

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK CICIL EMAS BANK SYARIAH
MANDIRI KANTOR CABANG PEMBANTU KALIURANG
YOGYAKARTA**

Laporan Magang



Disusun oleh :

Eta Septiani

15213051

Program Studi Perbankan dan Keuangan

Program Diploma III Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Indonesia

2018

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK CICIL EMAS PADA BANK
SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG PEMBANTU KALIURANG
YOGYAKARTA**

Laporan Magang

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

Indonesia

Disusun Oleh:

ETA SEPTIANI

15213051

Program Studi Perbankan dan Keuangan

Program Diploma III Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Indonesia

2018

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN MAGANG

STRATEGI PEMASARAN PRODUK CICIL EMAS BANK SYARIAH MANDIRI
KANTOR CABANG PEMBANTU KALIURANG YOGYAKARTA

Disusun oleh :

Nama : Eta septiani

No Mahasiswa : 15213051

Jurusan : Perbankan dan Keuangan

Telah disetujui oleh dosen pembimbing

Pada tanggal : 30 November 2018

Dosen Pembimbing



Nur Hidayawati E R, SE.,MM)

SURAT BEBAS PENJIPLAKAN

Saya yang bertandatangan 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 atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 30 november 2018



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT. Sholawat serta salam yang senantiasa tercurah kepada junjungan kita yaitu Nabi Muhammad SAW, Karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini dengan judul “Implementasi Service Excellent oleh Costumer service Bank Syariah Mandiri”.

Terselesaikannya laporan magang ini tentunya tidak lepas dari bantuan banyak pihak, sehingga dalam kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya bagi seluruh pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil sehingga dapat terselesaikannya laporan magang ini. Terutama kepada :

1. Allah SWT. Yang telah memberikan rahmat dan karunianya.
2. Kepada orang tua bapak Hazrin dan ibu Hanifa yang telah banyak memberikan cinta, kasih sayang, dukungan dan semangat.
3. Ibu Diana Wijayanti, SE., MSi selaku ketua program studi perbankan dan Keuangan yang selalu meluangkan waktunya untuk membantu kegiatan magang dan membimbing penulis dalam kegiatan akademik.
4. Nur Ellyanawati E R, SE., MM yang selalu meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan yang sangat berguna dalam penyelesaian laporan magang ini.
5. Bapak Kepala Cabang Bank Syariah Bank Syariah Roni Irawan selaku *Branch Manager* Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang yang telah memberikan tempat untuk melaksanakan kegiatan magang,
6. Arif Triyono S selaku *Branch Operasional Manager* Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang sebagai pembimbing kegiatan magang di Bank Syariah Mandiri.
7. Para karyawan Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang yang telah memberikan pengalaman dan ilmunya kepada penulisor Cabang Pembantu Kaliurang Teman-teman Program Diploma III Fakultas

Ekonomi Universitas Islam Indonesia angkatan 2015, khususnya Prodi Perbankan dan Keuangan atas kebersamaan dan motivasinya.

8. Untuk sahabat yang selalu mendukung saya Tika Nurul Hidayanti dan Lombok bersatu beserta pasangan saya yang selalu mendukung.
9. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan pengalaman yang penulis miliki. Maka penulis memohon untuk diberikan kritik dan saran yang membangun bagi penulis. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu. Penulis berharap laporan magang ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Yogyakarta,.....2018

Penulis,

Eta Septiani

DAFTAR ISI

Laporan Magang.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS JIPLAKAN	iii
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.....	2
1.3 Target Magang.....	2
1.4 Bidang Magang	3
1.5 Lokasi Magang.....	3
1.6 Jadwal Magang.....	4
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Magang	4
BAB II: LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Lembaga Keuangan.....	6
2.2 Bank	12
2.3 Bank Syariah	13
2.4 Cicilan Emas	14
2.5 Strategi	14
2.6 Pemasaran	15
2.7 Strategi Pemasaran	15
2.8 Strategi Pemasaran	16
2.9 Bauran Pemasaran	17
BAB III: ANALISIS DESKRIPTIF	18
3.1 Data Umum.....	18
3.1.1 Profil Umum Bank.....	18
3.1.2 Visi dan Misi	19
3.1.3 Struktur Organisasi Bank.....	22
3.1.4 Produk dan Layanan Bank Syariah Mandiri	27
3.2 Data Khusus	28
3.2.1 Produk Cicil Emas	28
3.2.2 Pengertian Cicil Emas	28
3.2.3 Keunggulan Produk Cicil Emas.....	29
3.2.4 Keuntungan investasi Produk Cicil Emas.....	30
3.2.5 Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas	31
BAB IV: KESIMPULAN DAN SARAN	35
4.1 Kesimpulan.....	35
4.2 Saran.....	36
DAFTAR PUSTAKA.....	37
Lampiran.....	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Aplikasi Permohonan Pembiayaan Kepemilikan	
.....	38

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal Kegiatan Magang.....	4
Tabel 2.1 Perbedaan Bank Syariah dan konvensional.....	13
Tabel 3.1 Macam-macam Produk Simpanan	23

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1.3 Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri	20
---	----

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Dasar Pemikiran Magang

Lembaga keuangan mempunyai fungsi dan peran penting bagi kegiatan sistem ekonomi suatu negara. Pengertian lembaga keuangan menurut UU No. 14 tahun 1967 Tentang Pokok-pokok Perbankan adalah Semua badan yang melakukan kegiatan-kegiatan dibidang keuangan menarik uang dari masyarakat dan menyalurkan uang tersebut kembali ke masyarakat. Fungsi dari lembaga keuangan adalah melancarkan pertukaran produk (barang dan jasa) dengan menggunakan uang dan instrumen kredit dan menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan meyalurkan ke masyarakat dalam bentuk pinjaman. Lembaga keuangan terdiri dari 2 (dua) bentuk yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank. Saat ini salah satu yang banyak diminati oleh masyarakat yaitu lembaga keuangan bank khususnya pada sektor perbankan, Salah satu upaya ntuk memperkenalkan produk ke nasabah dengan cara Pemasaran.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, dimana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Proses pemasaran saat ini merupakan tantangan terbesar bagi seorang *marketing* suatu bank, karena pengetahuan masyarakat tentang bank dan keunggulan dari produk bank yang dimilikinya. Hal ini dikarenakan persaingan di sektor perbankan yang

berada di Indonesia sangat ketat dalam usaha memperkenalkan produk perbankan kepada masyarakat, lembaga keuangan bank khususnya sektor perbankan, masing-masing bank mempunyai strategi pemasaran yang tepat.

