

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SIMPANAN
PEMBANGUNAN DAERAH (SIMPEDA) WADIAH DI BPD DIY
SYARIAH KANTOR CABANG PEMBANTU UNIVERSITAS ISLAM
INDONESIA**

Laporan Magang



Disusun Oleh:

ARI KURNIAWAN

17213078

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

2020

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SIMPANAN
PEMBANGUNAN DAERAH (SIMPEDA) WADIAH DI BPD DIY
SYARIAH KANTOR CABANG PEMBANTU UNIVERSITAS ISLAM
INDONESIA**

Laporan Magang

Laporan Tugas Akhir ini (Magang) disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan jenjang Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas

Islam Indonesia

Yogyakarta



Disusun oleh :

ARI KURNIAWAN

17213078

Program Studi Perbankan dan Keuangan

Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

2020

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN MAGANG

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SIMPANAN
PEMBANGUNAN DAERAH (SIMPEDA) WADIAH DI BPD DIY
SYARIAH KANTOR CABANG PEMBANTU UNIVERSITAS ISLAM
INDONESIA



Disusun Oleh:

Nama : Ari Kurniawan
No. Mahasiswa : 17213078
Jurusan : Perbankan & Keuangan

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing
Pada tanggal : 27 / 06 / 2020
Dosen Pembimbing



(El Aiyubbi SE., MEK.)

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, 27 Juni 2020

Penulis



Ari Kurniawan

KATA PENGANTAR



Puji syukur selalu dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga Laporan Tugas Akhir dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pembangunan Daerah (Simpeda) *Wadi’ah* di BPD DIY Syariah KCP UII” ini dapat terselesaikan dengan baik.

Laporan Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi syarat mencapai Gelar Ahli Madya pada Program Diploma III Program Studi Perbankan dan Keuangan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu penyusunan Laporan Tugas Akhir ini:

1. Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia.
2. Bapak Suparman dan Ibu Suwarni selaku orang tua yang membesarkan, menyayangi, mendoakan, dan memberikan dukungan yang tiada terkira.
3. Sri Lestari, Herdiansyah, Wiki Barli Apriana, dan Regina Dwidinna Saputri selaku kakak yang selalu membantu, mendoakan, dan memberi semangat.
4. Keluarga penulis yang turut mendoakan dan memberikan dukungan.
5. Ibu Diana Wijayanti, SE., M.Si selaku Ketua Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Dityawarman El Aiyubbi SE., MEK., selaku Dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan, saran, dan petunjuk sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.

7. Ibu Rizqi Adhyka Kusumawati, SE., MBA. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama perkuliahan.
8. Bapak dan Ibu Dosen Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
9. Seluruh pihak BPD DIY Syariah KCP UII atas kesempatan magang serta ilmu yang diberikan sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran guna Tugas Akhir ini. Diharapkan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Penulis,

Ari Kurniawan

DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan	ii
Pernyataan Bebas Penjiplakan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Gambar	viii
Daftar Tabel	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Dasar Pemikiran Magang.....	1
1.2. Tujuan Magang	3
1.3. Target Magang	3
1.4. Bidang Magang.....	4
1.5. Lokasi Magang.....	4
1.6. Jadwal Magang	5
1.7. Sistematika Penulisan Laporan Magang	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Lembaga Keuangan	7
2.1.1 Pengertian Lembaga Keuangan.....	7
2.1.2 Manfaat Lembaga Keuangan	7
2.1.3 Jenis Lembaga Keuangan.....	8
2.1.4 Tujuan Lembaga Keuangan	10
2.2 Bank	10
2.2.1 Pengertian Bank	10
2.2.2 Fungsi Bank	11
2.2.3 Tujuan Bank.....	11
2.2.4 Jenis Bank	12
2.2.5 Produk Bank.....	15
2.3 Perbankan Syariah	16
2.3.1 Pengertian Perbankan Syariah	16
2.3.2 Tujuan dan Fungsi Perbankan Syariah.....	16
2.3.3 Struktur Perbankan Syariah	17

2.3.4	Dewan Pengawas Syariah (DPS)	17
2.4	Produk dan Akad Bank Syariah	18
2.5	Tabungan.....	22
2.5.1	Pengertian Tabungan.....	22
2.6	Strategi Pemasaran.....	23
2.6.1	Pengertian Strategi	23
2.6.2	Pengertian Pemasaran	23
2.6.3	Pengertian Strategi Pemasaran.....	23
2.6.4	Bauran Pemasaran.....	24
BAB III ANALISIS DESKRIPTIF.....		27
3.1	Data Umum.....	27
3.1.1	Sejarah BPD DIY Syariah.....	27
3.1.2	Visi Perusahaan.....	29
3.1.3	Misi Perusahaan	30
3.1.4	Struktur Organisasi	30
3.1.5	Produk dan Jasa BPD DIY Syariah.....	31
3.2	Data Khusus	37
3.2.1	Produk Tabungan Simpanan Pembangunan Daerah (Simpeda) <i>Wadiah</i> pada BPD DIY Syariah KCP UII.....	37
3.2.2	Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pembangunan Daerah (Simpeda) BPD DIY Syariah KCP UII.....	39
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN		47
4.1	Kesimpulan	47
4.2	Saran	48

Daftar Pustaka

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Lokasi BPD DIY Syariah KCP UII	4
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi pada BPD DIY Syariah	31

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal Magang.....	5
Tabel 3.1 Produk Penghimpunan Dana di BPD DIY Syariah.....	32
Tabel 3.2 Produk Pembiayaan di BPD DIY Syariah.....	33
Tabel 3.3 Jasa Layanan pada BPD DIY Syariah.....	35

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Dasar Pemikiran Magang

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak (UU No. 10, 1998). Berdasarkan dari Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, secara garis besar tujuan perbankan Indonesia adalah menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pembangunan ekonomi, dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat. Berdasarkan jenis operasionalnya bank dibagi atas bank konvensional dan bank syariah, bank konvensional keuntungan mengacu pada sistem bunga yang sudah ditetapkan oleh pihak bank sedangkan bank syariah dalam pengambilan *margin* (keuntungan) berdasarkan dengan bagi hasil yang sudah disepakati antara pihak bank dan nasabah baik dalam kegiatan penyimpanan dana, pembiayaan, atau kegiatan perbankan lainnya. *Funding* atau menghimpun dana merupakan kegiatan utama dalam suatu bank, dalam hal ini masyarakat pada umumnya lebih banyak menabung di bank konvensional dibandingkan bank syariah karena sebagian masyarakat belum sepenuhnya memahami tentang bank syariah, maka dari itu diperlukan strategi pemasaran untuk menjual produk dan jasa bank syariah guna memperoleh keuntungan.

