

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN PRIMA
PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO)
KANTOR CABANG SYARIAH YOGYAKARTA**

Laporan Magang



Disusun oleh:

Atina Mahdallaena

17213046

**Program Studi Perbankan dan Keuangan
Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia**

2020

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN PRIMA
PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO)
KANTOR CABANG SYARIAH YOGYAKARTA**

Laporan Magang

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

Universitas Islam Indonesia

Disusun oleh:

Atina Mahdallaena

17213046

Program Studi PerbankandanKeuangan

Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

2020

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN PRIMA
PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO)
KANTOR CABANG SYARIAH YOGYAKARTA



Disusun oleh:

Atina Mahdallaena

17213046

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal 5 Juli 2020

Dosen Pembimbing,



Dr. Drana Wijayanti, M.Si

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 di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku”

Yogyakarta, 5 Juli 2020

Penulis



Atina Mahdallaena

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, petunjuk dan karunia-Nya. Sehingga program magang selama satu bulan serta penyusunan Tugas Akhir yang berjudul **“Strategi Pemasaran Produk Tabungan BTN Prima iB pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Syariah Yogyakarta”** dapat terselesaikan dengan baik.

Tugas Akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Penyusunan Tugas Akhir dapat berjalan dengan lancar dengan adanya campur tangan berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, nasehat, serta dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan program magang dan penyusunan Tugas Akhir ini, terutama kepada:

1. Ibu Dra. Diana Wijayanti, M.Si. selaku Ketua Program Studi Diploma III Perbankan dan Keuangan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia dan juga selaku Dosen Pembimbing dalam penyusunan Tugas Akhir yang telah memberikan waktu, saran, serta bimbingan dengan penuh kesabaran dan memberi motivasi serta arahan sehingga Tugas Akhir ini terselesaikan dengan baik.

2. Ibu Aidha Trisanty, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan kritik, saran, ilmu dan bimbingan dengan sabar dan ikhlas dalam tiga tahun masa perkuliahan
3. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta staff Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika yang telah memberikan pengalaman dan membekali ilmu selama perkuliahan berlangsung.
4. Seluruh pihak BTN Syariah Kantor Cabang Yogyakarta atas kesempatan magang serta ilmu yang diberikan selama satu bulan pelaksanaan magang.
5. Reza Raditya, selaku unit *funding officer* di BTN Syariah Kantor Cabang Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan dan banyak ilmu selama magang satu bulan.
6. Untuk kedua orang tua, Achmad C Nawawi dan Dwi Fitriana serta keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa, nasehat, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan hingga sampai pada tahap ini.
7. Untuk seseorang yang selalu memberi atau menjadi semangat penulis untuk selalu ingat dalam mengerjakan Tugas Akhir ini.
8. Untuk sahabat terdekat yang selalu saya reportkan, Winda Tantri Setiyaningsih dan Risya Ayumiridha Wardani sahabat yang selalu memberi dukungan, motivasi, dan bantuannya saat saya mengalami kendala.
9. Untuk seluruh teman seperjuangan, khususnya untuk Perbankan dan Keuangan B yang selalu berbagi dan saling menolong satu sama lain demi

keberhasilan bersama.

10. Dan terakhir penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang selalu memberikan dorongan dan semangat kepada penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih terdapat kekurangan, oleh karena itu penulis membutuhkan kritik dan saran yang dijadikan sebagai bahan perbaikan dan pembelajaran agar kedepannya dapat memberikan hasil yang lebih baik. Akhir kata, penulis berharap laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Penulis,



Atina Mahdallaena

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Pernyataan Bebas Penjiplakan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran.....	xi
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1 Dasar Pemikiran Magang	1
1.2 Tujuan Magang	3
1.3 Target Magang.....	4
1.4 Bidang Magang.....	4
1.5 Lokasi Magang	4
1.6 Jadwal Magang	5
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Magang.....	6
BAB II: LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Tinjauan Umum Tentang Bank	7
2.1.1 Pengertian Bank.....	7
2.2 Tinjauan Umum tentang Bank Syariah.....	11
2.2.1 Pengertian Bank Syariah	11
2.2.2 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional	11
2.2.3 Tujuan Bank Syariah	14
2.2.4 Produk Bank Syariah.....	15
2.3 Tabungan	19
2.3.1 Pengertian Tabungan	19
2.4 Strategi Pemasaran Bank	21
2.4.1 Pengertian Pemasaran.....	21

2.4.2 Pengertian Strategi Pemasaran	21
2.4.3 Strategi Pemasaran Bank Syariah.....	22
2.4.4 Bauran Pemasaran	23
BAB III: ANALISIS DESKRIPTIF.....	27
3.1 Data Umum.....	27
3.1.1 Sejarah BTN Syariah.....	27
3.1.2 Visi dan Misi BTN Syariah	28
3.1.3 Struktur BTN Syariah.....	29
3.1.4 Tujuan Pendirian BTN Syariah	29
3.1.5 Produk dan Layanan BTN Syariah.....	30
3.2 Data Khusus.....	37
3.2.1 Produk Dana Tabungan Prima BTN Syariah	37
3.2.2 Strategi Pemasaran Tabungan Prima BTN Syariah.....	39
BAB IV: KESIMPULAN DAN SARAN	47
4.1 Kesimpulan.....	47
4.2 Saran	49
Daftar Pustaka	50
Lampiran	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal magang BTN Syariah Kantor Cabang Yogyakarta.....	5
Tabel 1.2 Persyaratan Kelengkapan Data	40



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Denah Lokasi Magang	5
Gambar 2.2 Skema Strategi Pemasaran	22
Gambar 2.3 Struktur Organisasi BTN Syariah	29



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Keterangan Magang	51
Lampiran 2: Brosur Tabungan BTN Prima iB	52
Lampiran 3: Formulir Pembukaan Tabungan BTN Prima iB	54



BAB I

PENDAHULAN

1.1 Dasar Pemikiran Magang

Seiring globalisasi yang semakin tumbuh dan berkembang, lembaga keuangan khususnya perbankan memiliki peran yang sangat penting sebagai sarana penunjang transaksi keuangan. Pada saat ini, perkembangan bank syariah telah memasuki fase baru. Pertumbuhan sektor perbankan telah bertransformasi dan menempatkan posisinya sebagai pemain utama dalam percaturan ekonomi tanah air. Pendirian bank syariah semakin bertambah dan sudah tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan dana yang secara jelas dan transparan membuat bank syariah banyak diminati. Terlebih saat ini semakin banyak masyarakat yang memiliki tingkat kesadaran akan nilai-nilai islam seperti bahaya riba bagi kehidupan dunia maupun akhirat sehingga mereka memperoleh keuntungan yang maksimal tanpa mengesampingkan hukum syariah.

Aktivitas perbankan salah satunya yaitu menghimpun dana dari masyarakat atau dalam istilah perbankan dikenal dengan *funding* yang berarti mengumpulkan atau mencari dana dengan cara membeli dari masyarakat luas. Secara konsep hampir tidak ada perbedaan antara konsep *marketing* konvensional dengan syariah. *Marketing* syariah menitikberatkan pada nilai dan norma dari serangkaian aktivitas pemasaran yang nilai, prinsip, dan dasar pemasarannya dilandaskan hukum syariah. Seorang *marketer* harus memperhatikan prinsip syariah dengan menghindari hal-hal yang seperti suap, manipulasi suplai, manipulasi permintaan, culas, dan kedzaliman.

Dalam persaingan dunia usaha, pemasaran merupakan ujung tombak suatu perusahaan agar terus bertahan di tengah persaingan dan menjadi perusahaan yang berkembang. Dalam kegiatan memperkenalkan produk bank, strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap peluang pada beberapa sasaran. Seperti definisi dari Kotler (2004: 4), Pemasaran merupakan bentuk dari proses sosial dan bagian dari manajemen diri ataupun kelompok untuk mendapatkan kebutuhan dengan menciptakan peluang, pertukaran, maupun penawaran terhadap sekelompok orang yang juga sama-sama memiliki kebutuhan dan keinginan dari permintaan tersebut. Dalam sebuah proses pemasaran tugas seorang *marketing funding* harus mempunyai strategi untuk bertahan dan semakin berkembang diantara kompetitor dalam memasarkan produknya. Bank menawarkan beberapa jenis produk simpanan yang dapat dipilih oleh masyarakat seperti tabungan, giro, dan deposito.

Dalam memasarkan produknya, strategi yang diterapkan BTN Syariah yaitu dengan menciptakan program-program baru sesuai dengan kebutuhan nasabah dan juga melaksanakan berbagai kegiatan promosi. Strategi pemasaran digunakan untuk memberikan ciri khas yang membedakan bank satu dengan yang lainnya. BTN Syariah dikenal berperan aktif dalam mendukung sektor perumahan dan sekaligus menjadi fokus utama yang mana sesuai dengan visinya yaitu “Menjadi bank syariah yang terdepan di Indonesia dalam pembiayaan perumahan dan industri ikutannya”. Selain pembiayaan perumahan, BTN Syariah juga memiliki produk unggulan lainnya yaitu Tabungan BTN Prima iB pada kelompok

produk penghimpunan dana. Tabungan BTN Prima iB merupakan tabungan untuk kegiatan transaksional tetapi lebih berfokus pada investasi karena bagi hasil yang tinggi. Target pasarnya adalah nasabah dengan golongan ekonomi menengah ke atas yang mana diperuntukkan bagi instansi dan perorangan yang mempunyai mobilitas tinggi. Fasilitas tabungan ini adalah pengambilannya yang dapat dilakukan sewaktu-waktu dan bebas biaya administrasi. Strategi pemasarannya ditingkatkan dengan adanya program spesial nisbah dimana bagi hasil yang diberikan lebih tinggi dari biasanya. Selain itu, bank juga memberikan tiga program turunan dari Tabungan BTN Prima iB dimana nasabah akan mendapatkan hadiah menarik di awal sesuai dengan yang dikehendaki nasabah. Tabungan BTN Prima iB merupakan jawaban untuk para pengusaha atau wiraswasta yang ingin menginvestasikan dananya agar dapat berkembang menjadi nilai investasi yang lebih tinggi.

Dari dasar pemikiran di atas maka tugas akhir ini mengangkat judul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Prima Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Syariah Yogyakarta” sebagai salah satu syarat tugas akhir dalam menyelesaikan Program Studi Diploma III Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

1.2 Tujuan Magang

Tujuan yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tentang produk Tabungan BTN Prima iB di BTN Syariah Kantor Cabang Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk Tabungan BTN Prima iB

di BTN Syariah Kantor Cabang Yogyakarta.

1.3 Target Magang

Adapun target yang ingin dicapai antara lain:

1. Dapat menjelaskan tentang produk Tabungan BTN Prima iB di BTN Syariah Kantor Cabang Yogyakarta.
2. Dapat menjelaskan strategi pemasaran produk Tabungan BTN Prima iB di BTN Syariah Kantor Cabang Yogyakarta.

1.4 Bidang Magang

Bidang magang yang sesuai dengan target dan tujuan magang adalah pada bagian *Marketing Funding Officer*. Bagian ini mempunyai tujuan utama yaitu menjual produk-produk dari BTN Syariah kepada masyarakat agar menempatkan sebagian dananya di bank tersebut.