Menurut Undang-Undang nomor 10 tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya dana kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Di Indonesia terdapat dua jenis bank yaitu bank konvensional dan bank syariah. Salah satu bank syariah milik swasta adalah Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu bank syariah yang beroperasi secara penuh berdasarkan prinsip syariah. Semua produk yang ada di Bank Syariah Mandiri dioperasikan secara syariah. Salah satu produk yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri adalah Cicil Emas. Produk Cicil Emas merupakan fasilitas pembiayaan kepemilikan emas dengan pembayaran secara angsuran dan emas tersebut dijadikan sebagai jaminan yang diambil setelah berakhirnya masa jangka waktu pembiayaan (penangguhan). Produk ini menggunakan akad *Murabahah* dan jangka waktu pembiayaan 5 tahun.

Untuk itu tugas akhir ini mengangkat judul “ **STRATEGI PEMASARAN PRODUK CICIL EMAS BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG PEMBANTU KALIURANG YOGYAKARTA**”.

1.2 Tujuan Magang

Tujuan dilaksanakannya magang ini adalah:

1. Untuk mengetahui produk Pembiayaan Cicil Emas pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran Produk Cicil Emas pada Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta.

1.3 Target Magang

Target dilaksanakan magang ini adalah:

1. Mampu menjelaskan produk cicil emas pada Bank Syariah Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta.
2. Dapat mengetahui strategi pemasaran cicil emas pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta.

1.4 Bidang Magang

Magang dilaksanakan pada bagian *marketing funding* di Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta.

1.5 Lokasi Magang

Magang dilaksanakan pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta

Alamat : Jl. Kaliurang km 6,4 No. B 6-A yogyakarta

Telp : (0274) 887041

Email : www.syariahmandiri.co.id

1.6 Jadwal Magang

Berikut ini adalah jadwal waktu pelaksanaan magang yang dilakukan mulai dari tanggal 24 september 2018 sampai dengan 25 oktober 2018.

Tabel 1.1

Jadwal Pelaksanaan Magang

No	Kegiatan	Bulan			
		Agustus	September	Oktober	November
1	Pengajuan Permohonan magang				
2	Pelaksanaan Magang				
3	Penyusunan Laporan Magang				
4	Bimbingan Dosen				
5	Ujian Tugas Akhir				

1.7 Sistematika Penulisan

BAB 1 Pendahuluan

Pada bab ini menerangkan tentang dasar pemikiran magang, tujuan magang, target magang, bidang magang, lokasi magang, jadwal magang, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Pada bab ini menguraikan berbagai teori yang akan digunakan untuk memecahkan masalah dan berisi tentang pengertian lembaga keuangan, pengertian perbankan, jenis-jenis bank, produk dan jasa perbankan, pengertian pemasaran dan strategi pemasaran.

BAB III Analisis Deskriptif

Pada bab ini merupakan bab yang didalamnya berisi tentang dasar-dasar permasalahan dalam penelitian mengenai strategi pemasaran produk cicil emas dan menjadi acuan dalam penyusunan tugas akhir.

BAB 1V Kesimpulan Dan Saran

Pada bab ini berisi kesimpulan akhir dari pengamatan dan penjabaran sebelumnya dan keluaran yang dihasilkan adalah rekomendasi/saran kebijakan terhadap masalah yang terdapat di perusahaan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Lembaga Keuangan

Pengertian lembaga keuangan menurut SK Menkeu RI No.792 Tahun 1990, lembaga keuangan adalah semua badan keuangan yang kegiatannya menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat terutama guna membiayai investasi perusahaan. Kegiatan lembaga keuangan diutamakan untuk membiayai investasi perusahaan namun tidak memungkinkan untuk membiayai lembaga keuangan. Usaha yang dilakukan oleh lembaga

keuangan bias diperuntukkan bagi investasi perusahaan, kekuatan konsumsi, dan distribusi barang dan jasa.

Fungsi dari lembaga keuangan adalah melancarkan pertukaran produk (barang dan jasa) dengan menggunakan uang dan instrument kredit, menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kemasyarakat dalam bentuk pinjaman, berfungsi untuk memberikan pengetahuan dan informasi, memberikan jaminan dan menciptakan dan memberikan likuiditas. Masyarakat saat ini sudah mulai mengenal lembaga keuangan dalam dua (2) bentuk yaitu: lembaga keuangan dan lembaga keuangan non-bank.

2.2 Bank

2.2.1 Bank

Bank merupakan lembaga keuangan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan maupun transaksi lainnya. Menurut Undang-undang No.10 Tahun 1998 Tentang Perbankan yang dimaksud bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sedangkan pengertian bank umum menurut undang-undang No.10 Tahun 1998 Bank Umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan secara konvensional dan/atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lintas pembayaran.

2.2.2 Jenis-Jenis Bank

Menurut Ismail (2010:13-16) dalam bukunya “Manajemen Perbankan” bank yang berada Indonesia dibagi menjadi beberapa jenis yaitu:

1. Bank Sentral

Bank sentral adalah bank yang didirikan berdasarkan UU No. 13 Tahun 1968 yang memiliki tugas untuk mengatur peredaran uang, mengatur pengarahannya, mengatur perbankan dan lainnya.

2. Bank Umum

Bank umum adalah lembaga keuangan yang menawarkan berbagai produk dan jasa kepada masyarakat dengan fungsi menghimpun, menyalurkan dan lain sebagainya.

3. Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

Bank perkreditan rakyat adalah bank penunjang yang memiliki keterbatasan wilayah operasional dan dana yang dimiliki dengan layanan terbatas pula.