Bank Syariah merupakan bank yang menjalankan aktifitas usaha dari prinsip syariah, atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), universalisme (*alamiyah*), serta tidak mengandung *gharar*, *maysir*, *riba*, *zalim*, dan obyek yang haram (UU No.21, 1998). Berdirinya perbankan syariah di Indonesia berdasarkan desakan atas kebutuhan masyarakat pada layanan jasa dari perbankan syariah yang berbasis syariah, maka berdirinya bank syariah pertama pada tahun 1992. Seiring dengan berdirinya perbankan syariah maka pemerintah di Indonesia mulai mempublikasikan kepada masyarakat terkait sistem "*Dual Banking System*". Sejak tahun 1998 pemerintahan di Indonesia mulai berkomitmen dalam pengembangan perbankan syariah dan memberikan kesempatan luas kepada perbankan syariah untuk mengembangkan perbankan syariah di Indonesia.

Salah satu penentu keberhasilan dan kesuksesan perusahaan terdapat pada bagian pemasaran, dikarenakan pemasaran adalah inti dari seluruh aktivitas bisnis. Menurut Kotler (2004) strategi pemasaran berisi tentang strategi spesifik pasar sasaran, *marketing mix*, penetapan posisi, dan tingginya pengeluaran pemasaran termasuk pola pikir pemasaran yang akan dimanfaatkan sebagai tujuan pemasarannya.

Sebagai salah satu lembaga perbankan syariah di Indonesia, BPD DIY Syariah sebagai lembaga keuangan mempunyai strategi produk dalam menghimpun dana, salah satunya adalah Produk Tabungan Simpeda *Wadi'ah*. Tabungan Simpeda *Wadi'ah* merupakan tabungan simpanan daerah yang dikhususkan untuk

masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta dalam memudahkan untuk menyimpan dananya dalam bentuk tabungan, mengajukan pembiayaan, atau kegiatan perbankan lainnya dengan menggunakan akad *Wadi'ah*. *Wadi'ah* adalah akad titipan, dimana nasabah (*shahibul maal*) akan menitipkan dananya kepada pihak bank (*mudharib*) dan bank akan memperoleh keuntungan yang didapat dari simpanan dana nasabah tersebut. Mayoritas bank syariah di Indonesia mempunyai produk simpanan yang menggunakan Akad *Wadi'ah*, maka dari itu BPD DIY Syariah KCP UII dalam melakukan kegiatan penawaran produk Tabungan Simpeda *Wadi'ah* memerlukan strategi pemasaran yang akurat dan atraktif agar bisa menaikkan jumlah nasabah lebih besar.

Bersumber pada dasar pemikiran yang telah ditulis, maka dari itu laporan magang ini mengangkat judul “**Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pembangunan Daerah (Simpeda) *Wadi'ah* di BPD DIY Syariah KCP UII**”

1.2. Tujuan Magang

Dengan melihat dasar pemikiran yang ada, maka tujuan magang yang dilaksanakan di BPD DIY Syariah diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui produk Tabungan Simpeda *Wadi'ah* pada BPD DIY Syariah KCP UII.
2. Mengetahui strategi pemasaran produk Tabungan Simpeda *Wadi'ah* pada BPD DIY Syariah KCP UII.

1.3. Target Magang

Target yang hendak didapatkan dalam kegiatan magang di BPD DIY

Syariah KCP UII adalah sebagai berikut :

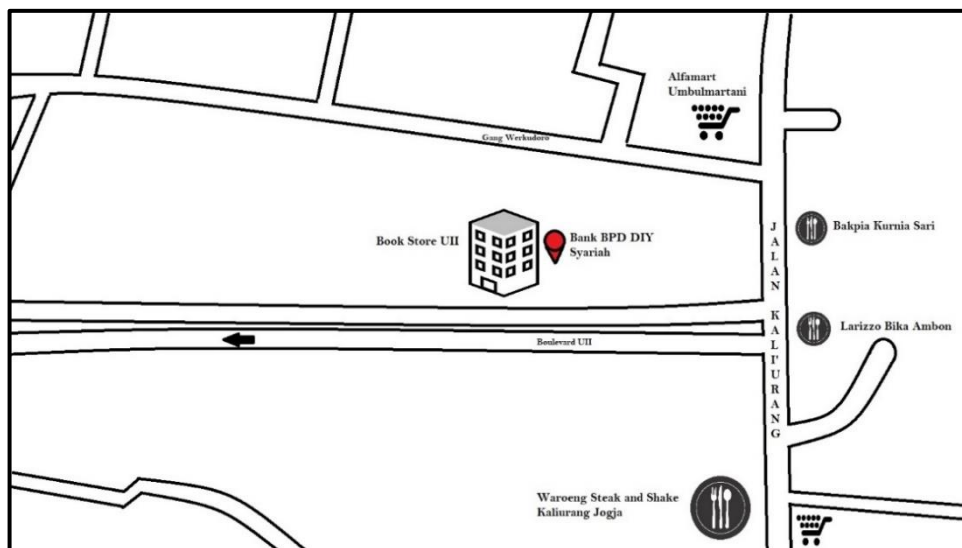
1. Dapat menjelaskan produk Tabungan Simpeda *Wadi'ah* BPD DIY Syariah KCP UII.
2. Dapat memahami strategi pemasaran produk Tabungan Simpeda *Wadi'ah* BPD DIY Syariah KCP UII.