1.5 Lokasi Magang

Lokasi program magang bertempat di BTN Syariah Kantor Cabang Yogyakarta yang beralamatkan di Jalan Faridan M Noto No.10, Kotabaru, Kec. Gondokusuman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kode Pos (55224), Telepon: (0274) 551055

1.7 Sistematika Penulisan Laporan Magang

Untuk memperoleh penulisan dan pembahasan dari Tugas Akhir, maka laporan ini akan di bagi menjadi beberapa bab dan sub bab, isi dari setiap bab adalah sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Bab ini berisi penejelasan tentang garis besar latar belakang masalah yang diangkat sebagai bahan dasar pemikiran magang, tujuan magang, target magang, bidang magang, lokasi magang, jadwal magang dalam kurun waktu 1 bulan, dan sistematika penulisan laporan magang.

BAB II: Landasan Teori

Bab ini berisi landasan teori untuk memecahkan masalah yang dibahas. Pada bab ini saya menggunakan teori yang sudah ada maupun pendapat para ahli dalam bidang perbankan khususnya *funding officer (marketing)*.

BAB III: Analisis Deskriptif

Bab ini berisi data yang terdiri dari data umum dan data khusus. Data umum menjelaskan mengenai profil perusahaan dan data khusus mendeskripsikan hasil temuan di lapangan yang didapat berdasarkan topik yang diangkat.

BAB IV: Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dimana penulis akan menyampaikan kesimpulan berdasarkan hasil penelitian serta saran yang ditunjukkan kepada perusahaan tempat magang.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Umum Tentang Bank

2.1.1 Pengertian Bank

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Perubahan UU Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan, 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. Sedangkan bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah, yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran (Ismail, 2011:30). Dan dari penjelasan tersebut maka disimpulkan bahwa bank merupakan lembaga *intermediary*. Bank berperan bagi para pihak yang mengalami kesulitan dalam memperoleh dana untuk memfasilitasi sejumlah dana agar kebutuhan pihak yang kekurangan dana dapat terpenuhi.

2.1.2 Jenis-Jenis Bank

Adapun klasifikasi jenis perbankan di Indonesia dapat ditinjau dari berbagai segi antara lain (Kasmir, 2013):

1. Dari Segi Fungsi

Pada Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, jenis bank ditinjau berdasarkan fungsinya terdiri dari:

a. Bank Umum

Bank umum adalah bank yang melakukan aktivitas bisnis baik secara konvensional maupun prinsip syariah, yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

b. Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah bank yang pelaksanaan kegiatan operasionalnya dengan berdasar prinsip syariah ataupun konvensional tetapi BPR tidak menyediakan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Aktivitasnya mencakup penyaluran dana dan penghimpunan dana saja yang mana BPR tidak diperkenankan melakukan kliring, transaksi valuta asing, dan menerima simpanan giro.

2. Dari Segi Kepemilikan

Jenis bank berdasarkan kepemilikan terdiri dari 5 kelompok, yaitu:

a. Bank Milik Pemerintah

Bank milik pemerintah adalah bank yang modal dan akta pendirian dimiliki oleh pemerintah, sehingga seluruh keuntungan bank juga dimiliki oleh pemerintah. Contoh bank milik pemerintah di Indonesia adalah Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Tabungan Negara (BTN), Bank Rakyat Indonesia (BRI) dan Bank Mandiri. Bank Pemerintah Daerah (BPD) juga termasuk dalam bank milik pemerintah, sebagai contoh antara lain Bank DIY, Bank DKI, Bank Jateng, dan lain-lain.

b. Bank Milik Swasta Nasional

Bank milik swasta nasional adalah bank yang sahamnya sebagian besar dimiliki oleh pihak swasta nasional, dan keuntungannya pun juga

dimiliki oleh swasta. Terdapat banyak bank swasta nasional di Indonesia antara lain Bank Central Asia (BCA), Bank Permata, Bank Danamon, Bank Mega, Bank Niaga, dan lain sebagainya.

c. Bank Milik Asing

Bank milik asing adalah bank yang kepemilikan sahamnya dimiliki pihak asing dari luar negeri, bank milik asing merupakan cabang dari bank yang ada di suatu negara lain (luar negeri). Citibank, HSBC, Bank of America, Deutsche Bank adalah contoh bank milik asing yang ada di Indonesia.

d. Bank Milik Koperasi

Bank milik koperasi merupakan bank yang pendirian dan sahamnya dimiliki oleh perusahaan berbadan hukum koperasi. Sebagai contoh adalah Bank Umum Koperasi Indonesia (Bukopin).

e. Bank Milik Campuran

Bank ini dikategorikan milik campuran karena pemilik dari sahamnya berasal dari pihak swasta nasional dan asing. Saham bank campuran secara mayoritas dimiliki oleh warga negara tempat bank didirikan. Contoh bank kepemilikan campuran yang berada di Indonesia adalah Bank Sakura Swadarma, Rabobank International Indonesia, Inter Pacific Bank, Paribas BBD Indonesia, Bank Merincop, dan masih banyak lagi.

3. Dari Segi Status

Dilihat dari kemampuan sebuah bank dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat, dari segi status bank dibagi menjadi 2, yaitu:

a. Bank Devisa

Bank devisa merupakan bank yang menyediakan layanan transaksi perbankan ke luar negeri yang berhubungan dengan valuta asing secara keseluruhan dan telah mendapat izin dari Bank Indonesia. Contohnya BCA dan Bank Mandiri. Transaksi yang disediakan berupa inkaso ke luar negeri, transfer ke luar negeri, *traveller cheque*, dan lainnya.

b. Bank Non Devisa

Bank yang belum memperoleh izin dari BI untuk melaksanakan layanan transaksi sebagai bank devisa. Oleh karena itu, bank non-devisa hanya melakukan transaksi pada lingkup yang masih dalam batas-batas negara.

4. Dari cara menentukan harga

Jenis bank berdasarkan cara menentukan harga terbagi menjadi:

a. Bank berdasarkan Prinsip Konvensional

Bank yang dalam mendapatkan keuntungan atau menetapkan harga kepada nasabah menggunakan metode penentuan bunga sebagai harga, dalam produk pinjaman (kredit) dan produk simpanan seperti tabungan, deposito, ataupun giro. Sedangkan untuk jasa-jasa bank lainnya diterapkan biaya dalam presentase tertentu.

b. Bank berdasarkan Prinsip Syariah

Bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI), seperti prinsip keadilan dan keseimbangan, kemaslahatan, universalisme, serta tidak mengandung unsur *gharar*, *riba*, *masyir*, *dzalim*, dan obyek haram

lainnya (UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah). Bank dalam prinsip syariah memperoleh keuntungan dari bagi hasil, dan untuk penentuan harganya didasarkan pada kesepakatan antara pihak bank dan pihak nasabah penyimpan dana sesuai jangka waktu dan jenis simpanannya, yang nantinya akan menentukan besar kecilnya porsi bagi hasil yang akan diterima oleh nasabah.

2.2 Tinjauan Umum tentang Bank Syariah

2.2.1 Pengertian Bank Syariah

Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 pasal 1 ayat 7 bank syariah mempunyai pengertian yaitu bank yang menggunakan prinsip syariah dalam menjalankan kegiatan usahanya menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Sedangkan pengertian Bank Syariah menurut Sudarsono (2012) yaitu badan keuangan yang aktivitas utamanya menyalurkan pembiayaan serta jasa-jasa lain di dalam lalu lintas pembayaran, dan untuk peredaran uang beroperasi sesuai prinsip-prinsip syariah atau hukum Islam.

Setiap kegiatannya, bank tidak membayar bunga kepada nasabah dan sebaliknya tidak membebankan bunga yang harus dibayar oleh nasabah kepada bank. Akan tetapi membebankan atau menerima bagi hasil dan imbalan sesuai dengan akad-akad yang ada di bank syariah berdasarkan perjanjian antara kedua belah pihak (nasabah dan bank).

2.2.2 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Secara umum, baik bank konvensional maupun bank syariah bertugas

sebagai perantara transaksi bagi masyarakat, yaitu menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana dan menyalurkannya kepada masyarakat yang kekurangan dana dalam rangka pertumbuhan ekonomi serta berperan dalam mensejahterakan masyarakat. Perbedaan mendasar antara bank konvensional dengan bank syariah terletak pada prinsip operasionalnya. Dan berikut adalah beberapa perbedaan lain diantaranya (BTN Syariah, 2018).

1. Falsafah

Akad yang diterapkan bank syariah memiliki tujuan duniawi dan ukhrawi karena dijalankan dengan berdasar hukum-hukum Islam. Pada bank syariah tidak dibolehkan dengan sistem bunga dan dilarang berspekulasi. Sedangkan untuk bank konvensional justru sebaliknya.

2. Operasional

Perbedaan operasional antara bank syariah dan bank konvensional yaitu pada bank syariah dana diakui sebagai titipan atau investasi berbasis bagi hasil. Dalam menyalurkan dananya kepada masyarakat, bank syariah hanya mendanai kegiatan usaha atau investasi yang halal saja. Proyek yang didanainya harus bermanfaat bagi masyarakat dan menguntungkan bagi bank maupun mitra usaha lainnya. Sebaliknya, pada bank konvensional dana diakui sebagai simpanan berbasis imbalan bunga. Bank konvensional tidak mempertimbangkan jenis investasinya dimana penyaluran dananya lebih menitikberatkan pada sektor yang menguntungkan saja tanpa memperhitungkan halal atau haram usaha yang didanainya.

3. Perjanjian

Bank syariah dalam melakukan perjanjian dengan nasabah, investor maupun pengguna dana sesuai kesepakatan bersama berdasarkan syariat-syariat Islam yang berlandaskan Al-Quran, Hadist, serta fatwa ulama. Sebaliknya, perjanjian yang dilakukan bank konvensional dengan nasabah, investor berdasarkan hukum-hukum positif yang ada di Indonesia.

4. Keuntungan/Imbal Hasil

Keuntungan yang diberikan bank syariah kepada pihak investor dihitung dengan sistem bagi hasil sesuai dengan kesepakatan, sehingga kedua belah pihak saling adil, sedangkan pada bank konvensional keuntungan yang diberikan investor dihitung berdasarkan bunga.

5. Orientasi

Bank syariah dalam memberikan pembiayaannya tidak hanya berorientasi pada keuntungan saja melainkan pada kemakmuran masyarakat serta kebahagiaan dunia dan akhirat. Sedangkan bank konvensional hanya akan memberikan kredit kepada nasabah apabila usaha nasabah menguntungkan atau *profit oriented*.

6. Hubungan Bank dan Nasabah

Pada bank syariah hubungan bank dengan nasabah sebagai Mitra Usaha/Bisnis bukan sebagai kreditor. Karena pihak bank dengan nasabah sudah terikat akad yang transparan. Sedangkan pada bank konvensional hubungan bank dengan nasabah sebagai hanya sebatas kreditor dan debitur saja.

7. Dewan Pengawas

Setiap transaksi yang dilakukan bank syariah berada dalam pengawasan Dewan Pengawas Syariah (DPS). Sedangkan bank konvensional tidak memiliki dewan pengawas atau tidak diawasi oleh siapapun melainkan selain hukum-hukum positif yang berlaku.