2.2.3 Produk Bank Syariah

Dibawah ini merupakan produk penghimpun dana menurut Karim (2006:291-307) dalam bukunya bank islam analisis fiqih dan keuangan terdapat tiga bentuk produk penghimpun dana bank syariah yaitu

1. Produk penghimpun dana

Tabungan syariah adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap waktu menurut syarat tertentu yang sudah disepakati, tetapi tidak bias diambil dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dapat dipersamakan dengan itu. Berikut ini jenis-jenis tabungan syariah:

a. Tabungan *Wadiah*

Merupakan tabungan yang menggunakan akad wadiah yad adh-dhamanah yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai kehendak pemiliknya

b. Tabungan *Mudharabah*

Merupakan tabungan yang menggunakan akad *mudharabah*. Akad *mudharabah* mempunyai dua bentuk yaitu *mudharabah mutlaqah* dan *mudharabah muqayyadah* perbedaannya tergantung persyaratan bank yang memberi syarat dalam mengelola tabungannya itu sendiri.

c. Deposito syariah

Merupakan investasi yang menerapkan simpanan berjangka berdasarkan prinsip syariah dan ditunjukkan bagi perorangan maupun perusahaan yang menggunakan akad *mudharabah*.

d. Giro syariah

Merupakan simpanan nasabah pada bank syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan pemindahbukuan. Akad yang digunakan dalam giro syariah ada dua yaitu giro syariah *wadiah* dan giro syariah *mudharabah*.

- Giro syariah *Wadiah*

Merupakan titipan dana nasabah kepada bank dimana bank mengelola dana nasabah tanpa harus memberkan imbalan kepada nasabah.

- Giro syariah *mudharabah*

Merupakan akad kerjasama antara nasabah dengan bank dan dalam mengelola dana nasabah bank harus membagi keuntungannya yang dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening.

Produk penyaluran

2.2.3 Produk penyaluran dana

dana pada bank syariah meliputi *murabahah*, *ijarah*, *ishtishna*, *mudharabah* dan *musyarakah*. Berikut penjelasannya:

a. *Murabahah*

Murabahah merupakan akad jual beli antara nasabah dengan bank dimana keuntungan (*margin*) dan harga pokok yang disepakati diawal. Secara praktik, bank membeli barang sesuai keinginan nasabah ke *supplier* dan dijual kembali ke nasabah. Harga jual (keuntungan + harga pokok) yang telah ditentukan tersebut akan diangsur atau dicicil setiap bulan sampai jangka waktu yang telah disepakati di *ijarah*.

b. *Ijarah*

Ijarah biasa disebut dengan akad sewa antara nasabah dengan bank syariah yang bertujuan untuk membiayai kebutuhan jasa atau manfaat suatu barang yang kemudian disewakan kepada nasabah. Biasanya, nasabah akan membayar biaya sewa ke bank syariah setiap bulan dengan kesepakatan diawal. Produk yang menggunakan akad *ijarah* adalah produk pembiayaan pendidikan, pembiayaan umrah atau haji dan beberapa produk investasi lainnya.

c. *Ishtishna*

Ishtishna yaitu akad jual beli dimana barang yang diberi masih dalam proses pembuatan dan pembayarannya dapat dilakukan secara tangguh. Akad *ishtishna* ini dalam perbankan biasa dipakai untuk pembiayaan manufaktur dan konstruksi.

d. *Mudharabah*

Mudharabah merupakan akad bagi hasil dimana bank syariah (*shahibul maal*) menanggung semua usaha nasabah (*mudharib*).

e. *Musyarakah*

Musyarakah hampir sama seperti sama seperti *mudharabah* yaitu sama-sama akad bagi hasil tetapi yang membedakan ialah bank syariah 100%.

2.2.4 Produk Jasa

1. *Wakalah*

Wakalah yang berarti perwakilan atau perwalian yaitu Bank Syariah yang bertindak sebagai wali dari nasabah dalam melakukan transaksi keuangan. Akad ini biasa dipakai untuk jasa transfer uang dan *letter of Credit*

2. *Rahn*

Rahn atau gadai merupakan jasa Bank Syariah yang meminjamkan uang (*qard*) dengan jaminan barang seperti emas kepada nasabah dengan jangka waktu pembiayaan selama 4 bulan. Jaminan tersebut dititipkan kepada Bank Syariah dengan menggunakan biaya untuk jasa penitipannya.

3. *Kafalah*

Kafalah merupakan arti dari bank garansi. *Kafalah* merupakan akad yang bertujuan untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban nasabah. Bank Syariah disini yang bertanggung jawab menjamin pembayaran nasabah kepada pihak ke-3 yang telah disepakati bersama.

2.3 Bank Syariah

Menurut (Ahmad Irham, 2010:1) Bank Syariah yaitu bank yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah.

2.2.6. Fungsi Bank Syariah

1. Fungsi penghimpun dana, adalah sebagai penghimpun dana dari masyarakat yang disimpan di bank yang merupakan sumber dana untuk bank, penabung akan mendapatkan jasa berupa bagi hasil.
2. Fungsi penyalur dana, adalah dana yang dihimpun dari masyarakat dalam bentuk tabungan, giro dan deposito harus segera diputar karena sebab dari dana bank akan memberikan bagi hasil.
3. Fungsi memberikan Pelayanan Jasa Bank, adalah sebagai pemberi jasa perbankan seperti jasa transfer, tarikan tunai, pemindahbukuan, dan jasa perbankan.

4. Fungsi penyalur dana, adalah dana yang dihimpun dari masyarakat dalam bentuk tabungan, giro dan deposito harus segera diputar karena sebab dari dana tersebut bank akan memberikan bagi hasil.
5. Fungsi memberikan Pelayanan Jasa, bank, adalah sebagai pemberi jasa perbankan seperti transfer, tarikan tunai, pemindah bukuan, dan jasa perbankan lainnya.

Tabel 2.1

Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Bank Syariah		Bank Konvensional	
1	Investasi hanya untuk proyek dan produk yang halal serta menguntungkan	1	Investasi tidak mempertimbangkan halal atau haram asalkan proyek yang dibiayai menguntungkan
2	<i>Return</i> yang dibayar dan/atau di terima berasal dari bagi hasil atau pendapatan lainnya berdasarkan prinsip syariah.	2	<i>Return</i> baik yang dibayar kepada nasabah dan <i>return</i> yang di terima dari nasabah pengguna dana berupa bunga
3	Perjanjian dibuat dalam bentuk akad sesuai dengan syariah Islam	3	Perjanjian menggunakan hukum positif
4	Hubungan antara bank dan nasabah adalah mitra	4	Hubungan antara bank dan nasabah adalah kreditur dan debitur
5	Dewan pengawas terdiri dari BI, Bapepam, Komisaris, dan Dewan Pengawas Syariah (DPS).	5	Dewan pengawas terdiri dari BI, Bapepam, Komisaris.
6	Penyelesaian sengketa diupayakan diselesaikan secara musyawarah antara bank dan nasabah, melalui peradilan agama	6	Penyelesaian sengketa melalui peradilan negeri setempat.

