baik diantara pegawai untuk mencapai hasil yang maksimal.³⁰
 - e. Mengkoordinasikan pembuatan rencana kerja, anggaran cabang dan melakukan evaluasinya serta memenuhi target yang telah ditentukan.

2. *Deputy Branch Manager* (Wakil Kepala Cabang) *Deputy Branch Manager* adalah seorang pejabat yang langsung berada dibawah *Branch Manager* yang disertai tugas untuk memimpin pelaksanaan aktifitas sehari-hari sesuai dengan bidangnya masing-masing.

Deputy Branch Manager ini terbagi menjadi dua yaitu :

a. *Deputy Branch Manager Retail* (Kepala Seksi Pelayanan), Tugas dan wewenang :

- 1) Membina dan memberikan pengarahan kepada kepala *Teller service*, kepala *Customer Service* dan kepala *Loan Service*.
- 2) Menjamin kecepatan dan pelayanan tinggi dalam bidang *Loan Service*, *Customer service*, *Teller Service* dan Kantor Kas.
- 3) Menciptakan suasana kerja yang ramah, bersahabat, dapat dipercaya, disiplin dan dinamis demi pelayanan yang baik.
- 4) Merencanakan, mengorganisasikan, mendelegasikan dan mengontrol semua aktifitas bidang retail demi tercapainya target bidang pelayanan retail yang efisien dan efektif sehingga terwujud pertumbuhan asset dan keuntungan yang tinggi.
 - a) *Teller Service* / Layanan teller Transaksi Penyetoran & penarikan valas/non valas.
 - (1) Administrasi kas.
 - (2) Proses tunai & non tunai.
 - b) *Customer Service* / Layanan Nasabah
 - (1) Penjualan/*Marketing* produk dana-, pembiayaan & jasa.
 - (2) informasi kepada nasabah.
 - (3) Pembukaan/penutupan rekening.
 - (4) Administrasi kartu ATM.

(5) Klaim Nasabah Dana.

c) *Financing Service and Account Officer* / Layanan Pembiayaan.

(1) Permohonan Pembiayaan.

(2) Pelunasan Pembiayaan.

(3) Klaim Nasabah Pembiayaan.

b. *Deputy Branch Manager Operation* (Kepala Seksi Operasional)

Tugas dan Wewenang :

1) Mengelola operasional harian cabang untuk menjamin efektifitas dan efisiensi.

2) Menjamin standar kualitas dalam bidang Pemrosesan Transaksi, Administrasi Kredit dan Administrasi Umum Cabang.

3) Menjamin produktifitas dan kapabilitas pegawai bidang operasional.

a) *Trans Processing* / Pemrosesan Transaksi

(1) Administrasi dana

(2) Entry data

(3) Kliring

(4) Proses Khusus (Pajak, ATM, Cek, dll)

(5) Pemeliharaan Hardware/Software

- 4) *Financing Admin* / Administrasi Pembiayaan
 - Administrasi Pembiayaan.
 - (1) Dokumentasi Pembiayaan.
 - (2) Dukungan Adm terhadap Financing Service
 - 5) General Branch Admin / Umum dan Personalia.
 - a) Manajemen Kepegawaian.
 - b) Pengelolaan anggaran / KPA.
 - c) Logistik
 - d) Manajemen Arsip & Surat menyurat.
 - e) Protokoler / Kesekretariatan.
- c. *Accounting & Control* / Akuntansi dan kontrol
- 1) Internal Kontrol Cabang.
 - 2) Mengelola bukti-bukti transaksi.
 - 3) Menyiapkan laporan untuk pihak ekstern/intern.
 - 4) Sebagai koordinator RKAP.
 - 5) Sebagai koordinator dalam Pemeriksaan Auditor *Intern/Ekstern*.
- d. *Financing Recovery* / Pembinaan & Penyelesaian Pembiayaan
- 1) Pembinaan pembiayaan.
 - 2) Restrukturisasi Pembiayaan.
 - 3) Penyelesaian Pembiayaan.
 - 4) Produk-Produk Bank BTN Syariah PT Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Syariah Semarang dalam melakukan

kegiatan dan bidang usaha secara garis besar meliputi penghimpunan dana dan pembiayaan.

I. Produk Tabungan Bank BTN Syariah

Produk-produk yang ditawarkan Bank BTN Syariah terdiri dari tiga produk, yaitu produk penghimpunan dana, produk penyaluran dana dan produk jasa.