8. Penyelesaian Sengketa

Pada bank syariah apabila muncul permasalahan akan diselesaikan melalui musyawarah. Apabila tidak terselesaikan, maka akan diteruskan oleh pengadilan agama. Sedangkan, bank konvensional penyelesaian sengketa melalui negosiasi, apabila tidak terselesaikan, maka penyelesaiannya dilakukan melalui pengadilan negeri setempat.

2.2.3 Tujuan Bank Syariah

Lain halnya dengan bank konvensional, bank syariah pun mempunyai tujuan tersendiri yang berbeda dengan bank konvensional. Tujuan bank syariah menurut Sudarsono (2003:40) antara lain:

1. Mengarahkan pada kegiatan ekonomi umat untuk bermuamalat berdasar prinsip syariah khususnya yang berkaitan dengan perbankan agar terbebas dari jenis usaha yang mengandung riba dan unsur *gharar* (ketidakjelasan).
2. Menegakkan keadilan dibidang ekonomi agar tidak ada kesenjangan antara pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan dana dengan cara meratakan pendapatan melalui investasi.
3. Mensejahterakan taraf hidup masyarakat dengan mengembangkan peluang usaha yang diarahkan pada kegiatan produktif.
4. Mengentaskan masalah kemiskinan melalui program pembinaan pengusaha

produsen, pembinaan pedagang perantara, pembinaan konsumen, pengembangan modal kerja, dan pengembangan usaha bersama.

5. Memelihara stabilitas ekonomi dan moneter pemerintah.
6. Menyelamatkan ketergantungan umat Islam terhadap bank non-syariah.

2.2.4 Produk Bank Syariah

Menurut Peraturan Bank Indonesia (PBI) No.10/17/PBI/2008 menjelaskan, produk bank adalah produk yang dikeluarkan oleh bank yang terdiri dari penghimpunan dana, penyaluran dana, dan jasa bank berdasar prinsip syariah, serta tidak termasuk produk lembaga keuangan bukan bank yang di pasarkan oleh bank sebagai agen pemasaran. Sementara itu, produk bank syariah akan ada turunan penggolongan.

Menurut Muhammad dan Dwi Suwiknyo (2009) terdapat 3 kelompok produk perbankan antara lain:

1. Produk Penghimpun Dana

Bank dikenal sebagai lembaga *intermediary*. Kegiatan perbankan salah satunya adalah menghimpun dana dari masyarakat yang memiliki kelebihan dana. Produk penghimpunan dana seperti tabungan, giro, dan deposito dilakukan dengan akad sesuai prinsip-prinsip yang ada dibawah ini.

a. Prinsip *wadi'ah*

Wadi'ah merupakan titipan murni dari penitip yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penyimpan menghendakinya. Tujuannya untuk menjaga keselamatan barang itu dari kemusnahan, kehilangan, atau yang lainnya. Untuk barangnya sendiri bisa berupa uang, dokumen, atau

barang lain yang berharga. Prinsip *wadi'ah* terbagi menjadi dua jenis, yaitu *wadi'ah yad amanah* yang artinya dalam hal ini bank tidak boleh memanfaatkan barang tersebut sampai diambil kembali oleh penitip dan penitip harus bertanggung jawab atas harta atau barang yang nasabah titipkan. Kedua, *wadi'ah yad dhamanah* dimana bank boleh memanfaatkan barang titipan sebelum dikembalikan kepada nasabah.

b. Prinsip *Mudharabah*

Prinsip *mudharabah* adalah kerja sama dua pihak dimana pihak pertama sebagai penyedia modal (*shahibul maal*) dan pihak lainnya sebagai pengelola (*mudharib*). Keuntungan usaha dibagi berdasarkan kesepakatan awal dan jika mengalami kerugian maka akan ditanggung oleh pemilik modal. Apabila terjadi kelalaian yang diakibatkan oleh pengelola maka si pengelola yang bertanggung jawab atas kerugian yang terjadi. *Mudharabah* dibedakan menjadi *mudharabah mutlaqah* (*shahibul maal* tidak menetapkan syarat sehingga *mudharib* diberikan kebebasan) dan *mudharabah muqayyadah* (terikat dimana *shahibul maal* dapat memberikan batasan dan menetapkan syarat yang harus dipatuhi oleh *mudharib*).

2. Produk Penyaluran Dana

Apabila dana telah dihimpun dari masyarakat, bank kemudian akan menyalurkan dana tersebut kepada pihak yang membutuhkan dana. Mekanisme prinsip ini merupakan usaha yang ditunjukkan untuk *transfer of property*, harga jual barang ditentukan berdasarkan keuntungan di

awal. Bentuk akad pembiayaannya antara lain:

a. *Murabahah*

Murabahah adalah suatu perjanjian jual beli barang dimana bank berperan sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli. Kemudian pihak bank menyatakan sejumlah harga asal perolehan ditambah dengan keuntungan (*margin*) yang telah disepakati bersama dan pembayaran dilakukan secara tangguh.

b. *Salam*

Salam merupakan akad jual beli dengan pemesanan barang terlebih dahuluyang pelunasannya dibayar dimuka sebelum barang tersebut diterima sesuai syarat-syarat tertentu.

c. *Istishna*

Merupakan akad jual beli berbentuk pemesanan barang sesuai kriteria yang kesepakatannya dilakukan di awal, kemudian pembayarannya sesuai kesepakatan yaitu dimuka, cicilan atau ditangguhkan sampai jangka waktu tertentu.

d. Prinsip Sewa atau *Ijarah*

Ijarah adalah akad pemindahan hak gunasuatu barang dalam kurun waktu tertentu dengan pembayaran sewa tanpa diikuti pemindahan hak milik atas barang yang disewanya. Perbedaan dengan *Ijarah Muntahiya Bit Tamlik* (IMBT) yaitu nantinya sewa akan diikuti dengan pemindahan hak milik suatu barang.

e. Prinsip Bagi Hasil atau *Syirkah*

1) *Musyarakah*

Yaitu akad kerjasama antara dua pihak atau lebih dalam menjalankan suatu usaha tertentu dimana keuntungan atau kerugian ditanggung bersama sesuai kesepakatan di awal.

2) *Mudharabah*

Yaitu bentuk kerjasama antara pihak yang memberikan dana (*shahibul maal*) dengan pihak pengelola yang memiliki keahlian (*mudharib*) untuk melakukan suatu kegiatan usaha yang bagi hasilnya berdasarkan kesepakatan di awal.

3. Produk Jasa

Produk ini meliputi seluruh layanan non-pembiayaan yang diberikan oleh bank. Produk yang berdasarkan prinsip jasa antara lain:

a. *Al-Hiwalah*

Al-Hiwalah adalah akad perpindahan hutang antara pihak yang berhutang kepada pihak lain yang menanggung hutang tersebut.

b. *Rahn*

Rahn dapat diartikan sebagai jaminan hutang atau gadai dengan menahan salah satu harta milik peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya.

c. *Al-Qardh*

Al-Qardh adalah pemberian harta kepada orang lain (*muqtaridh*) yang dapat ditagih atau diminta kembali. *Al-Qardh* sama halnya dengan meminjamkan sesuai dengan tempo waktu yang sebelumnya sudah

disepakati.

d. *Wakalah*

Wakalah adalah akad pelimpahan kuasa, dimana nasabah bertindak sebagai pemberi kuasa kepada bank untuk melakukan suatu jasa tertentu dan seluruh konsekuensi atau kerugian sepenuhnya akan menjadi tanggung jawab nasabah.

e. *Kafalah*

Kafalah merupakan jasa perbankan yang bertugas untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban. Didalamnya terdapat penanggung (*kaflī*) dan pihak ditanggung (*makful' anhu*). Jika pihak yang ditanggung mengalami wanprestasi, secara teknis perbankan syariah memberikan jaminan kepada nasabah sehubungan dengan perjanjian yang sudah disepakati antara nasabah sehubungan dengan pihak ketiga.

2.3 Tabungan

2.3.1 Pengertian Tabungan

Tabungan (*saving deposit*) merupakan jenis simpanan yang sudah dikenal oleh semua kalangan masyarakat baik dari anak-anak sampai orang tua. Kelebihan dari menabung di bank yaitu dana akan terjamin keamanannya dan adanya presentase bagi hasil yang bersaing yang ditawarkan oleh bank.

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan, tabungan adalah penyimpanan dana yang pengambilannya hanya dapat dilakukan dengan syarat tertentu yang telah disepakati bank dan nasabah penyimpan dana, namun tidak dapat ditarik dengan menggunakan cek, bilyet giro, dan atau alat

lainnya yang dipersamakan dengan itu. Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 1 yang mengatur tentang Industri Perbankan Syariah, Tabungan adalah simpanan yang menggunakan akad *wadi'ah* atau investasi dana menggunakan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

Kasmir dalam bukunya yang berjudul “Dasar-Dasar Perbankan” menjelaskan bahwa untuk menarik dana simpanan yang berada di rekening tabungan dapat menggunakan beberapa sarana atau alat penarikan (Kasmir, 2012). Ada beberapa alat atau sarana yang digunakan dalam melakukan penarikan tabungan yaitu sebagai berikut:

1. Buku Tabungan

Buku tabungan adalah buku yang dipegang oleh nasabah yang berisi catatan saldo, jumlah penarikan, dan pembebanan tertentu seperti biaya administrasi bulanan. Dengan buku tabungan, nasabah dapat melakukan penarikan di *teller* bank.

2. Kartu Plastik

Kartu plastik berfungsi sebagai alat yang untuk menarik sejumlah dana dari tabungan. Kartu ini dapat digunakan oleh nasabah untuk menarik uang hanya melalui *Automatic Teller Machine* (ATM) tanpa harus datang ke *teller* bank.

3. Slip Penarikan

Slip penarikan adalah formulir penarikan uang yang diisikan nasabah. Dalam slip penarikan nasabah cukup menuliskan nama nasabah, nomor

rekening dan jumlah uang yang akan diambil. Biasanya slip penarikan disertakan dengan buku tabungan nasabah.

4. Kuitansi

Kuitansi adalah bentuk lain dari formulir penarikan dan juga merupakan bukti dari transaksi penarikan nasabah yang dikeluarkan oleh bank yang fungsinya seperti slip penarikan. Dalam kuitansi penarikan, nasabah perlu mengisi pada kolom nama penarik, tanggal dana ditarik, nomor penarik, jumlah uang yang dikehendaki, dan tanda tangan penarik. Alat ini juga dapat digunakan secara bersamaan dengan buku tabungan.

2.4 Strategi Pemasaran Bank

2.4.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu sistem dimana aktivitas bisnis ditunjukkan untuk perencanaan, penetapan harga, promosi, serta distribusi barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang sudah ada maupun pembeli potensial (William J. Stanton, 1978). Sementara itu, lain halnya dengan Kotler (2008) yang berpendapat bahwa pemasaran adalah suatu rangkaian tujuan dan sasaran kebijakan dan aturan yang menjadi arah kepada usaha-usaha pemasaran dalam menghadapi lingkungan dan keadaan pesaing yang selalu berbeda.

2.4.2 Pengertian Strategi Pemasaran

Menurut Kotler (2004), strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi,

bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran.

Rencana Pemasaran Bank merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan manajemen bank agar target pemasaran dapat tercapai. Rencana pemasaran ini disusun berdasarkan apa yang harus dilakukan, siapa yang melakukan dan kapan dilakukan (Kasmir, 2010).