Sumber : (Ismail, 2011)

2.4 Cici Emas

Emas merupakan logam mulia yang harganya mahal, warnanya kuning, dan dapat dibuat perhiasan (Poerwadarminta, 2006:295). Bahkan orang-orang jaman dahulu telah menjadikan emas sebagai barang investasi. Masyarakat pun tidak hanya bias membeli emas di gedung antam saja, tetapi dapat membeli ditempat lain yang menjual emas untuk dijadikan investasi seperti, perbankan, toko-toko emas ataupun dipegadaian.

Cicil emas adalah salah satu cara untuk memiliki emas dengan cara mencicil, dengan begitu emas akan lebih memudahkan masyarakat untuk bias memudahkan masyarakat untuk memiliki emas.

2.5 Strategi

Menurut (David 2011:18-19) Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai.

Menurut (Rangkuli 2013:183) berpendapat bahwa strategi adalah Perencanaan induk yang komprehensif, yang menjelaskan bagaimana perusahaan akan mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditetapkan sebelumnya.

2.6 Pemasaran

Pengertian pemasaran menurut Kotler (2010) serangkaian kegiatan, dari proses membuat, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan menawarkan transaksi yang mempunyai nilai bagi konsumen, klien, *partner*, dan masyarakat pada umumnya.

2.7. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran terdiri dari 5 elemen (Danang, 2015:4). Elemen-elemen dalam pemasaran diantaranya yaitu:

1. Pemilik Pasar

Pemilihan pasar yaitu memilih pasar yang akan dilayani. Pemilihan pasar dimulai dengan melakukan segmentasi pasar dan kemudian memilih.

2. Perencanaan Produk

Perencanaan pokok meliputi produk spesifik yang dijual, pembentukannya suatu produk, dan desain penawaran individual pada masing-masing ini.

3. Penetapan harga

Yaitu menetapkan harga untuk mengetahui besar kumulatif dari produk kepada pelanggan.

4. Sistem distribusi

Sistem distribusi adalah penyaluran perdagangan yang dilalui produk sehingga dapat diterima oleh masyarakat.

5. Konsep Pemasaran

Komunikasi pemasaran meliputi personal *selling*, promosi penjualan, periklanan, humas *public relations* serta, pemasaran langsung.

2.8 Strategi Pemasaran

Menurut Kotler dan Amstrong 2008 pengertian strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan dana dan nilai keuntungan dari hubungannya dengan konsumen.

2.9 Bauran Pemasaran

Setelah perusahaan menetapkan strategi pemasaran maka perusahaan mampu menerapkan dan merencanakan rician bauran pemasaran (Marketing Mix). Pengertian dari *marketing mix* menurut Kotler dan Keller (2009:63) adalah seperangkat pemasaran baik itu produk, harga, promosi, distribusi yang dipadukan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran. Para pemasar menggunakan alat ini untuk mendapatkan tanggapan yang diinginkan dari pasar sasaran mereka.

Adapun penjelasan dari seperangkat alat pemasaran menurut Hermawan (2012:31) dalam ukumya “Komunikasi Pemasaran” yaitu:

1. Strategi Produk (*product*) Strategi produk adalah barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen. Strategi produk meliputi kualitas barang, *brand*, kemasan, desain dan ragam
2. Strategi Harga

Strategi harga adalah Sejumlah uang yang akan dibayar konsumen kepada perusahaan untuk memperoleh produk. Strategi harga meliputi: daftar harga, *discount*, periode pembayaran, metode pembayaran.

3. Strategi Promosi (*place*)

Strategi promosi adalah cara yang dilakukan untuk menyampaikan manfaat barang yang sudah dibeli kepada konsumen. Strategi promosi meliputi: iklan, dan promosi penjualan.

4. Strategi Distribusi (*place*)

Strategi Distribusi kegiatan perusahaan dalam produksi dalam memproduksi produk dan yang bisa dijangkau oleh konsumen. Strategi distribusi meliputi: lokasi, saluran, transportasi, dan lain sebagainya.

BAB III

ANALISIS DESKRIPTIF

3.1 Data Umum Perusahaan

3.1.1 Sejarah Berdirinya Bank Syariah Mandiri

Bank Syariah Mandiri berdiri sejak tahun 1999, didirikannya Bank Syariah Mandiri ini merupakan jalan keluar pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Pada saat krisis ekonomi dan moneter terjadi menimbulkan dampak negatif terhadap perekonomian Indonesia, tidak terkecuali dunia perbankan. Ketika itu dunia perbankan nasional masih didominasi oleh bank-bank konvensional yang mengalami krisis hebat.

Pada tanggal 31 Juli 1999, pemerintah melakukan penggabungan (merger) empat bank, yaitu Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri.

Bank Mandiri merespon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah. Pemberlakuan UU tersebut merupakan kesempatan yang tepat untuk melakukan konversi dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

Pada tanggal 25 Oktober 1999, Gubernur Bank Indonesia mengukuhkan perubahan kegiatan usaha Bank Mandiri menjadi Bank Umum Syariah melalui SK Gubernur BI No. 1/24/KEF.BI/1999,25 Oktober.

1999. Kemudian, melalui Surat Keputusan Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999 (www.syariahmandiri.co.id).

3.1.2 Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri

1. Visi

Bank Syariah Mandiri untuk mencapai tujuannya memiliki visi yaitu menjadi “Bank Syariah Terdepan dan Modern”.