1. Produk-produk Penghimpunan Dana (*Funding*) BTN Syariah senantiasa berinovasi dengan meluncurkan beragam produk berbasis syariah. Sebagai sarana pendukung bisnis terpercaya, BTN Syariah menawarkan berbagai macam transaksi perbankan yang menguntungkan. Adapun produk dan jasa unggulan BTN Syariah selengkapnya adalah sebagai berikut:
 - a. Tabungan Batara iB Produk Tabungan sebagai media penyimpanan dana dalam rupiah dengan menggunakan akad sesuai syariah yaitu Wadi'ah.
 - b. Tabungan BTN Prima iB Produk Tabungan sebagai media penyimpanan dana dalam rupiah dengan menggunakan akad sesuai syariah yaitu Mudharabah (*Investasi*).

- c. Tabungan BTN Batara Haji dan umroh iB Produk Tabungan Haji BTN Syariah, sebagai sarana penyimpanan dana untuk Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH) calon Jemaah haji, dengan menggunakan akad sesuai syariah yaitu Mudharabah (Investasi), bank menjanjikan bagi hasil yang menguntungkan dan bersaing bagi nasabah atas simpanannya. Manfaat dan keuntungan tabungan ini adalah:
- 1) Memperoleh nomor porsi apabila saldo telah mencapai syarat saldo minimal yang ditetapkan Depag.
 - 2) Bebas biaya administrasi.
 - 3) Mendapat imbalan bagi hasil yang menarik sesuai dengan nisbah yang disepakati bersama. Ketentuan tabungan ini adalah:
 - a) Minimal setoran awal sebesar Rp 100.000
 - b) Minimal setoran selanjutnya sebesar Rp 100.000
- d. Giro BTN iB Adalah sebagai sarana pendukung bisnis terpercaya, dengan menawarkan transaksi perbankan yang menguntungkan melalui Giro Batara iB

2. Produk-produk Penyaluran Dana (*Lending*)

- a. KPR BTN iB (Kredit Pembiayaan Rumah) Adalah produk pembiayaan BTN Syariah yang ditujukan bagi perorangan, untuk pembelian rumah, ruko, apartemen baik baru maupun lama. Akad yang dipergunakan adalah Murabahah (jual beli).
- b. KPR Indensya iB Adalah fasilitas pembiayaan KPR berdasarkan akad Isthisna (jual beli atas dasar pesanan), diperuntukan bagi pemohon perorangan yang akan membeli rumah dari Bank, yang dibangun oleh pengembang sesuai dengan pesanan dari nasabah.
- c. Kendaraan Bermotor BTN iB Adalah Produk pembiayaan dalam rangka pembelian kendaraan bermotor (mobil dan sepeda motor) bagi nasabah perorangan dengan menggunakan prinsip akad Murabahah (jual beli).
- d. Modal Kerja BTN iB Produk pembiayaan yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan belanja modal kerja nasabah lembaga/perusahaan dengan menggunakan prinsip akad Mudharabah (bagi hasil), dengan rencana pengembalian berdasarkan proyeksi kemampuan cashflow nasabah.
- e. Pembiayaan Kontruksi BTN iB Produk pembiayaan yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan belanja modal kerja pengembang perumahan untuk membangun proyek perumahan dengan menggunakan prinsip akad Musyarakah (bagi hasil), dengan rencana pengembalian berdasarkan proyeksi kemampuan cashflow nasabah

- f. Investasi BTN iB Produk pembiayaan yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan belanja barang modal (*capital expenditure*) perusahaan/lembaga dengan menggunakan prinsip akad Murabahah (jual beli) dan/atau Musyarakah (bagi hasil), dengan rencana pengembalian berdasarkan proyeksi kemampuan cashflow nasabah
- g. Tunai Emas BTN iB Tunai Emas BTN iB adalah pinjaman kepada nasabah berdasarkan Prinsip Qardh yang diberikan oleh Bank kepada nasabah berdasarkan kesepakatan, yang disertakan dengan Surat Gadai sebagai penyerahan Marhun (Barang Jaminan) untuk jaminan pengembalian seluruh atau sebagian hutang nasabah kepada Bank.
- h. KPR BTN Sejahtera iB (FLPP) merupakan produk pembiayaan BTN Syariah guna pembelian rumah bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) dengan menggunakan prinsip jual beli (akad murabahah).
- i. Multimanfaat BTN iB merupakan pembiayaan konsumtif perorangan yang ditunjukkan khusus bagi para pegawai dan pensiunan yang manfaat pensiunnya dibayarkan melalui jasa Payroll BTN Syariah. Multimanfaat BTN iB digunakan untuk keperluan pembelian berbagai jenis barang yang bermanfaat sesuai kebutuhan dan tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku, seperti barang elektronik, furniture dan alat rumah tangga, serta barang kebutuhan lainnya. Akad yang digunakan adalah akad jual beli (murabahah).