2.4.3 Strategi Pemasaran Bank Syariah



Gambar 2.2 Skema Strategi Pemasaran

Sumber: Ikatan Bankir Indonesia, Strategi Bisnis Bank Syariah

Pemasaran juga mencakup kepuasan atas kebutuhan dan keinginan konsumen yang memiliki tujuan untuk mendapatkan laba. Strategi pemasaran memiliki langkah-langkah diantaranya:

1. *Segmentation*

Bank syariah harus mampu melihat potensi pasar yang ada dilapangan dan mampu menetapkan segmentasi pasar atau karakteristik dengan memperhatikan berbagai faktor diantaranya faktor geografis, aspek demografis, ranah psikologis, serta perilaku nasabah.

2. *Targeting*

Setelah mengetahui segmentasi pasar, kemudian bidiklah beberapa segmen yang sangat bergantung pada keunggulan kompetitif (*competitive advantage*), ukuran (*market size*), pertumbuhan (*market growth*), dan situasi kompetisinya (*competitive situation*).

3. *Positioning*

Dalam memperebutkan nasabah, persaingan bukanlah dilakukan di pasar tetapi di benak konsumen. Perusahaan harus mendiferensasikan pada setiap segmen sasaran dan posisi apa yang ingin ditempatinya dalam segmen tersebut. Jika sebuah produk dianggap sama persis dengan produk lainnya di pasar, konsumen tidak mempunyai alasan untuk membelinya. Penentuan segmentasi diikuti dengan pemosisian produk, merek, dan perusahaan, misalnya BTN memosisikan diri dengan “BTN Sahabat Keluarga Indonesia” untuk pembiayaan pembelian rumah.

2.4.4 Bauran Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong (1997:48), pengertian *marketing mix* adalah perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, produk, harga, distribusi, dan promosi yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan dalam target market. Perbankan merupakan industri yang bergerak dibidang jasa sehingga konsep pemasarannya cenderung mengikuti konsep pemasaran untuk produk jasa. Sedangkan yang membedakan perbankan dengan industri jasa lainnya adalah banyaknya ketentuan dan regulasi yang mengikat dikarenakan bank merupakan lembaga kepercayaan (*trust company*). *Marketing mix* terdiri atas *product, price, promotion, place* (4P).

1. *Product*

Produk merupakan objek berwujud maupun objek tidak berwujud dan mempunyai nilai yang terkandung didalamnya ketika objek tersebut sudah beralih kepada konsumen. Layanan dan prosedur produk perbankan juga harus disesuaikan dengan memperhatikan keinginan dan kebutuhan nasabah serta dukungan teknologi serta peralatan yang memadai. Produk perbankan syariah bersumber dari akad dengan prinsip jual beli, prinsip bagi hasil, dan prinsip sewa-menyewa. Akad yang ada di bank syariah bersumber dari prinsip muamalah (semuanya boleh, kecuali ada larangannya dalam Al-Qur'an dan Hadis), sehingga dapat melahirkan berbagai produk yang menjadikan bank syariah tidak sekedar bank (*beyond bank*) tetapi bank syariah menempatkan posisinya sebagai *islamic financial institution*. Tersedianya berbagai macam akad, tidak melanggar prinsip syariah transparansi, terjalinnya hubungan kemitraan, tidak berspekulasi, saling menguntungkan, dan asas keadilan merupakan suatu nilai jual yang harus tegambar dari produk dan jasanya. Dalam melakukan strategi produk harus diikuti dengan:

a. Penentuan logo dan penentuan moto

Produk atau jasa yang diberikan perlu diberi logo tertentu. Logo merupakan ciri khas *corporate identity* bank, sedangkan moto merupakan rangkaian kata yang berisikan visi dan misi bank dalam melayani masyarakat.

b. Pembuatan merek

Merek bisa berfungsi sebagai *brand positioning* (pembentukan posisi produk di benak pelanggan) untuk produk atau jasa yang ditawarkan oleh bank.

c. Pemilihan kemasan

Kemasan merupakan pembungkus produk. Namun, dalam dunia perbankan kemasan dapat diartikan sebagai bentuk pemberian pelayanan kepada nasabah.

d. Keputusan label

Label ada pada bagian kemasan, label adalah sesuatu yang ditempelkan pada produk yang ditawarkan, seperti Tabungan BTN Prima iB untuk segmen menengah ke atas dengan pelayanan prioritas dan bagi hasil yang lebih tinggi.

2. *Price*

Terkait produk dan jasa perbankan syariah, pengertian harga disini diartikan sebagai kontraprestasi dalam bentuk margin, bagi hasil, *fee* atau uang jasa (*ujroh*), jolah (*successfee*) untuk penghimpunan dana, pembiayaan, dan jasa yang diberikan. Pendapatan bagi hasil ditentukan oleh tinggi rendahnya kinerja bank. Bank syariah tidak dibenarkan mengubah nisbah atau margin secara sepihak. Bank syariah diperbolehkan memberikan potongan harga bagi hasil nasabah pembiayaan yang ingin mempercepat pelunasan atau memiliki riwayat pembayaran baik, namun hal itu tidak diperkenankan diperjanjikan pada awal akad. Bank syariah juga diperbolehkan menarik

denda agar nasabah disiplin. Dana hasil perolehan denda nasabah tidak dialirkan pada pendapatan bank melainkan dipakai untuk kegiatan sosial.

3. *Promotion*

Promosi dilakukan perusahaan untuk mengenalkan produk untuk membuat konsumen timbul niat untuk membeli. Tujuan dari promosi yaitu menginformasikan kehadiran produk baru, mempertahankan penjualan produk, ataupun *brand awareness*. Dalam memasarkan produk, sebagian besar promosi dilakukan dengan melalui media bisa berupa media massa, media cetak dan *audiovisual*, seperti majalah, surat kabar, dan televisi. Konsepnya berupa *public relation, sales training, advertising, sales promotion*, serta *marketing research and development*.

4. *Place*

Penetapan lokasi kantor dalam industri perbankan mempunyai pengaruh besar untuk pencapaian target bisnis. Promosi produk dan jasa bank lebih didominasi jaringan kantor meski didukung oleh ATM, *internet banking, mobile banking*, dan kantor kas. Walaupun teknologi informasi semakin maju, fungsi kantor pun masih tetap menjadi *contact point*. Penentuan lokasi kantor dan mesin ATM harus berada dititik keramaian seperti kawasan industri, perumahan, perkantoran, pusat perbelanjaan, dan kawasan pendidikan, serta mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di sekitar lokasi. Majalah *Service Excellence* edisi 02/IV/2014 menyajikan data bahwa masyarakat Indonesia masih berkunjung ke kantor untuk mendapatkan informasi seputar produk bank (77,6%).

BAB III

ANALISIS DESKRIPTIF

3.1 Data Umum

3.1.1 Sejarah BTN Syariah

Bank Tabungan Negara atau disingkat BTN merupakan bank pertama yang tercatat dalam sejarah Indonesia. BTN lahir pada tahun 1897 sebelum Indonesia merdeka tepatnya pada masa penjajahan Belanda dengan didirikannya *Postaarbank* oleh pemerintahan Belanda. Kemudian tepatnya pada 1 April 1942 *Postaarbank* kemudian diambil alih dan diganti menjadi *Tyokin Kyoku* ketika pemerintahan berganti kepada Jepang.

Namun, hal tersebut tidak berlangsung lama setelah Kemerdekaan Indonesia, tepatnya pada 9 Februari 1950 terjadi perubahan nama menjadi Kantor Tabungan Pos yang pada saat itu Kantor Tabungan Pos RI adalah satu-satunya lembaga tabungan Indonesia. Tiga belas tahun kemudian pada tahun 1963, Kantor Tabungan Pos mengalami perkembangan dari sebuah unit kemudian menjadi induk yang berdiri sendiri dan pemerintah secara resmi terjadi perubahan nama lagi menjadi Bank Tabungan Negara berdasarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1963 Lembaran Negara Republik Indonesia No. 62 Tahun 1963 tanggal 22 Juni 1963.

Pada tahun 1976 BTN ditunjuk pemerintah sebagai wadah pembiayaan proyek perumahan untuk rakyat. Maka, pada 1976 untuk pertama kalinya dimulailah realisasi Kredit Pemilikan Rumah (KPR) oleh BTN. Pada 1992 terjadi perubahan status menjadi PT Bank Tabungan Negara (Persero) dan atas

perubahan tersebut BTN dapat leluasa untuk mengembangkan fungsinya sebagai bank umum secara komersial. Pada tahun 2002, melalui surat No.5-544/MMBU/2002 pemerintah memutuskan BTN untuk fokus dalam bisnis pembiayaan perumahan tanpa subsidi. Atas dasar tingginya minat masyarakat dalam keuangan syariah pada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) tanggal 4 November 2004 ditetapkan bahwa BTN membuka Unit Usaha Syariah (UUS) yang merupakan Kantor Pusat dari seluruh Kantor Cabang Syariah. Unit Usaha Syariah BTN mulai beroperasi pada tanggal 14 Februari 2005 melalui pembukaan Kantor Cabang Syariah pertama di Jakarta. BTN Syariah beroperasi berdasar pada prinsip bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang tentunya dapat mendorong stabilitas perekonomian. (BTN, 2018)

3.1.2 Visi dan Misi BTN Syariah

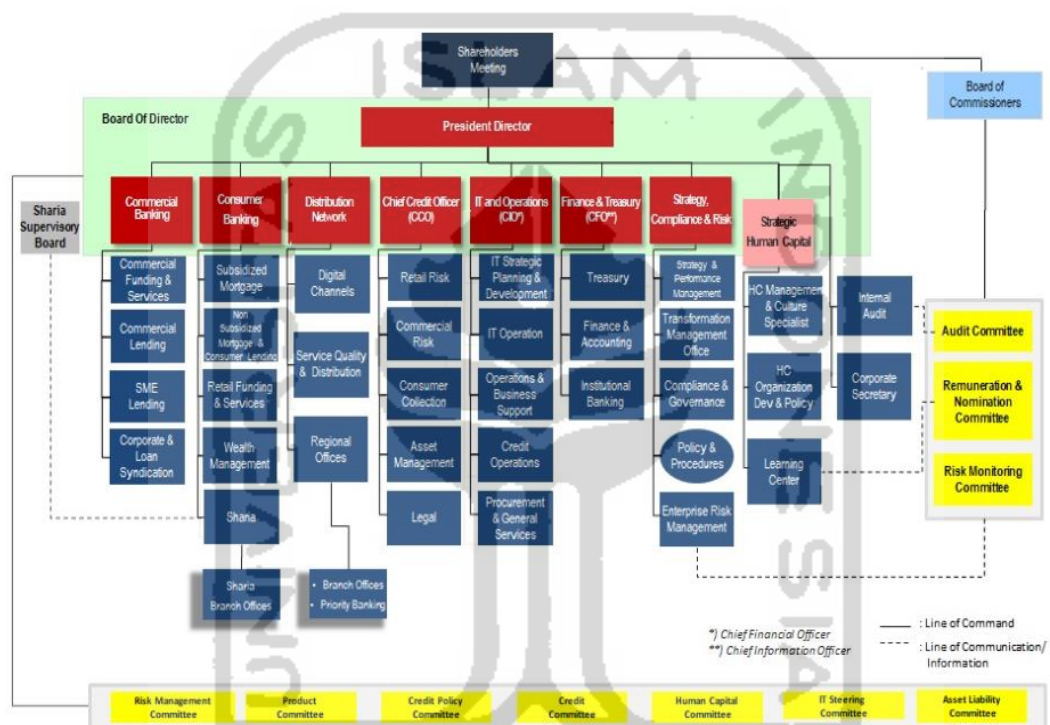
Visi dari BTN Syariah yaitu menjadi bank syariah yang utama dan terpercaya di Indonesia dalam memberikan pembiayaan sektor industri dan perumahan. Kemudian untuk misi dari BTN Syariah adalah sebagai berikut:

1. Menyiapkan gagasan baru dan penyempurnaan berkelanjutan pada produk dan jasa serta memprioritaskan layanan terbaik dalam sektor pembiayaan rumah dan industri.
2. Menyediakan Sumber Daya Manusia (SDM) yang terus berkembang kualitasnya, memiliki integritas tinggi, dan kompeten dibidangnya.
3. Memfokuskan peningkatan profitabilitas dengan menerapkan prinsip kehati-hatian dan tata kelola perusahaan yang baik/*Good Corporate Governance*.
4. Meningkatkan keunggulan kompetitif melalui teknologi informasi terkini

sehingga menghasilkan kinerja terbaik dengan fokus pada pengembangan produk, jasa, dan layanan.