2. Misi

Dalam menjalankan visi tersebut, Bank Syariah Mandiri memiliki beberapa misi untuk mencapai visi yaitu sebagai berikut :

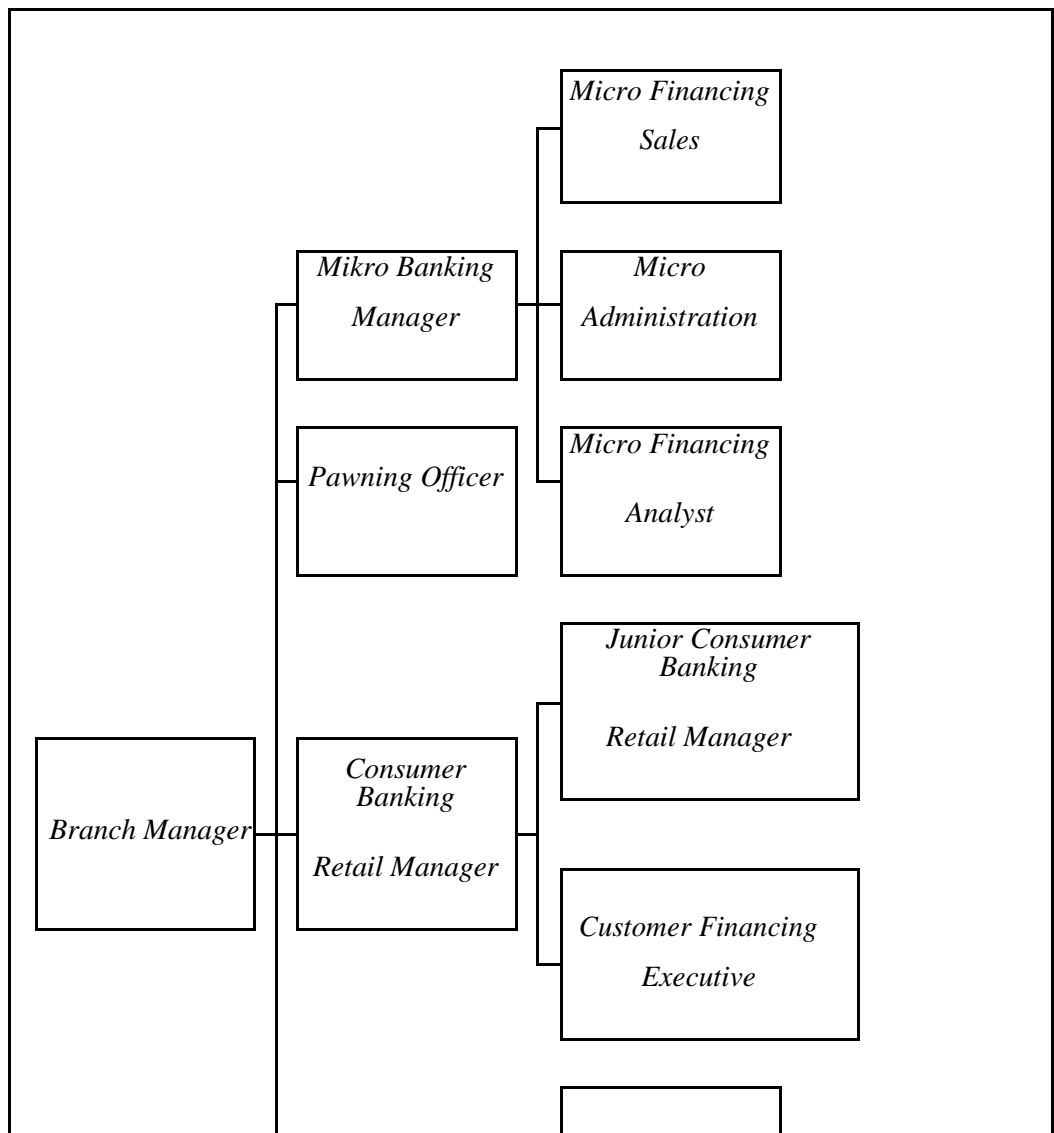
- a. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industry yang berkesinambungan.
- b. Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- c. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.

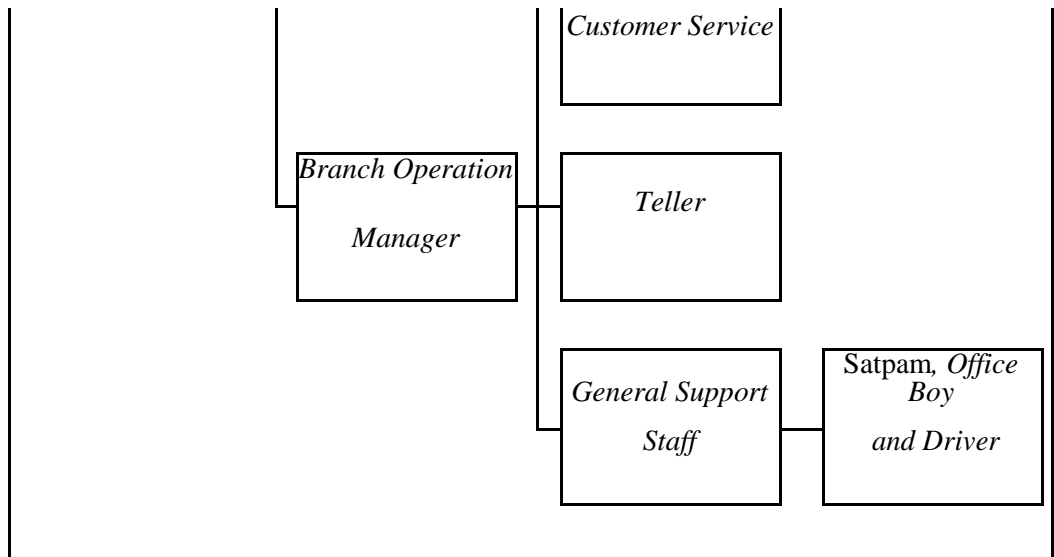
- d. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- e. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- f. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkung

3.1.3 Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri

Berikut adalah struktur organisasi Bank Syariah Mandiri KCP

Kaliurang:





Sumber : BSM, 2018.