- j. Multijasa BTN iB merupakan pembiayaan yang dapat digunakan untuk keperluan mendanai berbagai kebutuhan layanan jasa bagi Nasabah seperti : Paket biaya pendidikan, Paket biaya pernikahan, Paket biaya travelling (perjalanan wisata), Paket biaya umroh/haji plus, Paket biaya kesehatan, Paket biaya jasa lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip Syariah.

3. Produk Jasa

- a. Pay Roll BTN iB bentuk layanan pembayaran gaji karyawan bagi perusahaan/lembaga lainnya dengan melalui ATM BTN Syariah, Manajemen administrasi dan keuangan yang dapat dilakukan secara tertib, aman dan akurat karena resiko kesalahan hitung atau kesalahan administrasi gaji menjadi tanggung jawab bank.
- b. SPP Online BTN iB fasilitas pengelolaan dana bagi perguruan tinggi untuk bisa meningkatkan layanan kepada mahasiswa yang tersebar diseluruh Indonesia dalam penerimaan SPP secara *real time online* sehingga dapat memperoleh informasi keuangan dan administrasi Pembayaran secara cepat dan lengkap.
(www.btn.co.id/id/Syariah/Produk/-Dana)

3.2 Data Khusus

3.2.1 Produk Tabungan BTN Batara Haji dan Umrah iB Kantor Cabang Syariah Semarang.

Tabungan BTN Batara Haji dan Umrah iB sebagai sarana penyimpanan dana untuk Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH) calon Jemaah haji, dengan menggunakan akad sesuai syariah yaitu Mudharabah (Investasi), bank menjanjikan bagi hasil yang menguntungkan dan bersaing bagi nasabah atas simpanannya.

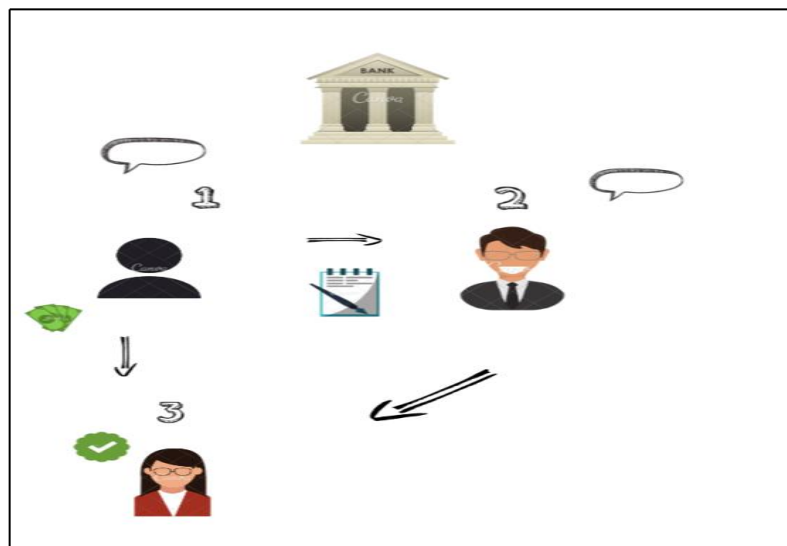
3.2.2 Manfaat dan Keuntungan Produk Tabungan BTN Batara Haji dan Umrah iB

1. Memperoleh nomor porsi apabila saldo telah mencapai syarat saldo minimal yang ditetapkan Depag.
2. Bebas biaya administrasi.
3. Bagi hasil yang kompetitif
4. Paket Ibadah Umroh dengan harga fasilitas terbaik
5. Imbal hasil dapat diautodebet untuk Zakat, Infaq Shadaqah
6. Mendapat imbalan bagi hasil yang menarik sesuai dengan nisbah yang disepakati bersama Bank 84.15% Naabah 15.5% (bisa berubah sewaktu waktu).

3.2.3 Syarat dan Ketentuan pembukaan produk BTN Batara Tabungan Haji dan Umrah iB Kantor Cabang Syariah Semarang

1. Memiliki prinsip Mudharabah Mutlaqah
2. Bisa untuk calon nasabah perseorangan maupun lembaga
3. Rekening dapat berlaku Warga Negara Indonesia dan Warga Negara Asing
4. Perorangan dan min usia 17 tahun
5. Fotocopy KTP /Identitas yang berlaku
6. Orang atau lembaga atas nama rekening yang dibuka bertanggung jawab sepenuhnya terhadap segala kewajiban yang timbul dari rekening tersebut.