1.4. Bidang Magang

Bidang magang sesuai dengan tujuan dan target magang adalah pada bagian *Marketing*. *Marketing* merupakan salah satu bagian *back office* di suatu perusahaan perbankan yang memiliki tujuan utama, yaitu menjual dan mempromosikan produk atau jasa dari perusahaan yang memiliki target pasar sesuai dengan yang sudah ditentukan di perusahaan tersebut.

1.5. Lokasi Magang

Lokasi kegiatan magang di BPD DIY Syariah KCP UII, yang beralamatkan di Jalan Kaliurang KM 14,5, Komplek Gedung *Bookstore*, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta (55584). Phone : (0274) 45468888, Website : www.bpddiy.co.id/



Gambar 1. 1 Lokasi BPD DIY Syariah KCP UII

1.6. Jadwal Magang

Program magang ini dilaksanakan dalam 1 bulan atau 4 minggu, yang dimulai dari tanggal 24 Februari 2020 sampai dengan 24 Maret 2020.

Tabel 1.1 Jadwal Magang

NO	KEGIATAN	2020												
		Februari				Maret				April				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1.	Pemilihan Tempat Magang	■	■	■										
2.	Pembekalan Magang			■	■									
3.	Pelaksanaan Magang				■	■	■	■						
4.	Bimbingan Laporan Magang						■	■	■	■				
5.	Penyusunan Laporan Magang									■	■	■	■	
6.	Ujian Tugas Akhir dan Ujian Kompetensi											■	■	■

1.7. Sistematika Penulisan Laporan Magang

Sistematika penulisan dan penyusunan pada tugas akhir ini merupakan urutan penyajian dari bab per bab pada setiap pembahasan, yang diharapkan akan mempermudah pemahaman akan hasil dari kegiatan magang yang telah dicapai. Dalam penyajian tuugas akhir ini digunakan sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah secara garis besar, yang dimana berisi tentang dasar pemikiran magang, tujuan magang, target magang, bidang magang, lokasi magang, jadwal magang, dan sistematika penulisan laporan magang.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum mengenai

perbankan dan strategi pemasaran produk Tabungan Simpeda *Wadi'ah* pada BPD DIY Syariah KCP UII.

BAB III ANALISA DESKRIPTIF

Pada bab ini berisikan data umum dan data khusus. Data umum berisikan penjelasan mengenai BPD DIY Syariah KCP UII. Sedangkan data khusus berisi mengenai deskripsi tentang hasil dari kegiatan magang mengenai strategi pemasaran produk Tabungan Simpeda *Wadi'ah* pada BPD DIY Syariah KCP UII.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini disampaikan kesimpulan dan saran ataupun kebijakan untuk perusahaan tempat lokasi magang dengan berdasarkan pada landasan teori yang dimana diharapkan dapat digunakan sebagai bahan untuk pertimbangan dan acuan ke arah yang lebih baik.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Lembaga Keuangan

2.1.1 Pengertian Lembaga Keuangan

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 1967 tentang Pokok Pokok Perbankan, lembaga keuangan adalah semua badan yang melalui kegiatan-kegiatannya dibidang keuangan, menarik uang dari dan menyalurkan ke dalam masyarakat.

2.1.2 Manfaat Lembaga Keuangan

Semua lembaga keuangan memiliki peranan dan manfaat bagi masyarakat. Martono (2002:3) menjelaskan terdapat beberapa manfaat dan fungsi lembaga keuangan yaitu:

1. Pengalihan aset (*assets transmutation*). Harta lembaga keuangan dalam bentuk dana diberikan kepada pihak lain dalam bentuk pinjaman untuk dikelola pada periode waktu tertentu. Dana tersebut didapatkan dari simpanan masyarakat yang menabung di bank tersebut.
2. Likuiditas (*liquidity*). Terkait dengan likuiditas dan kemampuan untuk memperoleh uang tunai saat dibutuhkan merupakan tugas dari lembaga keuangan.
3. Realokasi penghasilan (*income reallocation*). Dalam situasi seperti ini lembaga keuangan berfungsi sebagai tempat realokasi pendapatan supaya bisa dimanfaatkan pada kesempatan yang akan datang.

4. Transaksi. Penyediaan jasa dan mempermudah transaksi moneter merupakan peranan penting yang dimiliki oleh lembaga keuangan.

2.1.3 Jenis Lembaga Keuangan

Wiroso (2011:17-39) menjelaskan di Indonesia lembaga keuangan dibagi menjadi 2 bagian, yaitu :

1. Lembaga Keuangan Bank

Lembaga keuangan bank merupakan sebuah lembaga intermediasi keuangan yang umumnya berdiri atas wewenang untuk mendapatkan persediaan uang, meminjamkan uang, dan mendapatkan promes atau yang lebih dikenal sebagai *bank note*. Berdasarkan Undang-Undang Pokok Perbankan Nomor 23 Tahun 1998 jenis lembaga keuangan di Indonesia yaitu:

- 1) Bank Sentral. Merupakan lembaga keuangan atau instansi yang bertanggung jawab atas kebijakan moneter dan menciptakan tingkat kegaitana perekonomian yang stabil di suatu negara. Bank ini dikendalikan oleh Bank Indonesia (BI).
- 2) Bank Umum. Merupakan lembaga keuangan yang melaksanakan kegiatan secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah, yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.
- 3) Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Ialah lembaga keuangan bank yang menerima simpanan dalam bentuk deposito berjangka, tabungan, dan atau bentuk lain yang dipersamakan dan menyalurkan dana sebagai usaha BPR.