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang Yogyakarta

Setiap bidang pada struktur organisasi Bank Mandiri Syariah KCP Kaliurang Yogyakarta memiliki tugas masing-masing, yaitu :

1. *Branch Manager* bertanggung jawab mengelola dan memantau segala aktifitas Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang Yogyakarta
2. *Branch Operation and Service Manager* bertugas memverifikasi seluruh data kegiatan operasional di *banking hall* dan menyetujui

administrasi segala transaksi yang ada di *banking hall* sebelum dilaporkan ke *Branch Manager*. *Branch Operation and Service Manager* membawahi beberapa unit kerja yaitu :

- a. *Customer Service* bertugas melayani pembukaan dan penutupan rekening, menjelaskan produk ke nasabah serta memasukkan data dokumen nasabah ke sistem.
 - b. *Teller* bertugas melayani transaksi tunai dan non tunai serta melakukan pengisian uang di mesin ATM Bank Syariah Mandiri.
 - c. *General Support Staff* bertugas mengatur keuangan bank dan mengeluarkan biaya-biaya yang diperlukan bank. *General Support Staff* membawahi beberapa unit kerja, yaitu :
 - a) *Driver*,
 - b) *Satpam*,
 - c) *Office Boy*.
3. *Pawning Officer* bertanggung jawab atas layanan gadai dan cicil emas di Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang Yogyakarta.
 4. *Consumer Banking Retail Manager (CBRM)* bertugas

memasarkan pembiayaan, menganalisa pembiayaan serta bertanggung jawab atas pembiayaan tersebut. CBRM membawahi beberapa unit, yaitu :

- a. *Junior Consumer Banking Retail Manager* bertugas membantu CBRM.

- b. *Customer Financing Executive* (CFE) bertugas memasarkan pembiayaan Griya, dana pensiun dan OTO BSM.
5. *Micro Banking Manager* bertugas atas pencapaian target pembiayaan mikro Bank Syariah Mandiri. *Micro Banking Manager* membawahi beberapa unit kerja, yaitu :
 - a. *Micro Administration* bertugas membuat akad dan memastikan dokumen pembiayaan telah dilengkapi sebelum fasilitas dicairkan,
 - b. *Micro Financing Sales* bertugas memasarkan produk pembiayaan mikro,
 - c. *Micro Financing Analyst* bertugas menganalisa pembiayaan mikro sebelum pencairan dilakukan.

3.1.4 Produk dan Layanan Bank Syariah Mandiri

1. Simpanan

Bank Syariah Mandiri memiliki beberapa macam simpanan, yaitu:

Tabel 3.1 Macam-macam Produk Simpanan

No.	Nama Produk	Definisi Produk
1.	Tabungan BSM	Tabungan dalam mata uang rupiah dengan menggunakan akad <i>mudharabah muthlaqah</i> .
3.	Tabungan Simpatik	Tabungan berdasarkan akad <i>wadiah</i> .
5.	BSM Tabungan Dollars	Tabungan dalam mata uang dollar (USD) dengan berdasarkan prinsip syariah dengan akad <i>wadi'ah yad dhamanah</i> .
6.	BSM Tabungan Pensiun	Simpanan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip <i>mudharabah</i>

		<p><i>mutlaqah</i>, Produk ini merupakan hasil kerjasama BSM dengan PT Taspen yang diperuntukkan bagi pensiunan pegawai negeri Indonesia.</p>
8.	Tabungan Maburur	<p>Tabungan yang bertujuan untuk menunaikan haji/umrah dengan menggunakan akad <i>mudharabah muthlaqah</i>.</p>

Tabel 3.1 Macam-macam Produk Simpanan

No.	Nama Produk	Definisi Produk
9.	BSM Giro	Sarana penyimpanan dana dalam mata uang Rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip <i>wadiah yad dhamanah</i> .
10.	BSM Giro Valas	Sarana penyimpanan dana dalam mata uang US Dollar untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip <i>wadiah yad dhamanah</i> untuk perorangan atau non-perorangan.
11.	BSM Deposito	Tabungan dalam mata uang dollar (USD) dengan berdasarkan prinsip syariah dengan akad <i>wadi'ah yad dhamanah</i> .
12.	BSM Tabungan Pensiun	Investasi berjangka waktu 1, 3, 6 dan 12 bulan dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip <i>Mudharabah Muthlaqah</i> .
13.	BSM Deposito	Investasi berjangka waktu 1, 3, 6 dan 12

	Valas	bulan dalam mata uang Dollar yang dikelola berdasarkan prinsip <i>Mudharabah Muthlaqah</i> .
--	-------	--

3. Pembiayaan Konsumer

A. BSM Implan

BSM Implan adalah pembiayaan konsumer dalam valuta rupiah yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap Perusahaan yang pengajuannya dilakukan secara massal (kelompok).

BSM Implan dapat mengakomodir kebutuhan pembiayaan bagi para karyawan perusahaan, misalnya dalam hal perusahaan tersebut tidak memiliki koperasi karyawan, koperasi karyawan belum berpengalaman dalam kegiatan simpan pinjam, atau perusahaan dengan jumlah karyawan terbatas. BSM Implan untuk pembelian barang menggunakan akad *wakalah wal murabahah* sedangkan untuk memperoleh manfaat atas jasa digunakan akad *wakalah wal ijarah*.

B. Pembiayaan Kepada Pensiunan

Pembiayaan kepada Pensiunan merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan konsumer (termasuk untuk pembiayaan multiguna) kepada para pensiunan dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan (pensiun bulanan). Akad yang digunakan adalah akad *murabahah* atau *ijarah*.

C. Pembiayaan Griya BSM

Pembiayaan Griya BSM adalah pembiayaan jangka pendek, menengah atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal

(konsumer), baik baru maupun bekas di lingkungan developer dengan sistem *murabahah*.

D. Pembiayaan Kendaraan Bermotor

BSM Pembiayaan Kendaraan Bermotor (PKB) merupakan pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor dengan sistem *murabahah*.

E. BSM Gadai Emas

Gadai Cicil Emas adalah Fasilitas yang disediakan oleh BSM untuk membantu nasabah untuk membiayai pembelian atau kepemilikan emas berupa lantakan(batangan dengan menggunakan akad *murabahah*.

F. BSM Cicil Emas

BSM Cicil Emas adalah fasilitas yang disediakan oleh BSM untuk membantu nasabah untuk membiayai pembelian/kepemilikan emas berupa lantakan (batangan) dengan menggunakan akad *murabahah*.