3.2.4 Prosedur Pembukaan Produk Tabungan Haji dan Umrah BTN iB Kantor Cabang Syariah Semarang



Gambar 3.2.3 Prosedur Pembukaan tabungan BTN Batara iB Haji dan Umroh

(Hasil Wawancara saudara Comercial Funding Marketing Naili Fasilmi)

1. Nasabah datang ke Bank lalu menemui CS, kemudian CS menjelaskan ketentuan dan persyaratan yang harus dipenuhi yaitu dengan foto copy identitas diri calon nasabah, Setelah nasabah menyetujui persyaratan tersebut nasabah mengisi form.
2. CS segera membuat rekening baru nasabah dan menginput data nasabah, kemudian nasabah mengisi setoran awal didampingi oleh CS.
3. Nasabah menemui *Teller* untuk melakukan setoran awal. *Teller* teliti dan memeriksa setelah cocok, *teller* melakukan pemindahan bukuan dan mevalidasi dan menstampel slip. Setelah selesai slip yang asli untuk bank dan slip yang kedua untuk nasabah. Awal setor adalah Rp. 100.000 dan setoran selanjutnya masih sama Rp. 100.000.

3.2.5 Strategi pemasaran produk tabungan BTN Batara Haji dan Umrah iB pada PT. BTN Kantor Cabang Syariah Semarang.

Strategi pemasaran diperlukan pada sebuah lembaga keuangan syariah seperti PT. BTN Syariah, dimana lembaga ini selain berorientasi pada fungsi profit, lembaga ini juga mempunyai kapasitas sebagai lembaga yang yang berorientasi pada fungsi sosial. Pada lembaga keuangan syariah seperti PT. BTN Syariah, disadari perlunya bersaing pada pemasaran produk-produk serta jasa layanan, sehingga diperlukan strategi pemasaran pada produk dan jasa bank.

BTN Batara Haji dan Umroh iB. Produk merupakan produk yang diperuntukkan bagi nasabah yang ingin melaksanakan ibadah haji dan umrah, sehingga keinginannya dapat terpenuhi. Dari hasil interview yang dilakukan oleh penuliss terhadap Pegawai Bank BTN Kantor Cabang Syariah Semarang Bapak Ajie : Dalam kegiatan pemasaran Produk Tabungan BTN Batara Haji dan Umrah iB yaitu :

Strategi pemasaran produk tabungan BTN Batara Haji dan umroh sama halnya dengan pemasaran produk tabungan lainnya. Akan tetapi produk ini targetnya tidak hanya menasar masyarakat akan tetapi kepada perusahaan-perusahaan biro travel yang mempunyai jemaah agar dapat dananya dialirkan ke Bank. Jadi posisi keduanya sama-sama mencari konsumen. Strategi pemasaran dapat dikoordinasi menjadi teknik pemasaran “ *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) kemudian dilanjutkan tahap STP . Berikut pemaparannya :

1. Produk

Produk tabungan BTN Batara Haji dan Umroh iB adalah sarana penyimpanan dana untuk Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH) calon Jemaah haji, dengan menggunakan akad sesuai syariah yaitu *Mudharabah* (Investasi), bank menjanjikan bagi hasil yang menguntungkan dan bersaing bagi nasabah atas simpanannya. Dapat disimpulkan bahwa yang ditawarkan produk tersebut adalah mendukung perencanaan Ibadah atau Umrah dengan prosedur yang praktis serta memberikan profit melalui bagi hasil yang bersaing.

2. Harga

Dalam penetapan harga produk tabungan BTN Batara Haji dan Umroh iB menyesuaikan rata-rata tingkat kemampuan masyarakat umum. Nilai Rp. 100.000 dinilai memudahkan dan terjangkau semua kalangan.

3. Promosi

Dalam pemasaran produk tabungan BTN Batara Haji dan Umroh iB target nasabah tidak hanya perorangan melainkan instansi seperti perusahaan travel yang dananya bisa dialirkan ke Bank.