2. Lembaga Keuangan Bukan Bank

Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) menurut Undang-Undang Nomor 10

Tahun 1998 yaitu suatu badan usaha yang melakukan suatu kegiatan dibidang keuangan yang menghimpun dana dengan mengeluarkan kertas berharga dan untuk menyalurkan untuk membayar investasi perusahaan. Lembaga keuangan bukan bank terdiri dari :

- 1) Asuransi. Merupakan suatu lembaga yang menyediakan segala macam polis asuransi yang dapat melindungi seseorang atau nasabah yang bergabung dengannya dari berbagai macam risiko dengan memegang sejumlah polis asuransi.
- 2) Sewa Guna Usaha (*Leasing*). Ialah suatu aktifitas pembiayaan dalam bentuk penyiapan barang modal, baik menurut sewa guna usaha atas hak opsi (*finance lease*) atau sewa guna usaha tanpa hak opsi (*operating lease*), untuk dimanfaatkan oleh penyewa guna usaha (*lessee*) dalam jangka waktu tertentu berdasarkan pembayaran secara berkala.
- 3) Dana Pensiun. Merupakan lembaga hukum yang mengatur dan melaksanakan program yang menjanjikan kegunaan pensiun.
- 4) Reksa Dana. Merupakan salah satu alternatif investasi bagi masyarakat pemodal, khususnya pemodal kecil dan pemodal yang tidak memiliki banyak waktu dan keahlian untuk menghitung risiko atas investasi mereka.
- 5) Bursan Efek. Merupakan sebuah pasar yang akan berhubungan dengan pembelian dan penjualan efek perusahaan yang sudah terdaftar di bursa tersebut.
- 6) Pegadaian. Merupakan kegiatan menjaminkan barang-barang berharga kepada pihak tertentu, guna mendapatkan sejumlah uang senilai barang

yang dijamin yang akan ditebus sesuai dengan kesepakatan antara nasabah dengan lembaga gadai (Peraturan Pemerintah Nomor 10, 1990).

- 7) Modal Ventura. Merupakan suatu badan usaha yang melakukan pembiayaan dalam bentuk penyertaan modal ke dalam perusahaan yang menerima bantuan pembiayaan (KEPPRES Nomor 61, 1998).

2.1.4 Tujuan Lembaga Keuangan

Kasmir (2005:9) menyampaikan ada beberapa tujuan lembaga keuangan baik itu lembaga keuangan bank atau pun lembaga keuangan bukan bank yaitu :

1. Menghimpun dana dari masyarakat dengan mengeluarkan dokumen berharga sehingga dana masyarakat lebih terjamin keamanannya.
2. Dana yang dihimpun disalurkan bank untuk digunakan dalam pembiayaan di bidang ekonomi dan pembangunan.
3. Pinjaman modal diberikan bank kepada masyarakat dan perusahaan untuk dimanfaatkan sebagai modal usaha.
4. Nasabah mendapatkan pinjaman dari pegadaian dengan menjaminkan barang atau surat berharga.
5. Anggota koperasi diberikan jasa simpan-pinjam oleh koperasi agar pemanfaatan modal lebih produktif dan anggotanya terhindar dari rentenir.

2.2 Bank

2.2.1 Pengertian Bank

Bank adalah sebuah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat

dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lain dengan tujuan untuk meningkatkan taraf hidup orang banyak (UU RI No.10, 1998).

2.2.2 Fungsi Bank

Bustari Muchtar (2016:43) menjelaskan fungsi bank ialah menjadi lembaga yang mempunyai kekuasaan untuk mengumpulkan dana dari masyarakat dan juga menyalurkannya kembali pada masyarakat untuk beragam tujuan. Selain itu, ada 3 fungsi bank secara spesifik yaitu:

1. *Agent of Trust*. Aktivitas perbankan dapat berjalan dengan baik apabila adanya kepercayaan (*trust*) dari masyarakat. Jika masyarakat telah percaya kepada bank, maka nasabah tidak lagi ragu untuk menempatkan dananya di bank.
2. *Agent of Development*. Aktivitas bank menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat untuk membuka kesempatan bagi khalayak untuk melakukan kegiatan investasi, distribusi, dan aktivitas ekonomi lainnya yang tidak dapat dipisahkan dari penggunaan uang.
3. *Agent of Service*. Bank menyediakan berbagai jasa untuk di nikmati oleh para nasabahnya diantaranya pelayanan pengiriman uang, pelayanan pembayaran, tabungan, kartu kredit, dan lain-lain.

2.2.3 Tujuan Bank

Menurut Undang Undang Nomor 10 Tahun 1998, secara garis besar tujuan perbankan Indonesia adalah menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat.

2.2.4 Jenis Bank

1. Dari segi Fungsi

Menurut Undang Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998, jenis bank dari segi fungsinya yaitu :

a. Bank Sentral

Bank sentral merupakan suatu lembaga keuangan milik negara yang bertanggung jawab dalam menata dan memantau beragam kegiatan pada lembaga keuangan dan memastikan agar kegiatan badan-badan keuangan tersebut dapat meningkatkan stabilitas ekonomi.

b. Bank Umum

Bank umum ialah bank yang melaksanakan kegiatan bisnis perbankan secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah Islam yang dalam aktivitasnya memberikan pelayanan dalam lalu lintas pembayaran.

c. Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah bank yang melakukan aktivitas perbankan secara konvensional atau prinsip syariah Islam dimana aktivitasnya tidak memberikan pelayanan dibidang pembayaran.

