

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Dasar Pemikiran Magang

Perkembangan peran perbankan syariah di Indonesia tidak terlepas dari sistem perbankan di Indonesia secara umum. Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, yang dimaksud dengan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Berdasarkan jenis operasional, bank dibagi menjadi bank konvensional dan bank syariah. Perbedaan utamanya terletak pada landasan operasi yang digunakan. Kalau bank konvensional dalam pengambilan keuntungan beroperasi berlandaskan bunga yang telah ditetapkan oleh pihak bank yang sebelumnya mengacu pada BI, sedangkan bank syariah dalam pengambilan keuntungan beroperasi berlandaskan sistem bagi hasil dimana keuntungan akan disepakati oleh kedua belah pihak antara pihak bank dengan nasabah, ditambah dengan jual beli dan sewa.

Bank Syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip Syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau

kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan Syariah. Apabila dilihat dari perspektif ekonomi, bank syariah dapat pula didefinisikan sebagai sebuah lembaga intermediasi yang mengalirkan investasi publik secara optimal (dengan kewajiban zakat dan larangan riba) yang bersifat produktif (dengan larangan judi), serta dijalankan sesuai nilai, etika, moral, dan prinsip Islam.

Bank Syariah sering dipersamakan dengan bank tanpa bunga. Bank tanpa bunga merupakan konsep yang lebih sempit dari bank Syariah, ketika sejumlah instrumen atau operasinya bebas dari bunga. Bank Syariah, selain menghindari bunga, juga secara aktif turut berpartisipasi dalam mencapai sasaran dan tujuan dari ekonomi Islam yang berorientasi pada kesejahteraan sosial. Aktifitas perbankan yang utama adalah menghimpun dana dari masyarakat yang biasa dikenal dengan kegiatan *funding*. Kegiatan *funding* adalah menghimpun dana yang maksudnya mengumpulkan atau mencari dana dari masyarakat luas agar masyarakat ini mau menanamkan dananya dalam bentuk simpanan baik dalam bentuk giro, deposito, maupun tabungan. Maka dari itu diperlukan adanya strategi pemasaran untuk menjual produk atau jasa guna mendapatkan keuntungan.

Strategi pemasaran antara konvensional dan syariah tentulah berbeda dalam prosesnya. Tetapi memiliki tujuan yang sama yaitu bagaimana meningkatkan jumlah nasabah. Maju mundurnya perusahaan dapat dilihat dari strategi pemasaran mereka yang berdampak pada meningkatnya minat nasabah, sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah dalam menggunakan produk jasa yang dikeluarkan oleh perusahaan. Dengan kata lain, dapat meningkatkan volume

penjualan, sehingga pemasaran yang baik akan berdampak signifikan terhadap pendapatan perusahaan.

Strategi pemasaran tertuang dalam empat posisi *marketing mix*, yaitu strategi harga (*price*), strategi tempat (*place*), strategi promosi (*promotion*), strategi produk (*product*). Keempat strategi ini bersifat saling berkaitan satu sama lainnya. Dengan begitu keempat strategi ini akan berjalan seimbang apabila keempat strategi ini dijalankan dengan baik.

Sebagai salah satu lembaga perbankan syariah, Bank BPD DIY Syariah sebagai lembaga keuangan mempunyai strategi produk dalam menghimpun dana, salah satunya adalah Tabungan Simpeda. Tabungan Simpeda merupakan Tabungan Simpanan Daerah yang dikhususkan untuk masyarakat Yogyakarta dalam memudahkan untuk menyimpan dananya dalam bentuk tabungan, mengajukan pembiayaan, atau kegiatan perbankan lainnya. Tabungan Simpeda menggunakan akad *wadi'ah*, dimana *wadi'ah* adalah akad titipan, nasabah (*shahibul maal*) akan menitipkan dananya kepada pihak bank (*mudharib*) dan bank akan memperoleh keuntungan yang didapat dari simpanan nasabah tersebut. Dari uraian di atas penulis tertarik untuk menulis tugas akhir ini dengan mengangkat judul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pembangunan Daerah (Simpeda) Di Bank BPD DIY Syariah KCP UII”.

1.2 Tujuan Magang

Adapun tujuan dari dasar pemikiran magang diatas adalah :

1. Mengetahui produk Tabungan Simpeda pada Bank BPD DIY Syariah KCP UII.
2. Mengetahui strategi pemasaran produk Tabungan Simpeda pada Bank BPD DIY Syariah KCP UII.

1.3 Target Magang

Target yang ingin dicapai dalam kegiatan Magang pada Bank BPD DIY Syariah KCP UII, adalah sebagai berikut :

1. Dapat menjelaskan produk Tabungan Simpeda pada Bank BPD DIY Syariah KCP UII.
2. Dapat mengetahui strategi pemasaran produk Tabungan Simpeda pada Bank BPD DIY Syariah KCP UII.

1.4 Bidang Magang

Bidang magang yang diinginkan dan sesuai tujuan dan target magang saya adalah pada bagian *Marketing*. *Marketing* mempunyai tujuan utama, yaitu menjual/memasarkan produk atau jasa dari perusahaan tersebut.

1.5 Lokasi Magang

Lokasi magang dilaksanakan di Bank BPD DIY Syariah Kantor Cabang Pembantu UII, yang beralamat di Jalan Kaliurang KM 14,5 Komplek

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

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

BAB II: LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum mengenai perbankan dan strategi pemasaran produk Tabungan Simpeda pada Bank BPD DIY Syariah Kantor Cabang Pembantu UII.

BAB III: ANALISIS DESKRIPTIF

Pada bab ini berisi tentang data umum dan data khusus. Data umum berisi mengenai Bank BPD DIY Syariah Kantor Cabang Pembantu UII. Sedangkan data khusus berisi mengenai hasil dari kegiatan magang mengenai strategi pemasaran produk Tabungan Simpeda pada Bank BPD DIY Syariah Kantor Cabang Pembantu UII.

BAB IV: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.