5. Memedulikan dan membantu kepentingan lingkungan dan masyarakat sosial secara menyeluruh.

3.1.3 Struktur BTN Syariah



Gambar 2.3 Struktur Organisasi BTN Syariah

Sumber: PT. Bank Tabungan Negara, 2020

3.1.4 Tujuan Pendirian BTN Syariah

BTN Syariah mempercayai bahwa operasional yang dijalankan berdasar prinsip bagi hasil dapat mejadikan terciptanya stabilitas perekonomian seperti tertera dalam tujuan pembentukan BTN Syariah yaitu antara lain:

1. Menjangkau dan mengembangkan berbagai elemen masyarakat yang menghendaki produk perbankan syariah.

2. Ekspansi daya saing BTN Syariah dalam penciptaan layanan jasa perbankan.
3. Menjaga loyalitas nasabah yang menghendaki transaksi berprinsip syariah.
4. Memberikan keseimbangan dalam pemenuhan kepentingan *stakeholders*.
5. Memberikan kenyamanan pada seluruh nasabah dan pegawai.

3.1.5 Produk dan Layanan BTN Syariah

Dalam memenuhi berbagai macam kebutuhan nasabah, BTN Syariah mengeluarkan beberapa produk dan layanan yang dapat menjadikan alternatif pilihan. Produk yang terdapat dalam BTN Syariah terdiri dari produk pendanaan yang berfokus untuk mencari dana dari pihak ketiga dan produk pembiayaan yang berfokus untuk mencari orang yang sedang membutuhkan dana. Secara garis besar, BTN Syariah mengembangkan produk bank syariah yang terbagi menjadi tiga kelompok, yaitu:

1. Produk Dana

Produk penghimpun dana dalam BTN Syariah terdiri dari produk tabungan, produk giro, dan produk deposito. Setiap produk tabungan disesuaikan dengan kebutuhan nasabah, adapun jenis tabungan yang ada dalam BTN Syariah sebagai berikut:

a. Tabungan BTN Batara iB

Produk simpanan dana berakad *wadi'ah*, tabungan ini ditujukan untuk transaksi sehari-hari yang memberikan kemudahan dalam pembelian dan pembayaran.

b. Tabungan BTN Prima iB

Tabungan ini memakai akad *mudharabah mutlaqah*, digunakan untuk

investasi dalam menunjang kegiatan aktivitas keuangan sehari-hari.
Cocok untuk nasabah yang mempunyai mobilitas tinggi.

c. Tabungan BTN Haji dan Umroh iB

Tabungan dengan akad *mudharabah mutlaqah* untuk mewujudkan ibadah umroh dan ibadah haji melalui program haji regular. Bagi hasil yang didapatkan pun sangat kompetitif.

d. Tabungan BTN Qurban iB

Produk tabungan untuk berniat ibadah qurban, dijalankan berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah mutlaqah*. Selain mempermudah nasabah dalam menabung, tabungan ini juga menyediakan fasilitas pembelian dan penyaluran hewan qurban.

e. Tabunganku iB

Tabungan yang diperuntukan bagi pelajar yang berusia dibawah 17 tahun dengan menggunakan akad *wadi'ah*. Diterbitkan serentakoleh bank yang ada di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung pada anak usia dini.

f. Tabungan BTN SimPel iB

Tabungan berakad *wadiah* untuk pelajar yang berguna sebagai media edukasi perbankan dalam mendorong budaya menabung sejak dini.

Tabungan ini diperuntukan bagi perorangan maupun lembaga/sekolah yang telah bekerja sama dengan BTN Syariah.

g. Tabungan BTN Emas iB

Menggunakan akad *mudharabah mutlaqah* guna mempermudah nasabah

dalam mempersiapkan investasi dalam bentuk emas untuk memenuhi kebutuhan yang akan datang. Dan nisbah ditentukan berdasar kesepakatan bersama.

h. Giro BTN iB

Produk simpanan dana menggunakan akad *wadi'ah*, yang merupakan titipan dari satu pihak ke pihak lain baik individu maupun lembaga yang akan kami jaga dengan baik dan dikembalikan setiap saat bila pemilik menghendakinya.

i. Giro BTN Prima iB

Produk simpanan dengan bagi hasil yang kompetitif untuk perusahaan ataupun perorangan yang memiliki aktifitas transaksi bisnis yang tinggi dengan menggunakan akad *mudharabah mutlaqah* yang berorientasi pada investasi.

j. Deposito BTN iB

Deposito merupakan investasi berjangka diperuntukan bagi perorangan ataupun lembaga dengan menggunakan akad *mudharabah mutlaqah* dengan jangka waktu 1, 3, 6, 12, dan 24 bulan.

k. Deposito *On Call* BTN iB

Investasi berjangka yang dapat memberikan optimalisasi keuntungan bagi likuiditas perusahaan dengan jangka waktu 1-28 hari dan dikelola melalui akad *mudharabah mutlaqah*.

2. Produk Pembiayaan

Produk pembiayaan yang tersedia dalam BTN Syariah sangat beragam,

terdapat 13 macam produk yang menyesuaikan antara manfaat dan keinginan dari nasabah. Adapun jenis produk pembiayaan yaitu sebagai berikut:

a. KPR BTN Bersubsidi iB

Produk pembiayaan pembelian rumah bersubsidi bagi masyarakat yang berpenghasilan rendah hingga menengah. Produk ini merupakan produk kerjasama dengan program pemerintah yaitu 1 juta rumah. Akad yang digunakan adalah *murabahah*.

b. KPR BTN Platinum iB

Produk pembiayaan rumah, ruko, rukan, rusun atau apartemen dalam kondisi baru dengan akad *murabahah* dimana BTN akan membeli rumah, ruko, rukan, rusun atau apartemen yang diinginkan debitur dari *developer* kemudian debitur akan mengangsur pembayaran kepada BTN. Produk ini diperuntukan bagi masyarakat menengah ke atas.

c. KPR BTN Indent iB

Produk pembiayaan rumah, ruko, rukan, rusun atau apartemen dalam kondisi baru dengan menggunakan akad *istishah*, dimana debitur memberikan kriteria dari rumah, ruko, rukan, rusun atau apartemen mengenai lokasi, bentuk, dan spesifikasi lainnya.

d. Pembiayaan Properti BTN iB

Pembiayaan dengan akad *musyarakah mutanaqisah* yang diberikan untuk pembelian properti atau asset baru ataupun untuk membiayai kembali nasabah yang sudah memiliki properti.

e. Pembiayaan Bangun Rumah BTN iB

Diperuntukkan bagi debitur perorangan maupun perusahaan pengembang yang ingin membangun ataupun merenovasi rumah. Pembiayaan ini adalah pembiayaan pembelian bahan-bahan bangunan dimulai dari pondasi rumah hingga atap rumah dengan persyaratan bahwa debitur telah memiliki tanah untuk membangun rumah.

f. Pembiayaan Multimanfaat BTN iB

Pembiayaan pembelian barang elektronik atau *furniture* bagi para pegawai ataupun pensiunan dengan menggunakan akad *murabahah*.

g. Pembiayaan Multijasa BTN iB

Pembiayaan dengan akad *kafalah bil ujroh* yang diberikan kepada nasabah untuk mendanai kebutuhan layanan jasa seperti dana kesehatan, pernikahan, perjalanan haji dan umroh, pendidikan, maupun wisata.

h. Pembiayaan Kendaraan Bermotor BTN iB

Produk dengan akad *murabahah*, dimana bank menyediakan pembiayaan pembelian kendaraan bermotor bagi nasabah perorangan untuk digunakan secara pribadi.

i. Pembiayaan Tunai Emas BTN iB

Pembiayaan yang diberikan kepada berdasarkan akad *qardh* dengan kesepakatan antara bank dan nasabah disertai surat gadai sebagai penyerahan barang jaminan pengembalian seluruh hutang atau sebagian hutang nasabah kepada bank.

j. Pembiayaan Emasku BTN iB

Diberikan kepada nasabah yang ingin membeli emas batangan bersertifikat antam. Produk ini menggunakan akad *murabahah*.

k. Pembiayaan Modal Kerja BTN iB

Pembiayaan dengan akad *mudharabah* yang diberikan BTN Syariah kepada nasabah yang membutuhkan dana untuk menjalankan usaha produktif selain proyek perumahan.

l. Pembiayaan Investasi BTN iB

Produk pembiayaan dengan akad *mudharabah/murabahah* yang diberikan kepada nasabah untuk kebutuhan pembelian atau pengadaan barang-barang modal beserta jasa yang diperlukan untuk kelancaran aktivitas usaha nasabah.

m. Pembiayaan Konstruksi BTN iB

Produk pembiayaan yang diberikan kepada nasabah perusahaan pengembang atau *developer* proyek pembangunan yang membutuhkan dana dengan menggunakan akad *musyarakah*.

3. Jasa Perbankan

Jasa bank berperan sangat penting dalam mendukung dan memperlancar kegiatan menghimpun dana dan menyalurkan dana. Jasa perbankan yang disediakan BTN Syariah sebagai berikut:

a. Program Pengembangan Operasional (PPO)

Layanan perbankan untuk korporasi dengan memfasilitasi kebutuhan operasional berupa barang seperti kendaraan dan peralatan kantor.

b. Penerimaan Biaya Perjalanan Haji

Fasilitas yang diberikan BTN Syariah dalam memberikan layanan kemudahan dan kepastian untuk mendapatkan porsi keberangkatan sampai dengan pelunasan keberangkatan Ibadah Haji yang terintegrasi langsung dengan Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) *online*.

c. Payroll BTN iB

Fasilitas yang diperuntukan sebagai sistem bagi nasabah lembaga maupun perorangan dalam melakukan pengelolaan pembayaran gaji, bonus, tunjangan hari raya, dan kebutuhan lainnya.

d. SPP *Online* BTN iB

Merupakan jasa layanan bagi lembaga pendidikan berupa penerimaan setoran biaya pendidikan dan biaya lainnya yang terkait dengan penyelenggaraan pendidikan secara *online real time*.

e. *Payment Point* BTN iB

Layanan yang memberikan kemudahan nasabah dalam melakukan transaksi rutin seperti membayar tagihan rutin seperti tagihan telepon, telepon seluler, listrik, air, dan pajak.

f. KirimUang

Fasilitas kiriman uang yang diberikan BTN Syariah berupa layanan pengiriman uang secara *real time* ke sesama BTN serta pengiriman uang ke bank lain menggunakan fasilitas SKN, RTGS, Link, ATM bersama, dan Prima.

g. *Safe Deposit Box* BTNiB

Layanan menggunakan akad *ijarah* (sewa menyewa) yang berupa jasa penyediaan suatu *box* yang dirancang khusus dengan dilengkapi sistem pengamanan demi menjamin keamanan barang yang disimpan di dalamnya dari risiko kebakaran, perampokan dan lain-lain.