4. Jasa BSM

A. Jasa Produk BSM Card

- a. BSM Sentra Bayar
- b. BSM SMS Banking
- c. BSM Mobile Banking
- d. BSM Net Banking

f. Pembayaran Melalui Menu Pemindahbukuan di ATM

g. BSM Jual Beli Valas

h. BSM Elektronik Payroll

i. Transfer Uang Tunai

j. BSM E-Money

B. Jasa Operasional

a. BSM Card

b. BSM Sentra Bayar

c. BSM SMS Banking

d. BSM Mobile Banking

e. BSM Net Banking

f. Pembayaran Melalui Menu Pemindahbukuan di ATM

g. BSM Jual Beli Valas

h. BSM Elektronik Payroll

i. Transfer Uang Tunai

j. BSM E-Money

3.2 Data Khusus

3.2.1 Produk Cicil Emas

3.2.2 Cicil Emas

Pada cicil emas merupakan produk kepemilikan untuk masyarakat, Bank Syariah mandiri KCP Kaliurang memberi kesempatan kepada masyarakat untuk dapat memiliki emas batangan dengan cara mencicil. Akad yang digunakan pada pembiayaan emas ini adalah murabahah dengan jaminan diikat dengan akad rahn atau gadai. Pengikatan jaminan dilakukan selama pembiayaan sehingga jaminan disimpan dibank dan tidak dapat ditukar dengan argunan lain. Bank Mandiri Syariah Kaliurng dapat membiayai jenis mas batangan dengan berat miimal 10 gram hingga 250 gram.

3.2.3 Keunggulan Produk Cicil Emas

Produk Cicil Emas memiliki beberapa keunggulan yaitu :

1. Tarif lebih kompetitif

Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kaliurang memberikan tarif yang kompetitif, dengan tarif yang murah dibanding dengan produk cicil emas ditempat lain. Seperti, hanya dengan membayar persen dari plafon emas tersebut sudah terjamin aman. Sedangkan ditempat lain harus membayar biaya untuk penitipan emas yang mana akan lebih mahal.

2. Lebih ringan dari produk cicil emas bank lain

Produk Bank Syariah mandiri cicil Emas lebih ringan dari Produk cicil Emas

ditempat lain, dengan berbagai keunggulan yang diberikan yang mana belum terdapat pada bank lain.

3. Emas diasuransikan

Produk cicil emas memberikan jaminan yaitu emas yang ditawarkan diikat dengan akad *rahn*, yang mana Bank Syariah Mandiri bekerja sama dengan axa mandiri. Sehingga emas tersebut aman dan terjamin.

4. Layanan Profesional

Produk ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas dengan layanan petugas atau karyawan yang professional. Ditunjang dengan infrastruktur yang memadai di setiap outlet sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah.

5. Likuid (Dapat diuangkan dengan cara diuang atau digadai).

Jika sedang membutuhkan uang tunai, maka dapat langsung menjual atau digadai pada penyedia layanan secara langsung. Walaupun tabungan belum selesai, nilai tunai yang tertera tetap dipierhitungkan dan dianggap ada.

3.2.4 Keuntungan investasi dengan Produk Cicil Emas

Produk Cicil Emas Memiliki beberapa keunggulan untuk berinvestasi yaitu :

1. Emas merupakan salah satu investasi untuk memproteksi kekayaan, khususnya jangka panjang. Investasi emas merupakan pilihan investasi yang baik bagi masyarakat, karena harga emas yang cenderung naik, bukan turun. Sehingga dapat digunakan untuk memproteksi kekayaan, khususnya jangka panjang.
2. Dengan mencicil emas, dapat mewujudkan rencana dan impian di masa datang Banyak masyarakat yang merasa berat jika harus membeli emas untuk investasi masa depan secara tunai, sehingga BSM hadir dengan produk cicil emas. Dengan begitu dapat mewujudkan rencana dan impian masyarakat di masa datang.
3. Dapat mewujudkan impian untuk memiliki emas dengan lebih mudah Produk cicil emas telah tersedia di kantor cabang di seluruh Indonesia dengan persyaratan yang mudah. Sehingga masyarakat dapat mewujudkan impiannya dengan lebih mudah.

4. Lebih ringan untuk memiliki emas dengan mencicil.

Jangka waktu cicilan tidak akan membebani, karena tersedia cicilan mulai dari 1 bulan hingga 36 bulan. Sehingga masyarakat dapat memiliki emas dengan lebih ringan.

3.2.5 Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas

Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang menjelaskan bahwa strategi pemasaran mereka adalah melalui cara berikut:

1. *Segmentation*

Langkah awal yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KCP kaliurang adalah dengan segmentasi pasar. Segmen yang difokuskan adalah wilayah Yogyakarta dan sekitarnya dengan kelompok usia dewasa dan memiliki penghasilan.

2. *Positioning*

BSM KCP Kaliurang memposisikan dirinya sebagai lembaga keuangan yang tugas utamanya adalah mengumpulkan dana masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat. Sehingga BSM KCP Kaliurang Yogyakarta adalah solusi yang terbaik untuk memberikan fasilitas produk maupun jasa kepada masyarakat.

Produk cicil emas merupakan produk untuk mempermudah masyarakat yang ingin memiliki emas untuk dapat memuikinya dan memproteksi kekayaan khususnya jangka panjang, juga dapat mewujudkan impian dan rencana masa mendatang khususnya bagi masyarakat yang bekerja serta berpenghasilan tetap minimal Rp 2 juta per bulan.

3. *Targeting*

Target pasar yang dituju oleh BSM KCP Kaliurang Yogyakarta untuk menjadi targetnya yaitu seseorang yang telah bekerja dan memiliki penghasilan minimal 2 juta per bulan. BSM KCP Kaliurang memiliki target tersebut dikarenakan produk cicil emas merupakan produk investasi jangka panjang dalam merencanakan tujuan dan impian untuk masa depan dengan pembiayaan kepemilikan emas.