2. Dari segi Kepemilikan

Menurut Kasmir (2010:36) jenis bank berdasarkan kepemilikannya dapat dibedakan sebagai berikut:

a. Bank Milik Pemerintah

Bank milik pemerintah adalah bank di mana baik akta pendirian maupun modalnya dimiliki oleh pemerintah, sehingga seluruh keuntungan bank

dimiliki oleh pemerintah. Contohnya :

- 1) Bank Negara Indonesia (BNI)
- 2) Bank Rakyat Indonesia (BRI)
- 3) Bank Tabungan Negara (BTN)

b. Bank Milik Swasta Nasional

Bank milik swasta nasional ialah bank yang seluruh atau sebagian sahamnya dimiliki oleh swasta nasional, sehingga keuntungannya menjadi milik swasta. Contohnya :

- 1) Bank Muamalat
- 2) Bank Danamon
- 3) Bank Niaga
- 4) Bank Internasional Indonesia

c. Bank Milik Asing

Bank milik asing ialah cabang dari bank yang ada di luar negeri, atau seluruh sahamnya dimiliki oleh pihak asing (luar negeri). Contohnya :

- 1) *Standard Chartered Bank*
- 2) *Bank of Tokyo*
- 3) *Bank of America*
- 4) HSBC
- 5) Citibank

d. Bank Campuran

Bank milik campuran ialah bank yang dimiliki pihak asing dan swasta nasional dengan mayoritas saham dipegang oleh Warga Negara Indonesia

(WNI). Contohnya :

- 1) OCBC NISP
- 2) CIMB Niaga
- 3) UOB Buana

3. Dari segi Status

Menurut Kasmir (2012:30) bentuk bank dilihat dari segi status adalah sebagai berikut:

a. Bank Devisa

Bank devisa ialah bank yang dapat bertransaksi ke luar negeri atau aktivitas lainnya yang berkaitan dengan mata uang asing sebagai contoh pengiriman uang ke luar negeri, *travellers cheque*, dan inkaso ke luar negeri.

b. Bank Non Devisa

Bank non devisa ialah bank yang memiliki hak untuk melakukan transaksi sebagai bank devisa dengan wilayah operasional terbatas pada negara-negara tertentu saja.

4. Dari segi Cara Menentukan Harga

Menurut Kasmir (2012:32) berdasarkan cara menentukan harga, bank dapat dibedakan dalam dua jenis yaitu:

a. Bank dengan Prinsip Konvensional

Bank dengan prinsip konvensional ialah bank yang menggunakan metode penetapan harga sesuai tingkat suku bunga (*spread base*) dan menghitung biaya-biaya yang diperlukan (*fee base*).

b. Bank dengan Prinsip Syariah

Bank dengan prinsip syariah ialah bank yang menerapkan aturan perjanjian sesuai hukum Islam dalam penyimpanan dana, pembiayaan, atau kegiatan lainnya.

2.2.5 Produk Bank

Sesuai Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, perbankan meliputi 3 (tiga) kegiatan yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa.

Berikut ini adalah produk yang digunakan dalam melakukan kegiatan tersebut :

1. Giro (*Demand Deposit*)

Giro adalah salah satu produk perbankan berupa simpanan dari nasabah perseorangan ataupun badan usaha dalam rupiah ataupun mata uang asing, yang penarikannya bisa dilakukan kapanpun, sewaktu jam kerja, dengan menggunakan warkat cek dan bilyet giro.

2. Tabungan (*Saving Deposit*)

Tabungan adalah simpanan pada bank yang penarikan sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan oleh bank dan dapat dilakukan menggunakan buku tabungan, slip penarikan, kwitansi, dan kartu (ATM).

3. Deposito (*Deposit*)

Deposito adalah simpanan di bank yang mempunyai jangka waktu tertentu, pencairannya dilakukan saat jatuh tempo yang terdiri dari Deposito Berjangka, Sertifikat Deposito, dan Deposito *On Call*.

2.3 Perbankan Syariah

2.3.1 Pengertian Perbankan Syariah

Sesuai Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) seperti prinsip keadilan (*'adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), universalisme (*alamiyah*), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim, dan obyek yang haram.

2.3.2 Tujuan dan Fungsi Perbankan Syariah

Perbankan syariah dalam melakukan aktivitas bisnisnya berasaskan pada prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian. Perbankan syariah bertujuan membantu penerapan pembangunan nasional dalam rangka menaikkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Sedangkan fungsi perbankan syariah yaitu :

1. Melaksanakan fungsi menyalurkan dan menghimpun dana masyarakat.
2. Melaksanakan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul mal, dengan menerima dana yang berasal dari sedekah, zakat, infaq, hibah, atau dana sosial lain dan mengalirkannya kepada badan pengelola zakat.
3. Menghimpun dana sosial yang diperoleh dari wakaf uang kemudian menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai dengan keinginan pemberi wakaf (*wakif*).
4. Penerapan fungsi sosial sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan ayat (3) sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

2.3.3 Struktur Perbankan Syariah

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, perbankan syariah dibedakan menjadi 3 struktur yaitu:

1. Bank Umum Syariah

Bank umum syariah merupakan bank syariah yang dalam aktivitasnya memberikan pelayanan dalam lalu lintas pembayaran.

2. Unit Usaha Syariah

Unit usaha syariah merupakan unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berguna sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berada di luar negeri yang melakukan kegiatan bisnis secara konvensional yang berfungsi menjadi kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan/atau unit syariah.

3. Bank Pembiayaan Syariah

Bank pembiayaan syariah ialah bank syariah dalam aktivitasnya tidak memberikan pelayanan dalam lalu lintas pembayaran.

2.3.4 Dewan Pengawas Syariah (DPS)

Sesuai dengan Undang Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, Dewan Pengawas Syariah (DPS) adalah ahli syariah yang diangkat oleh Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) atas rekomendasi Majelis Ulama Indonesia (MUI), dengan tugas menyampaikan nasihat dan saran kepada direksi serta mengawasi aktivitas perusahaan agar sesuai dengan prinsip syariah. Tugas dan tanggung jawab Dewan Pengawas Syariah (DPS) yaitu :

1. Memperkirakan dan membenarkan pemenuhan prinsip syariah atas pedoman operasional dan produk yang disahkan bank.
2. Memantau prosedur pengembangan produk bank baru.
3. Meminta fatwa kepada Dewan Syariah Nasional (DSN) untuk produk baru yang belum memiliki fatwa.
4. Menganalisa secara periodik atas pemenuhan prinsip syariah terhadap prosedur penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa bank.
5. Meminta informasi dan data yang berkaitan dengan aspek syariah dari satuan kerja bank dalam rangka pelaksanaan tugasnya.