Strategi promosi biasa diterapkan adalah sebagai berikut :

- a) Membuka stand di beberapa kantor KBIH (Kelompok Bimbingan Ibadah Haji) seperti, KBIH Muhammadiyah Semarang dan KBIH Nurul Huda Semarang
- b) Merangkul tokoh-tokoh masyarakat yang memiliki jamaah seperti kyai, pimpinan organisasi masyarakat, lingkup pondok pesantren di daerah Demak, Kudus, Pati.
- c) Menawarkan kepada karyawan yang *payroll* di BTN Syariah.
- d) Media *Billboard*, media ini berlokasi di perempatan Jalan MT Haryono dengan ukuran 8 x 16 M.

4. Tempat/Distribusi

Target dan segmen yang diprioritaskan adalah di daerah-daerah yang memang terkenal antusias untuk menunaikan Haji seperti Kota Semarang, Kudus, Demak, Jepara, Pati. Hal tersebut dilihat dari jumlah jatah kloter yang banyak serta daftar tunggu yang panjang.

Pada tahap selanjutnya masuk kedalam tahap STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*).

1. *Segmentation*

Segmentasi atau pengelompokan calon nasabah sangat berguna bagi staff BTN KCS Semarang untuk memberikan kesan terbaik dan pelayanan sesuai dengan karakteristik yang sudah diketahui sebelumnya.

2. *Targeting*

Berdasarkan data hasil wawancara PT. BTN KCS Semarang tidak menetapkan target penjualan dikarenakan produk tersebut bukan *item core* dari Bank BTN

3. *Positioning*

Sama halnya dengan pemasaran produk tabungan lainnya tahap positioning dilakukan pihak BTN KCS Semarang agar berbeda dan harus lebih baik dengan yang lain. Yakni berusaha menanamkan citra baik kepada calon nasabah.

BAB IV

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai strategi pemasaran produk tabungan haji dan umrah ib di BTN Syariah Kantor Cabang Syariah Semarang maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Produk tabungan BTN Batara Haji dan Umrah iB adalah sarana penyimpanan dana untuk Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH) calon Jemaah haji, dengan menggunakan akad sesuai syariah yaitu Mudharabah (Investasi), bank menjanjikan bagi hasil yang menguntungkan dan bersaing bagi nasabah atas simpanannya. Dan prosedur pembukaan produk tabungan BTN Batara Haji dan Umrah iB Kantor Cabang Syariah Semarang.
2. Adapun keunggulan dari Produk BTN Batara Haji dan Umrah iB adalah memperoleh profit dari bagi hasil yang diperoleh, syarat pembukaan mudah, setoran yang ringan diawal pembukaan dan seterusnya sebesar RP. 100. 000.
3. Strategi pemasaran produk tabungan BTN Batara Haji dan Umroh iB melalui teknik bauran pemasaran atau *mix marketnig*. Yang terdiri dari beberapa elemen yaitu produk, harga, promosi dan tempat/distribusi dan implementasi di lapangan sudah dilakukan dengan sesuai.

3.1 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan dari laporan magang yang telah tersusun, saran yang dapat diberikan adalah :

1. Tetap berupaya menjadikan produk tabungan BTN Batara Haji dan Umrah iB sebagai produng unggulan walaupun bukan domainnya
2. Pertahankan strategi yang diterapkan karea sangat baik dari segi teori maupun pelayanan pihak BTN Syariah
3. Segera lakukan evaluasi total apabila dirasa target penjualan belum dapat maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Taqdir, Meity Qodratilah. 2011. *Kamus Bahasa Indonesia untuk Pelajar*. Jakarta: Pengembangan dan Pembinaan bahasa Kememntrian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Swastha, Basu dan Irawan. 1997. *Manajemen Pemasaran Modern*. Cetakan Kelima. Yogyakarta: Liberty.
- Morissan, MA. 2005. *Media Penyiaran-Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Ramdina Prakasa
- PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA
NOMOR : 23/M-DAG/PER/9/2011
- Riyadi Slamet. 2006. *Banking Assets And Liability Management*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- J. Paul Peter dan Jerry C. Olson. 2014 *Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta : Salemba Empat
- UU Perbankan No. 10 tahun 1998
- Undang Undang Nomor 7/46/PBI/2005
- Kasmir. 2005. *Prinsip-prinsip pemasaran* edisi. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Penerbit Erlangga*. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Tjiptono, Candra, 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi
- <http://www.btn.co.id/id/Syariah/TentangKami/ProfilBTNSyariah> (diakses pada 13 April pukul 13.22)
- www.bphn.go.id/data/documents/232011. (diakses pada 13 April pukul 15.12)
- www.btn.co.id/id/Syariah/Produk/Produk-Dana
- Brosur BTN Syariah