4. *Marketing mix*

a. Strategi produk

Penerapan strategi pemasaran pembiayaan BSM Cicil Emas yang dilakukan oleh BSM KCP Kaliurang Yogyakarta adalah dengan menampilkan dan mengedepankan mutu produk. Mutu dari produk cicil emas ini meliputi pemberian fasilitas dan kemudahan yang terletak dari karakteristik produk tersebut, antara lain yaitu :Emasnya diasuransikan, dengan prinsip syariah dan margin yang kompetitif

- a). Emas adalah salah satu barang yang dapat digunakan untuk berinvestasi, dapat memproteksi kekayaan, terutama untuk jangka panjang
- b). Produk ini dapat mewujudkan rencana dan impian di masa yang akan datang
- c). Emasnya terdapat kode, dimana kode tersebut ditunjukkan saat akad sehingga tidak akan tertukar dengan emas lainnya.

b. Strategi harga

Pada produk cicil emas untuk penentuan harga emas ditetapkan di waktu akad. Karena harga emas menyesuaikan harga pasar pada saat akad dan dengan uang muka atau DP 20 persen. Minimal cicil emas 10 gram.

Sebagai contoh sandyata melakukan pembiayaan Cicil Emas dengan berat 10 gram pada Januari 2018, Ia ingin melakukan pembiayaan selama 3 tahun , pada saat itu harga emas Rp. 580.000,00/ gram, Maka:

$$\begin{aligned}
 \text{Total harga emas} & : \text{Rp. } 580.000,00 \times 10 \text{ gram} = \text{Rp. } 5.800.000,00 \\
 \text{Uang Muka} & : \text{Rp. } 2800.000,00 \times 20\% = \text{Rp. } 1.160.000,00 \\
 \text{Pembiayaan} & : \text{Rp. } 5800.000,00 - \text{Rp. } 1.160.000 = \text{Rp. } 4.640.000 \\
 \text{Angsuran Per Bulan} & : \frac{\text{Rp. } 4.640.000,00}{36 \text{ bulan}} = \text{Rp. } 167.747,00
 \end{aligned}$$

Sehingga sandyata harus mencicil emas sebesar Rp. 167.747,00 selama 36 bulan.

c. Tempat / saluran distribusi

Setelah perusahaan telah selesai menciptakan barang atau jasa yang dibutuhkan, serta menetapkan harga yang layak, tahap berikutnya adalah menentukan saluran distribusi sehingga produk atau jasa dapat berada di tengah kebutuhan yang diinginkan konsumen.

Produk pembiayaan cicil emas BSM KCP Kaliurang dalam mendistribusikan produknya untuk saat ini sementara hanya berada pada kantor bank saja, tetapi dapat juga dilakukan di kantor cabang lain juga diseluruh DIY

d. Promosi

Promosi adalah suatu kegiatan untuk menyebarluaskan informasi berkaitan dengan barang atau jasa yang dijual guna untuk menarik dan dapat mempengaruhi pola pikir konsumen. Dalam melaksanakan kegiatan promosi BSM KCP Kaliurang melakukan bauran strategi promosi berupa

a) Periklanan

Periklanan merupakan cara yang digunakan oleh BSM KCP Kaliurang untuk memperkenalkan dan mempengaruhi konsumen media yang digunakan untuk melakukan pengiklanan produk cicil emas yaitu melalui, spanduk, media, *display* contoh emas pada meja *teller* dan brosur.

b) Publisitas

BSM KCP Kaliurang melakukan kegiatan pubisitas berupa seminar, misalnya pada IBI (Ikatan Bidan Indonesia) se DIY, dimana pada seminar tersebut peserta diberikan sosialisasi dan bebas bertanya mengenai produk sehingga dapat menarik minat peserta, yang mana saya juga mengikuti seminar tersebut di Akademi Kesehatan Karya Husada pada tanggal 15 Maret 2018.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengamatan dan wawancara yang telah dilakukan mengenai Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas di BSM Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta, maka diperoleh kesimpulan bahwa :

1. Produk Cicil Emas pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta merupakan produk kepemilikan emas untuk masyarakat. Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang Yogyakarta memberikan kemudahan dan peluang kepada masyarakat untuk dapat memiliki emas batangan dengan cara mencicil. memiliki beberapa keunggulan yaitu : Tarif lebih kompetitif, lebih ringan dari produk cicil emas bank lain, emas diasuransikan, layanan profesional, likuid (Dapat diuangkan dengan cara diuang atau digadai).
2. Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas pada BSM Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta yang dilakukan pada produk Cicil Emas dimana produk tersebut adalah salah satu produk unggulan di Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang Yogyakarta meliputi, *segmentasi*, *targetting*, *positioning* dan *marketing mix*. Dimana *marketing mix* menerapkan beberapa strategi yaitu Strategi produk, Strategi harga, Tempat / saluran distribusi dan Promosi.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian analisis selama penelitian, maka terapat beerapa saran peneliti yang diajukan yaitu :

1. Bank Syariah Mandiri KCP kaliurang Yogyakarta mempergunakan strategi pemasaran cicil emas dengan baik. Maka, saran yang diberikan yaitu untuk dapat terus berinovasi kembali supaya nasabah lebih tertarik lagi.
2. Dalam melayani nasabah Bsm kaliurang Yogyakarta sudah baik dan harus terus ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

BSM. 2017a. *Sejarah Bank Syariah Mandiri*, diperoleh pada 15 April 2018 di:

<https://www.syariahmandiri.co.id/tentang-kami/sejarah>.

-----, 2017b. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri, diperoleh pada 15 April 2018 di: <https://www.syariahmandiri.co.id/tentang-kami/visi-misi>.

-----, 2017c. Produk dan Jasa Layanan Bank Syariah Mandiri, diperoleh pada 15 April 2018 di: www.syariahmandiri.co.id

David, 2011. *Strategic Manajement*, Buku 1. Edisi 12 Jakarta

Kotler, Philip and Gerry Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tigabelas bahasa Indonesia. Jilid 1 dan

2. Jakarta : Erlangga

Ismail, 2010. *Manajemen perbankan*. Edisi Pertama Jakarta: kencana

Ismail, 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta : Kencana Prenada media group

Poerwadarminta, W.J.S 2006. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai pustaka

Republik Indonesia. 1992. Undang-Undang nomor 7 tahun 1992 tentang pengertian lembaga keuangan

Republik Indonesia. 1998. Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan. Jakarta: Sekretariat Negara