2.4 Produk dan Akad Bank Syariah

Wiroso (2009:117) menjelaskan terdapat 3 (tiga) kelompok produk perbankan yaitu :

1. Produk Penghimpunan Dana

Dalam kegiatan menghimpun dana pada masyarakat, pada dasarnya bank syariah melakukan kegiatan usaha yang sama dengan bank konvensional, perbedaannya hanya terletak pada prinsip syariah yang mendasarinya.

Penghimpunan dana pada tabungan, deposito, dan giro diselenggarakan dengan akad sesuai prinsip, sebagai berikut :

a) Prinsip *Wadi'ah*

Wadiah bisa dimaknakan sebagai titipan dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun lembaga hukum yang harus dilindungi dan dikembalikan kapan saja si penyimpan menginginkannya. Maksud dari perjanjian tersebut ialah untuk melindungi keselamatan dan keamanan barang

tersebut dari kemusnahan, kecurian, kehilangan, dan sebagainya. Yang dimaksud dengan “barang” disini ialah sesuatu yang berharga sebagai contoh dokumen, surat berharga, uang, dan barang lain yang berharga di sisi Islam. *Wadi'ah* dibedakan menjadi 2 (dua) jenis yaitu :

1) *Wadi'ah Yad Amanah*

Merupakan titipan dimana penerima titipan tidak boleh memanfaatkan barang titipan tersebut sampai diambil kembali oleh penitip.

2) *Wadi'ah Yad Dhamanah*

Adalah titipan dimana barang titipan selama belum dikembalikan kepada penitip dapat dimanfaatkan oleh penerima titipan.

b) Prinsip *Mudharabah*

Mudharabah adalah perjanjian atas suatu jenis perkongsian, diaman pihak pertama (*shahib al'mal*) menyediakan dana, dan pihak kedua (*mudharib*) bertanggung jawab atas pengelolaan usaha. Dilihat dari segi kuasa yang diberikan kepada pengusaha, *mudharabah* terbagi menjadi 2 (dua) jenis, yaitu :

1) *Mudharabah Muthlaqah*

Ialah pihak pengusaha “diberi kuasa penuh untuk menjalankan proyek tanpa larangan/gangguan apapun” urusan yang berkaitan dengan proyek itu dan tidak terikat dengan waktu, tempat, jenis, perusahaan, dan pelanggan.

2) *Mudharabah Muqayyadah*

Ialah pemilik dana (*shahibul maal*) membatasi atau memberi syarat

kepada mudharib dalam pengelolaan dana.

2. Produk Penyaluran Dana

Setelah menghimpun dana dari masyarakat, bank akan melakukan penyaluran dana tersebut. Beberapa produk perbankan yang akan ditawarkan yaitu :

a) Prinsip *Murabahah*

Bai Murabahah (bai'ul murobahah) ialah jual beli barang pada harga asal dengan penambahan keuntungan yang disetujui. Dalam *bai' murabahah*, penjual harus melaporkan harga produk yang dibeli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai penambahannya.

b) Prinsip *Salam*

Salam adalah akad jual beli *muslam fiih* (barang pesanan) dengan penangguhan pengiriman oleh *muslam ilaihi* (penjual) dan pelunasannya dilakukan segera oleh pembeli sebelum barang pesana tersebut diterima sesuai dengan syarat-syarat tertentu.

c) Prinsip *Istishna*

Istishna adalah akad jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan (pembeli, *mustashni'*) dan penjual (pembuat, *shani'*).

d) Prinsip *Ijarah*

Ijarah adalah akad sewa-menyewa antara pemilik *ma'jur* (obyek sewa) dan *musta'jir* (penyewa) untuk mendapatkan imbalan atas obyek sewa yang disewakannya. Sedangkan *Ijarah Muntahiyah Bittamlik* (IMBT) adalah akad sewa-menyewa antara pemilik obyek sewa dan penyewa

untuk mendapatkan imbalan atas obyek sewa yang disewakannya dengan “opsi perpindahan hak milik” obyek sewa pada saat tertentu sesuai dengan akad sewa.

e) Prinsip Bagi Hasil atau *Syirkah*

1) *Musyarakah*. *Musyarakah* merupakan akad antara dua pihak atau lebih untuk kegiatan bisnis tertentu, dimana masing-masing pihak menyalurkan kontribusi dana (modal) dengan persyaratan bahwa keuntungan dan risiko (kerugian) akan ditanggung bersama sesuai dengan perjanjian yang sudah disepakati.

2) *Mudharabah*. *Mudharabah* merupakan akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (pemilik dana) mempersiapkan seluruh dana, sedangkan pihak kedua (pengelola dana) bertindak selaku pengelola, dan keuntungan usaha dibagi di antara mereka sesuai perjanjian sedangkan kerugian finansial hanya dibebankan kepada pemilik dana.

f) Prinsip *Qardh*

Qardh ialah suatu akad pinjaman nasabah tertentu dengan persyaratan bahwa nasabah harus mengembalikan dana yang didapatkannya kepada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) pada waktu yang telah ditentukan dan disepakati oleh lembaga keuangan syariah dan nasabah.