3.2 Data Khusus

Strategi pemasaran memang harus benar-benar diterapkan dengan baik demi menunjang kesuksesan perusahaan, apalagi untuk BTN Syariah Kantor Cabang Yogyakarta. Adapun berbagaicara dengan menarik perhatian nasabah baik perorangan maupun non perorangan dengan produk Tabungan BTN Prima iB karena tabungan ini berorientasi pada investasi yang bersifat likuid artinya dapat diambil sewaktu-waktu.

3.2.1 Produk Dana Tabungan Prima BTN Syariah

Tabungan merupakan hal yang penting, masyarakat dapat menyimpan sebagian dananya ke lembaga keuangan seperti bank untuk perencanaan kebutuhan mendatang. Salah satu produk unggulan dari BTN Syariah adalah Tabungan BTN Prima iB yang prioritas utamanya untuk investasi. Tabungan BTN Prima iB menggunakan akad *mudharabah mutlaqah*. Target pasarnya adalah nasabah dengan golongan ekonomi menengah keatas yang mempunyai mobilitas tinggi yang mana diperuntukkan bagi para pengusaha serta pelaku non perorangan seperti instansi yang ingin menginvestasikan dananya. Tabungan ini menawarkan dua pilihan, pertama untuk investasi dan kedua digunakan untuk keperluan transaksional sehari-hari. Terkait dengan investasi, tabungan ini memiliki program

turunan yang bisa nasabah sesuaikan dengan kebutuhan yaitu berkah menabung, berkah impian, dan berkah tasbih. Program-program inilah yang diciptakan kantor pusat untuk mempermudah segmentasi.

1. Berkah Menabung

Program ini diperuntukkan untuk nasabah perorangan. Dikeluarkan hanya untuk hari-hari tertentu seperti saat bulan puasa dan Idul Fitri. Sebagian besar hadiah yang diberikan dalam program berkah menabung adalah *parcel* sembako.

2. Berkah Impian

Tuntutan nasabah yang menginginkan nilai timbal balik yang lebih dari dana yang dititipkan di bank adalah salah satu alasan program ini dikeluarkan. Tidak hanya mendapatkan souvenir biasa tetapi nasabah akan mendapatkan hadiah yang disesuaikan dengan keinginan bisa berupa *smart phone*, mobil, motor, tv atau mungkin lembaga sekolah yang memerlukan lab komputer. Dengan program ini semua kebutuhan bisa di *cover* dengan hadiah diawal sesuai dengan jangka waktu dan nilai penempatannya dan saldonya akan utuh sampai kapanpun.

3. Berkah Tasbih

Berkah tasbih merupakan program yang banyak diminati nasabah bermobilitas tinggi. Bagi hasil pada berkah tasbih ini cenderung lebih tinggi daripada deposito dan bagi hasilnya didapatkan per tanggal 1 di setiap bulannya. Nasabah akan mendapatkan nisbah program yang lebih menguntungkan sesuai saldo rata-rata harian dalam satu bulan.

Penempatannya sama seperti deposito, dana di *hold* 1 bulan dan pencairannya dapat dilakukan kapanpun saat nasabah membutuhkan dana tersebut. Biaya administrasi akan dipotong dari bagi hasil bukan dari dana pokok si nasabah. Karena berkah tasbih merupakan tabungan, maka nasabah tidak mendapatkan bilyet. Perbedaan berkah tasbih dengan program turunan lainnya adalah pada pemberian nisbah yang kompetitif bukan dengan barang.

3.2.2 Strategi Pemasaran Tabungan Prima BTN Syariah

Bank sebagai lembaga keuangan membutuhkan strategi pemasaran untuk meningkatkan dan memperkenalkan produknya kepada masyarakat. Dalam sebuah proses pemasaran seorang *marketing funding* harus mempunyai strategi untuk mampu bertahan dan terus berkembang diantara kompetitor dalam memasarkan produknya. BTN Syariah melakukan berbagai upaya dengan promosi dan penciptaan program-program baru yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Pemasaran yang baik dapat meningkatkan permintaan dan hal ini diharapkan dapat memberikan hasil akhir yang signifikan terhadap pendapatan perusahaan.

Berikut merupakan strategi pemasaran Tabungan BTN Prima iB dengan menggunakan *marketing mix* yang terdapat 4 komponen mencakup kegiatannya atau yang sering disebut dengan istilah 4P, yaitu

1. Strategi Produk (*Product*)

Tabungan BTN Prima iB menggunakan akad *mudharabah mutlaqah* dimana pihak nasabah yang menyimpan dananya di bank memberi keleluasaan kepada pihak bank untuk mengelola dananya tidak dibatasi oleh spesifikasi

jenis usaha, waktu dan daerah bisnis. Tabungan BTN Prima iB mempunyai berbagai keunggulan dari antara lain:

a. Bagi hasil yang kompetitif

BTN Syariah memberikan keuntungan nisbah bagi hasil kepada pemilik Tabungan BTN Prima iB yaitu sebesar 75 persen untuk bank dan 25 persen untuk nasabah, tergantung besarnya simpanan. Dalam hal ini BTN Syariah lebih unggul dalam memberikan nisbah bagi hasil apabila dibandingkan dengan bank syariah lain.

b. Persyaratan yang mudah

Tabel 1.2 Persyaratan Kelengkapan Data

Kelengkapan	Perorangan			Lembaga
	WNI		WNA	
	<17 tahun	>17 tahun		
KTP/SIM/paspor		✓	✓	✓
NPWP		✓		✓
Kartu Pelajar	✓			
Surat pernyataan orang tua (<i>beneficially owner</i>)	✓			
KITAP/KITAS			✓	
SIUP, TDP, Surat izin usaha				✓
Akta kelahiran	✓			
Akta pendirian perusahaan				✓

Sumber: BTN Syariah (2018)

c. Bebas biaya di BTN Konvensional

Tidak adanya biaya administrasi untuk transfer sesama BTN sekalipun konvensional. Selain itu penarikan tunai maupun penyetoran juga bisa dilakukan di mesin ATM BTN baik syariah maupun konvensional.

d. Likuid

Tabungan BTN Prima iB bersifat likuid yaitu dananya dapat ditarik sewaktu-waktu apabila nasabah menghendaki. Hal ini berbeda dengan deposito yang dapat dicairkan hanya pada saat jatuh tempo.

e. Kemudahan menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah

Nasabah dapat melakukan pengajuan kepada bank pada untuk pemotongan otomatis yang akan disalurkan untuk zakat, infaq, ataupun sedekah ketika nasabah mendapatkan sebuah bonus.

2. Strategi Harga Bank (*Price*)

Penentuan harga merupakan aspek penting dalam suatu penjualan, dalam hal ini strategi harga yang dilakukan oleh BTN Syariah adalah memberikan pilihan kepada nasabah terkait simpanan dari yang biaya rendah sampai biaya tertinggi pada produk Tabungan BTN Prima iB. Strategi harga (*price*) dapat dikatakan sebagai strategi yang paling memberikan hasil signifikan bagi perusahaan. Hal ini dikarenakan harga yang dikeluarkan oleh BTN Syariah sudah disegmentasikan agar seluruh kalangan masyarakat bisa mendapatkan fasilitas dan keuntungan sesuai program turunan yang diambil.

Harga-harga tersebut yaitu antara lain:

a. Berkah Menabung

Program ini dikhususkan bagi nasabah yang dananya di hold selama minimal tiga bulan dengan penempatan Rp. 5.000.000. Produk ini dikeluarkan dengan menyesuaikan segmentasi pasar. Hadiah yang akan diberikan oleh bank bisa berupa bingkisan alat masak, sembako, ataupun

kebutuhan rumah lainnya.

b. Berkah Impian

Untuk program berkah impian, terdapat pilihan rentang dana yang harus disimpan di bank untuk mendapatkan kriteria barang atau hadiah yang dapat dimiliki nasabah di awal. Misalkan untuk mendapatkan mobil seharga 215 juta dengan dana yang harus di *hold* adalah sebesar 1.2 M selama 54 bulan, paket wisata senilai 15 juta dengan dana yang harus di *hold* sebesar 135 juta selama 36 bulan, dan masih banyak penawaran lainnya.

c. Berkah Tasbih

Dana yang harus di *hold* dalam program berkah tasbih ini minimal Rp. 100.000.000 dan BTN Syariah juga menawarkan berkah tasbih spesial dimana nasabah akan mendapatkan spesial nisbah yaitu nisbah yang lebih tinggi dari pada nisbah *counter* dan untuk penempatan dananya yaitu diatas Rp. 250.000.000. Bagi hasil yang akan diterima diperhitungkan dari nisbah program ditambah spesial nisbah.

Dan untuk rincian biaya-biaya lainnya pada Tabungan BTN Prima iB yang bersifat transaksional antara lain bagi perorangan maupun non perorangan setoran awal adalah Rp. 500.000, minimal setoran selanjutnya Rp. 10.000, saldo mengendap Rp. 200.000, biaya administrasi per bulannya maksimal Rp. 15.000, biaya tutup rekening Rp. 50.000, biaya ganti buku Rp. 15.000, dan biaya transfer ke bank lain 6.500 rupiah, dalam hal ini dikatakan terjangkau.

3. Strategi Penentuan Lokasi (*Place*)

Penentuan lokasi suatu cabang merupakan salah satu hal terpenting dalam memasarkan suatu produk perbankan. Pemilihan lokasi yang tepat akan berdampak signifikan terhadap penjualan terutama perusahaan yang bergerak di bidang jasa khususnya perbankan. Beberapa lokasi kantor BTN Syariah seperti kantor pusat, kantor cabang utama, kantor cabang pembantu, kantor kas dan lokasi mesin ATM bank terletak di wilayah strategis sehingga dapat memberikan standar keamanan, kenyamanan, dan kemudahan baginasabah. Lokasi dari BTN Syariah Kantor Cabang Yogyakarta berada di Jalan Faridan M Noto No.10, Kotabaru, Gondokusuman, Yogyakarta dimana jalan tersebut merupakan jalan utama yang dekat dengan tempat perbelanjaan, pemukiman penduduk, dan menuju pusat kota Yogyakarta. BTN Syariah juga menyediakan tempat ibadah yang cukup luas yang dapat digunakan oleh nasabah, selain itu disamping bank terdapat mesin ATM yang dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi tanpa harus bertransaksi bertemu *teller*.