3. Produk Jasa Layanan

Dalam menjalankan fungsi jasa perbankan, bank harus memperhatikan prinsip yang akan dipergunakan. Prinsip-prinsip syariah yang berkaitan dengan jasa

ialah sebagai berikut :

a) *Wakalah*

Wakalah merupakan akad pelimpahan kekuasaan oleh satu individu kepada individu lain dalam kegiatan yang boleh diwakilkan.

b) *Kafalah*

Kafalah ialah membuat seseorang (penjamin) ikut bertanggung jawab atas tanggung jawab seseorang dalam pelunasan/pembayaran hutang, dan dengan demikian keduanya dipandang berhutang.

c) *Sharf*

Sharf ialah jual beli mata uang asing.

d) *Hawalah*

Hawalah merupakan akad pengalihan hutang dari pihak yang berhutang kepada pihak lain yang wajib menanggung (membayarinya).

e) *Rahn*

Rahn ialah menahan sesuatu dengan cara yang dibenarkan yang memungkinkan untuk ditarik kembali.

2.5 Tabungan

2.5.1 Pengertian Tabungan

Tabungan ialah simpanan yang sangat dikenal oleh seluruh masyarakat, baik itu masyarakat dari kalangan menengah kebawah maupun masyarakat dari kalangan menengah keatas. Tabungan pada bank merupakan simpanan yang sangat diperlukan oleh masyarakat karna selain persyaratannya yang mudah, tabungan pada bank juga memiliki sistem keamanan yang terjamin.

Pengertian tabungan menurut Undang-Undang No.10 Tahun 1998 Tentang Perbankan, Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan dengan syarat tertentu yang telah di sepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan menggunakan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

2.6 Strategi Pemasaran

2.6.1 Pengertian Strategi

Kuncoro (2005:1) menjelaskan mengenai strategi menurut itami, strategi merupakan penentuan kerangka kerja dari aktivitas bisnis perusahaan dan memberikan pedoman untuk mengordinasikan aktivitas sehingga perusahaan dapat menyesuaikan mempengaruhi lingkungan yang selalu berubah.

2.6.2 Pengertian Pemasaran

Menurut Downey (2002:3) pemasaran diartikan sebagai telaah terhadap aliran produk secara fisik serta ekonomi dari produsen melalui pedagang perantara hingga sampai ke tangan konsumen. Sedangkan menurut Sofyan Assauri (2004:5) pemasaran adalah aktivitas individu yang diarahkan untuk mencukupi aspirasi dan keperluan melalui proses pertukaran.

2.6.3 Pengertian Strategi Pemasaran

Menurut Philip Kotler (2004:81) strategi pemasaran ialah pola pikir pemasaran yang mana dimanfaatkan untuk memperoleh tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar penetapan posisi, pasar sasaran, tingginya pengeluaran pemasaran, dan bauran pemasaran. Sedangkan menurut Tjiptono (2002:6) strategi pemasaran ialah fundamental yang disusun untuk memperoleh perusahaan dengan meningkatkan kualitas bersaing yang

berkelanjutan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang dimanfaatkan untuk melayani pasar sasaran.

2.6.4 Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah suatu strategi pemasaran yang menggabungkan beberapa elemen di dalam *marketing mix* itu sendiri yang dilakukan secara terpadu

Menurut Kotler dan Armstrong (1977:48) 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 *target market*. Sedangkan menurut Buchari Alma (2005:205) pengertian *marketing mix* adalah strategi mengkombinasikan kegiatan-kegiatan marketing, agar tercipta kombinasi maksimal sehingga akan muncul hasil paling memuaskan.

Terdapat salah satu konsep umum yang wajib diketahui oleh setiap pebisnis yakni konsep marketing 4P. Marketing 4P yakni konsep marketing yang berfokus pada 4 hal yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi). Keempat hal tersebut harus menjadi bahan pertimbangan utama dalam menyusun bagaimana nantinya pebisnis akan melakukan pemasaran.

Akan tetapi seiring berkembangnya kondisi pasar yang sudah sangat dinamis sekarang mengakibatkan konsep 4P menjadi kurang efisien. Sehingga dikembangkan kembali konsep ini menjadi konsep 7P yang dimana digabungkan 3 konsep lagi yaitu *process* (proses), *people* (orang), dan *physical evidence* (bukti fisik). Berikut ini penjelasan secara detail :

a. Aspek Produk (*Product*)

Produk merupakan sesuatu yang dijual di dunia bisnis termasuk barang dan jasa yang mempunyai nilai guna dan dibutuhkan oleh konsumen.

b. Aspek Harga (*Price*)

Harga ialah nominal yang harus diberikan konsumen untuk memperoleh barang atau jasa yang dijual. Harga menjadi aspek penting karena pada umumnya konsumen menganggap harga menjadi pertimbangan utama sebelum membeli.

c. Aspek Tempat (*Place*)

Tempat usaha ialah lokasi dimana akan dilakukannya proses jual dan beli. Akan tetapi seiring berkembangnya bisnis modern seperti bisnis online, kini pemahaman aspek tempat kian beraneka ragam yang disesuaikan dengan media yang akan dipakai.

d. Aspek Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan aktivitas bisnis yang mempunyai tujuan untuk konsumen dapat lebih mengetahui dan tertarik dengan produk bisnis yang ditawarkan. Untuk melakukan kegiatan promosi terdapat banyak sekali teknik yang bisa digunakan seperti secara manual melalui *face to face promotion* hingga promosi online yang kini semakin berkembang.

e. Aspek Proses (*Process*)

Di dalam dunia bisnis, proses dapat dimaksudkan sebagai langkah-langkah yang dilakukan antara penjual dan pembeli. Didalam proses meliputi pelayanan serta proses transaksi.

f. Aspek Orang (*People*)

Yang termasuk di dalam aspek ini bukan hanya konsumen tetapi juga semua SDM yang terlibat termasuk pekerja atau tim bisnis. Hal seperti ini sangat penting untuk diperhatikan mengingat semua orang tentunya mempunyai kecenderungan yang berbeda dalam dunia bisnis.

g. Aspek Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Aspek bukti fisik ialah semua yang berbentuk peralatan atau perangkat yang dimanfaatkan untuk mendukung berjalannya suatu bisnis

BAB III

ANALISIS DESKRIPTIF

3.1 Data Umum

3.1.1 Sejarah BPD DIY Syariah

BPD DIY berdiri pada 15 Desember 1961 atas dasar akta notaris Nomor 11, Notaris R.M. Soerjanto Partaningrat. BPD DIY merupakan salah satu perusahaan daerah pertama yang diatur melalui Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 1976. Seiring berjalannya waktu, dilakukan beberapa penyesuaian. Kini landasan hukum pendirian BPD DIY yang digunakan adalah Peraturan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 2 Tahun 1993. Tujuan pendirian bank ialah untuk membantu mengembangkan pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah di semua bidang dan sebagai salah satu sumber penghasilan daerah dalam rangka menaikkan taraf hidup rakyat banyak.