4. Strategi Promosi Bank (*Promotion*)

Dalam hal ini promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Kantor Cabang Yogyakarta dalam memasarkan Tabungan BTN Prima iBadalah dengan:

a. Media cetak dan elektronik

BTN Syariah melakukan promosi dengan media cetak menggunakan spanduk dan brosur yang dibagikan ke berbagai notaris dan *developer* yang telah bekerja sama dengan harapan akan menjangkau nasabah lebih

banyak. Selain itu, untuk promosi media elektronik yaitu dengan memasang iklan di radio berupa *voice talkshow* dan juga di Jogja TV sehingga masyarakat dengan mudah dapat mengetahui tentang manfaat serta keunggulan dari tiap-tiap produk BTN Syariah. BTN syariah juga mempromosikan lewat media sosial seperti instagram.

b. Pendekatan *door to door*

Pendekatan yang dilakukan oleh *marketing funding* dalam memasarkan produk dan jasa kepada calon nasabah dengan cara mendatangi sekolah maupun instansi lainnya. Pertama, *marketing funding* terlebih dahulu membuat daftar atau *list* instansi yang akan di dikunjungi dalam satu minggu kedepan untuk melakukan promosi. Salah satu sekolah yang telah di datangi *marketing funding* BTN Syariah Kantor Cabang Yogyakarta adalah SD Muhammadiyah Yogyakarta yang kebetulan memang sudah ada kerja sama dengan BTN Syariah dalam program payroll, kemudian yang pertama kali ditemui dan ditawarkan Tabungan BTN Prima iB adalah bendahara sekolah, tujuannya agar para guru di sekolah tersebut mengalokasikan dananya ke Tabungan BTN Prima iB. Setelah menawarkan produk, tugas *marketing funding* selanjutnya yaitu melakukan *follow up* dengan menelpon kembali calon nasabah untuk mendapatkan informasi kesediaan si nasabah.

c. *Gift* atau hadiah

Memberikan hadiah souvenir menarik seperti mug, tas, buket bunga dan lain-lain yang telah disediakan kepada nasabah yang *loyal* atau yang

menyimpan dana besar di BTN Syariah Kantor Cabang Yogyakarta.

d. *Personal selling*

Kegiatan *marketing* dilakukan oleh seluruh pegawai bank mulai dari *cleaning service*, satpam sampai kepala cabang dengan cara langsung bertatap muka dengan calon nasabah. Selain itu, *personal selling* dilakukan dengan pendekatan-pendekatan kepada tokoh-tokoh yang berpengaruh di daerah, misal pada tokoh agama, lurah, atau ketua paguyuban. Dengan melakukan pendekatan terhadap tokoh tersebut dapat berpengaruh cukup besar kepada masyarakat-masyarakatnya untuk merekomendasi BTN Syariah. Dalam *case* tertentu, misalkan akan ada pembebasan lahan untuk pembuatan tol di Kulonprogo yang mana pemerintah akan mengeluarkan ganti untung. Pendekatan melalui ketua daerah dapat memberikan kemudahan bagi *marketer* untuk menjangkau nasabah karena lurah tersebut bisa mensosialisasikan kepada masyarakatnya agar dana dari penjualan lahan mereka disimpan di BTN Syariah. Selain itu pendekatan dengan tokoh agama seperti takmir dengan mensosialisasikan adanya kemudahan program infaq seribu masjid dengan *barcode* ke DMI, YEWI, dan ke masjid-masjid.

f. *Group selling*

Saluran promosi *group selling* yang diterapkan oleh BTN Syariah adalah dengan melakukan promosi atau sosialisasi secara langsung. *Marketing funding* melakukan sosialisasi dengan cara mendirikan *stand* pada saat *event* besar. Contohnya BTN Syariah pernah diundang dalam pameran

perumahan oleh *Ray White* Indonesia (RWI) semacam komunitas *developer* yang di selenggarakan di *Galleria Mall* dan *Ambarukmo Plaza*, dan hal itu dimanfaatkan oleh para *marketing funding* selain untuk memasarkan KPR tetapi juga Tabungan BTN Prima iB. BTN Syariah juga mendirikan *stand* di *event* konser musik besar yang diadakan di Yogyakarta.

Berdasarkan uraian diatas, menurut Reza Raditya selaku *marketing funding* pada BTN Syariah Kantor Cabang Yogyakarta, promosi bank yang paling efektif dalam menjaring nasabah adalah melalui pendekatan langsung yaitu *door to door*. Untuk pendekatan ini, *marketing funding* akan mempunyai waktu yang lebih intens dengan calon nasabah ketika berlangsungnya proses penawaran produk Tabungan BTN Prima iB. Sedangkan untuk promosi yang kurang efektif yaitu melalui media informasi baik media cetak, media elektronik, maupun media sosial. Hal ini dikarenakan dalam pendekatannya hubungan lebih berfokus antara bank dengan nasabah saja, bukan unit *marketing* dengan nasabah. Promosi yang dilakukan secara langsung oleh unit *marketing* akan mendatangkan tingkat keberhasilan yang lebih tinggi, karena pada dasarnya tugas dari *marketing* itu sendiri adalah yang mempengaruhi dan meyakinkan calon nasabah untuk menggunakan produk ataupun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan antara lain sebagai berikut:

- a. Produk Tabungan BTN Prima iB adalah salah satu produk unggulan pada BTN Syariah dalam kelompok penghimpunan dana, tabungan ini menggunakan akad *mudharabah mutlaqah*. Selain berguna untuk keperluan transaksional sehari-hari tabungan ini juga dapat dimanfaatkan untuk investasi. Target pasar yang dituju adalah nasabah yang golongan ekonominya menengah keatas atau para pengusaha yang ingin menginvestasikan dananya. Tabungan ini memiliki program turunan yaitu Berkah Menabung, Berkah Impian, dan Berkah Tasbih. Program-program ini diciptakan untuk mempermudah segmentasi dan supaya nasabah bisa dengan mudah menyesuaikan dengan kebutuhannya. Untuk berkah menabung, program ini hanya dikeluarkan saat hari-hari tertentu seperti Idul Firi. Hadiah yang diberikan adalah berbagai macam kebutuhan rumah. Untuk berkah impian nasabah berhak memilih hadiah yang diinginkan disesuaikan dengan nilai penempatan dan jangka waktunya. Program ketiga adalah berkah tasbih yang mayoritas peminatnya adalah nasabah bermobilitas tinggi. Berkah tasbih memberikan nisbah bagi hasil lebih besar dari nisbah *counter*. Program ini disebut lebih menguntungkan dari pada deposito, dana di *hold* satu bulan dan

pencairannya dapat dilakukan kapanpun dan biaya administrasi akan dipotong dari bagi hasil bukan dari dana pokok si nasabah

b. Strategi pemasarannya menggunakan *marketing mix* (4P) antara lain:

a. Strategi Produk

Pemberian nisbah bagi hasil sebesar 75 persen untuk bank dan 25 persen untuk nasabah dan apabila nasabah mendapatkan bonus, maka dapat disalurkan ke zakat, infaq, ataupun sedekah. Persyaratan pembukaan tabungan mudah dan bebas biaya administrasi di BTN Konvensional.

b. Strategi Harga

BTN Syariah memberikan pilihan kepada nasabah dalam menentukan program yang disesuaikan dari danarendah sampai dengan yang tinggi. Dana yang ditempatkan akan menentukan hadiah yang akan didapat oleh nasabah.

c. Strategi Lokasi

Penentuan lokasi yang tepat akan berdampak signifikan terhadap penjualan terutama perusahaan yang bergerak di bidang jasa khususnya perbankan. Lokasi harus terletak di wilayah strategis sehingga dapat memberikan standar keamanan, kenyamanan, dan kemudahan bagi nasabah.

d. Strategi Promosi

Strategi dalam memasarkan Tabungan BTN Prima iB adalah melalui berbagai media termasuk cetak dan elektronik, pemberian hadiah, dan pendekatan *door to door* yang dilakukan langsung oleh *marketing*

funding, Selain itu BTN Syariah juga melakukan promosi dengan *personal selling* dimana kegiatan *marketing* dilakukan oleh seluruh pegawai bank mulai dari *cleaning service*, satpam sampai kepala cabang dengan cara langsung bertatap muka dengan calon nasabah. Kemudian dengan langkah *group selling* dengan melakukan promosi atau sosialisasi secara langsung dengan cara mendirikan *stand* pada saat *event* besar.

4.2 Saran

Dari kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran yang ditunjukkan untuk BTN Syariah Kantor Cabang Yogyakarta diantaranya:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan sudah efektif tetapi BTN Syariah harus mempunyai jaringan yang lebih luas agar bisa memasarkan produk Tabungan BTN Prima iB secara maksimal dengan cara melakukan promosi yang terjadwal agar tabungan ini semakin dikenal banyak kalangan.
2. Selalu memberikan program-program yang *fresh* yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar yang berkaitan dengan produk Tabungan BTN PrimaiB dengan *pricing* yang lebih kompetitif dan meningkatkan pelayanan kepada nasabah agar nasabah tersebut loyal terhadap BTN Syariah Kantor Cabang Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Ikatan Bankir Indonesia. 2017. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: PT. Gramedia.
- _____. 2017. *Strategi Pemasaran Bank Syariah*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Ismail. 2011. *Manajemen Perbankan*. Cetakan Kedua. Jakarta: Kencana.
- Kasmir. 20012. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta: Prentice Hall.
- _____. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Melinium. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Muhamad. 2017. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Muhammad & Dwi Suwiknyo. 2009. *Akuntansi Perbankan Syariah*. Yogyakarta: Trust Media Publishing.
- Sudarsono, Heri. 2003. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Ekonisia.
- _____. 2012. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Ekonisia.
- William J dan Stanton. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Ketiga. Jakarta: Erlangga
- Peraturan Bank Indonesia No.10/17/PBI/2008 tentang Produk Bank diperoleh pada 6 Januari 2020 di www.bi.go.id
- Undang-undang No 7 Tahun 1992 sebagaimana telah diubah dengan UU No 10 Tahun 1998 tentang perbankan diperoleh pada 2 Februari 2020 di www.bi.go.id
- Undang-Undang No.10 Tahun 1998 tentang Perbankan diperoleh pada 10 Februari 2020 di www.bi.go.id
- Undang- Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah diperoleh pada 1 Januari 2020 di www.bi.go.id

LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Keterangan Magang

BUMN
Hadir untuk negeri

BTN Syariah

SURAT KETERANGAN
No. 887-d /SIYYK/SUPP/III/2020

Yang bertandatangan dibawah ini saya :

Nama : Muhammad Yoga Adhi P
Jabatan : Human Capital Support Staff

Menerangkan bahwa nama di bawah ini:


Nama : Atina Mahdallaena
NIM : 17213046
Program Studi : D3 Perbankan dan Keuangan
Instansi : Universitas Islam Indonesia

Telah melaksanakan Magang Kerja di Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. Kantor Cabang Syariah Yogyakarta dari tanggal 24 Februari – 18 Maret 2020.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 20 Maret 2020

PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO), Tbk
KANTOR CABANG SYARIAH YOGYAKARTA


Muhammad Yoga Adhi P
Muhammad Yoga Adhi P
Human Capital Support

PT Bank Tabungan Negara (Persero) TBK
Kantor Cabang Syariah Yogyakarta
Jl. Faridan M.Noto No.10 Kotabaru Gondokusuman
Yogyakarta 55224

T +62 274 551055 (Hunting) F +62 274 551056
E kcs.yogyakarta@btn.co.id
www.btn.co.id

RELSPBP - 01.001.6026.5-561.002

Lampiran 2: Brosur Tabungan BTN Prima iB

Tabungan BTN Prima iB

BIAYA ADMINISTRASI RINGAN

VISA PLUS

DEBIT BTN ONLINE

ATM BERSAMA

100% from Life

Tabungan Investasi Yang Aman Dan Terlindungi

Snap This QR

BTN Syariah

Menabung sekaligus berinvestasi dengan nisbah yang kompetitif serta dapatkan Hadiah Langsung yang sesuai dengan keinginan Anda. dengan skema penempatan sebagai berikut :

Skema A

Setoran Awal (Rp)	Setoran Rutin Bulanan (Rp)	Perkiraan Nilai Investasi Akhir (Rp)	Jangka Waktu (Thn)
33.000.000,-	150.000,-	51.000.000,-	10
50.500.000,-	150.000,-	63.100.000,-	7
73.000.000,-	150.000,-	82.000.000,-	5
124.000.000,-	150.000,-	129.400.000,-	3
375.000.000,-	150.000,-	376.800.000,-	1

Skema B

Setoran Awal (Rp)	Setoran Rutin Bulanan (Rp)	Perkiraan Nilai Investasi Akhir (Rp)	Jangka Waktu (Thn)
20.000.000,-	575.000,-	89.000.000,-	10
20.000.000,-	785.000,-	104.780.000,-	9
20.000.000,-	3.500.000,-	230.000.000,-	5
20.000.000,-	25.000.000,-	620.000.000,-	3
20.000.000,-	95.000.000,-	1.160.000.000,-	1

Skema C

Setoran Awal (Rp)	Setoran Rutin Bulanan (Rp)	Perkiraan Nilai Investasi Akhir (Rp)	Jangka Waktu (Thn)
37.500.000,-	0,-	37.500.000,-	10
47.500.000,-	0,-	47.500.000,-	8
63.000.000,-	0,-	63.000.000,-	6
95.000.000,-	0,-	95.000.000,-	4
375.000.000,-	0,-	375.000.000,-	1

*Perkiraan saldo akhir Tabungan belum termasuk Bagi Hasil program yang didapat Nasabah tiap bulan

Ayo, segera buka Tabungan BTN Prima iB sekarang juga !

Lampiran 3: Formulir Pembukaan Tabungan BTN Prima iB

Bank BTN NO BARCODE

DATA PRIBADI DEBITOR

Nama Lengkap _____
No KTP/IDP _____
Alamat Rumah (sudah RT) _____
Rukun _____ RT _____ RW _____ Desa _____
Provinsi _____ Kode Pos _____

Alamat Rumah (200 untuk BTN Sewak BTN) _____
Rukun _____ RT _____ RW _____ Desa _____
Provinsi _____ Kode Pos _____

No Telepon Rumah _____
No Handphone _____
E-mail _____

Status Rumah Baru Lama Sewak Lain _____
Jenis Pekerjaan Pegawai Wiraswasta Buruh Tani Peternak Nelayan Pengusaha Lain _____

Alamat Penghasilan Alamat Rumah (sudah RT) Alamat Rumah (sudah Sewak RT) Lain _____
Jenis Penghasilan Gaji Honorarium Keuntungan Lain _____

Tanggal & Tgl Lahir _____
Pendidikan Terakhir SD SMP SMA/SMK Universitas S2/S3 _____

Status Perkawinan Belum Sudah Janda Duda Widua Lainnya _____
Nama Istri/Suami/Kandung _____

DATA PERUSAHAAN DEBITOR

Nama Lengkap _____
Hubungan dengan Debitur Orang Tua Saudara Kandung Anak Saudara kandung orang tua Lainnya _____
Alamat Tempat Kerja _____
Rukun _____ RT _____ RW _____ Desa _____
Provinsi _____ Kode Pos _____

No Telepon Rumah _____
No HP _____

DATA PERUSAHAAN DEBITOR

Nama Lengkap _____
No KTP/IDP _____
Alamat Perusahaan (sudah RT) _____
Alamat dengan alamat pribadi _____
Rukun _____ RT _____ RW _____ Desa _____
Provinsi _____ Kode Pos _____

No Handphone _____

DATA PERUSAHAAN DEBITOR

Nama Perusahaan/Instansi _____
Bentuk Badan Usaha (sudah RT) PT CV UD Perorangan Tergabung Lainnya _____
Alamat Perusahaan/Instansi _____
Rukun _____ RT _____ RW _____ Desa _____
Provinsi _____ Kode Pos _____

No Telepon _____
Jenis Pekerjaan Manajer PNS/Pejabat/Departemen/Praktisi Tenaga Kependidikan Pengajar Tenaga Bekerja Peralatan Pribadi Lainnya _____

Alamat Usaha _____
Jalan _____ No _____ Kelurahan _____ Kecamatan _____ Kabupaten/Kota _____ Provinsi _____

No Telepon Asam _____
No HP _____

DATA PERUSAHAAN DEBITOR

Nama Perusahaan/Instansi _____
Bentuk Badan Usaha (sudah RT) PT CV UD Perorangan Tergabung Lainnya _____
Alamat Perusahaan/Instansi _____
Rukun _____ RT _____ RW _____ Desa _____
Provinsi _____ Kode Pos _____

No Telepon _____
Jenis Pekerjaan Manajer PNS/Pejabat/Departemen/Praktisi Tenaga Kependidikan Pengajar Tenaga Bekerja Peralatan Pribadi Lainnya _____

Alamat Usaha _____
Jalan _____ No _____ Kelurahan _____ Kecamatan _____ Kabupaten/Kota _____ Provinsi _____

Nama Pribadi _____
No Telepon _____
No HP _____

DATA PENGHASILAN DAN PENGULIHAN PER BULAN			
Penghasilan Utama Pemohon	Rp		Biaya Fumuh Tangga Rp
Penghasilan Tambahan Pemohon	Rp		Angsuran Lainnya Rp
Penghasilan Utama Pasangan	Rp		Sisa Penghasilan Rp
Penghasilan Tambahan Pasangan	Rp		Kemampuan mengangsur Rp
Total Penghasilan	Rp		

DATA KREDIT/PEMBAYAN YANG DIMOHON			
Tipe Produk	<input type="checkbox"/> KGU <input type="checkbox"/> Ruko <input type="checkbox"/> KSH <input type="checkbox"/> Swagira <input type="checkbox"/> RSH <input type="checkbox"/> KPA/KY Rukun <input type="checkbox"/> Kendaraan <input type="checkbox"/> Gira Simpanan <input type="checkbox"/> Kartu Kredit <input type="checkbox"/> Kring Barata <input type="checkbox"/> Sewadane <input type="checkbox"/> Lainnya		
Marga Jua/Nilai Tabung/RAS Rumah Utang HUA/Dana Sendiri	Rp		atau dalam persentase = %
Nilai Kredit/Pembayaran yang diajukan	Rp		
Sistem Pembayaran	<input type="checkbox"/> Auto Debet <input type="checkbox"/> Bayar <input type="checkbox"/> Koneksi	Jangka Waktu Pengajuan kredit	Bulan
Penggunaan	<input type="checkbox"/> Pembebanan Rumah <input type="checkbox"/> Konsumtif <input type="checkbox"/> Pembebanan mobil <input type="checkbox"/> Perbaikan Rumah <input type="checkbox"/> Kartu kredit <input type="checkbox"/> Pembebanan apasemen <input type="checkbox"/> Pembebanan Ruko <input type="checkbox"/> Lainnya		

DATA AGUNAN			
Alamat Lokasi Agunan/Kendaraan			
Dok	No	RT	RW
Kec	Dist II		
Pegawai	Kode Pos		
Status Kepemilikan	<input type="checkbox"/> SHM <input type="checkbox"/> SHGB <input type="checkbox"/> Sertata Tida <input type="checkbox"/> BPEB <input type="checkbox"/> Deposito <input type="checkbox"/> SK Pegawai	Luas Tanah	m ²
No Sertifikat	Tgl Tuna	Akumulasi	Luas Bangunan
Atas Nama	Tgl Terbit		
No INB	Jemawe		
Nama Pengembang			
Nama Proyek Perumahan	KODE PROFES* KODE DEVELOPER* * dari oleh bank		

Untuk Jaminan Berupa Kendaraan			
Jenis Kendaraan	<input type="checkbox"/> APV <input type="checkbox"/> Delivent Van <input type="checkbox"/> Honda <input type="checkbox"/> Jemp <input type="checkbox"/> Hibrida <input type="checkbox"/> Microbus <input type="checkbox"/> Soreta Motor <input type="checkbox"/> HVP <input type="checkbox"/> Pick up <input type="checkbox"/> Sedan <input type="checkbox"/> Station wagon <input type="checkbox"/> SUV		
Merk Kendaraan	Model		
Tipe	No Mesin		
No Rangka	No BPKB	Tgl Terbit	asas
No Polisi	Dasar		

Untuk Jaminan Berupa Deposito			
Pemilik Agunan	No Simpanan		
Nama Bank/Other Deposit	Bunga Simpanan	Tgl Terbit	
Nilai Rp	Jawaw	Jangka Waktu Kredit	Bulan

Untuk Jaminan Berupa Surat Rekening Deposita			
No SK	Tgl Terbit		

DATA PERJANJIAN LAIN			
Nama Bank	<input type="checkbox"/> KPR <input type="checkbox"/> KPA <input type="checkbox"/> Kredit Mobil <input type="checkbox"/> Kartu Kredit <input type="checkbox"/> Modal K-ya <input type="checkbox"/> Konsumtif <input type="checkbox"/> Pegawai		
Jenis Produk	Tunggahan	Rp	
Plafond	Angsuran	Rp	
Outstanding			

DATA KEKAYAAN PEMOHON DAN PASANGAN			
Tabungan	BANK	Rp	atau nilai Buku/Nilai
Giro		Rp	atas nama Pemohon <input type="checkbox"/> Pasangan <input type="checkbox"/>
Deposito		Rp	atas nama Pemohon <input type="checkbox"/> Pasangan <input type="checkbox"/>
Rumah	Atas nama	Nilai Rumah	Rp
Kendaraan	Atas nama	Nilai Kendaraan	Rp

Demikian Aplikasi Kredit ini diajukan dan semua informasi dalam formulir ini telah saya isi dengan lengkap dan sebenar-benarnya. Untuk ini kami menyatakan tunduk pada ketentuan-ketentuan yang berlaku di Bank BTN termasuk diantaranya untuk melakukan verifikasi atas data-data yang tertera diatas serta untuk melakukan penilaian terha tap agunan

Tanda tangan BTK/ Wakil Pemohon: _____
Tanda tangan Pemohon: _____

Pasangan Pemohon

Pemohon

Bank BTN bertekad memperlakukan pemohon dan tidak akan menyalahkan atau merugikan dan akan selalu siap membantu pemohon hal Bank BTN dan Bank BTN akan lebih cepat menyelesaikan keluhan pemohon