BPD DIY menjadi salah satu perlengkapan otonomi daerah dibidang perbankan yang mempunyai tugas sebagai penggerak, pendorong laju pembangunan daerah, sebagai pemegang kas daerah/menyimpan uang daerah, dan sebagai salah satu sumber penghasilan daerah serta menggerakkan usahanya sebagai bank umum.

Saham BPD DIY yang berdiri pada 15 Desember 1961 dipegang oleh Pemerintah Provinsi DIY dan seluruh pemerintah kabupaten/kota di DIY. Keberhasilan kinerja BPD DIY telah diakui pada tingkat nasional. BPD DIY ialah bank yang sehat dan tidak rekap oleh Bank Indonesia (BI) serta penghargaan

kepada BPD DIY sebagai bank berpredikat “Sangat Bagus” selama 10 tahun berturut-turut (Majalah Infobank). Keberhasilan ini menunjukkan pengelolaan bank yang sehat.

BPD DIY memiliki 87 jaringan pelayanan yang terdiri dari 71 kantor pelayanan dan 16 jaringan Anjungan Tunai Mandiri (ATM), yang tersebar di seluruh wilayah DIY. ATM BPD DIY terhubung dengan *Malaysian Electronic Payment System* (MEPS) sehingga nasabah bisa bertransaksi di malaysia dan tergabung dalam jaringan ATM Bersama, serta dapat digunakan di 10 ribu ATM lebih di seluruh Indonesia.

Luasnya jaringan pelayanan tersebut didukung dengan teknologi informasi yang handal dan sumber daya manusia yang berkualitas. Sebagai langkah untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi, saat ini seluruh jaringan pelayanan telah terhubung secara *real time on line*. Seluruh jaringan pelayanan BPD DIY tetap beroperasi pada hari sabtu. Hal tersebut untuk memberi pelayanan lebih kepada masyarakat. Pelayanan yang diberikan adalah layanan kekeluargaan dengan sentuhan keramahan khas Yogyakarta.

Pada tanggal 19 Februari 2007, BPD DIY membuka Unit Usaha Syariah (UUS) dan kantor cabang syariah di Jalan Cik Ditiro Nomor 34, Yogyakarta yang secara langsung diresmikan oleh Gubernur DIY Sri Sultan Hamengku Buwono X. Pembukaan unit usaha tersebut didasari perkembangan perbankan syariah di Indonesia khususnya Yogyakarta. Hasil riset lapangan menunjukkan bahwa tingkat *awareness* masyarakat Yogyakarta terhadap perbankan syariah sangat besar, yakni 97,8 persen dan minim terhadap produk perbankan syariah mencapai 65,9 persen.

Hal itu menunjukkan prospek yang baik bagi perkembangan perbankan syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Peluang pembukaan *office channeling* yang tertuang dalam PBI Nomor 8/3/PBI/2006, membuka ruang gerak bagi BPD DIY dalam memberi kemudahan untuk masyarakat di seluruh kotamadya/kabupaten di DIY, untuk mendapat produk dan layanan berdasar prinsip syariah di seluruh kantor pelayanan konvensional. Tekad membuka unit usaha yang melayani transaksi berdasarkan prinsip syariah bagi masyarakat DIY, selaras dengan visi BPD DIY, yakni mewujudkan terpenuhinya kebutuhan masyarakat, khususnya di DIY, akan jasa perbankan maupun jasa keuangan lainnya, terutama kredit skala kecil dan menengah, serta mendorong program pemberdayaan perekonomian daerah.

Beragam produk dan jasa perbankan dengan prinsip syariah, antara lain Tabungan Sutura Mudharabah, Tabungan Haji dan Umrah Shafa Mudharabah dan Shafa Wadiah, Giro Wadiah, serta Deposito Mudharabah. Sedangkan untuk pembiayaan antara lain pembiayaan kepemilikan kendaraan dengan akad *Murabahah*, pembiayaan kepemilikan dan renovasi rumah dengan akad *Istishna*, serta pembiayaan produktif dengan akad *Mudharabah*, *Musyarakah*, dan *Murabahah*. Kelak, kantor cabang syariah akan melayani transaksi gadai. Pembukaan unit usaha syariah dan kantor cabang syariah ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi masyarakat, sesuai dengan *corporate statement* BPD DIY, **Kita Berkembang Bersama**.

3.1.2 Visi Perusahaan

a. Visi BPD DIY

Mewujudkan terpenuhinya kebutuhan masyarakat khususnya di Provinsi

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) akan jasa perbankan maupun jasa keuangan lainnya, terutama kredit skala kecil dan menengah, serta mendorong program pemberdayaan perekonomian daerah.

b. Visi BPD DIY Syariah

Menjadi unit usaha syariah yang sehat, yang menyediakan jasa keuangan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

3.1.3 Misi Perusahaan

a. Misi BPD DIY

Bank BPD DIY sebagai bank umum, bertujuan memperoleh laba yang wajar melalui penyediaan jasa-jasa perbankan yang dibutuhkan masyarakat khususnya di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), terutama kredit skala kecil dan menengah serta mendorong pemberdayaan ekonomi daerah dalam upaya memberikan kontribusi yang nyata terhadap pendapatan daerah.

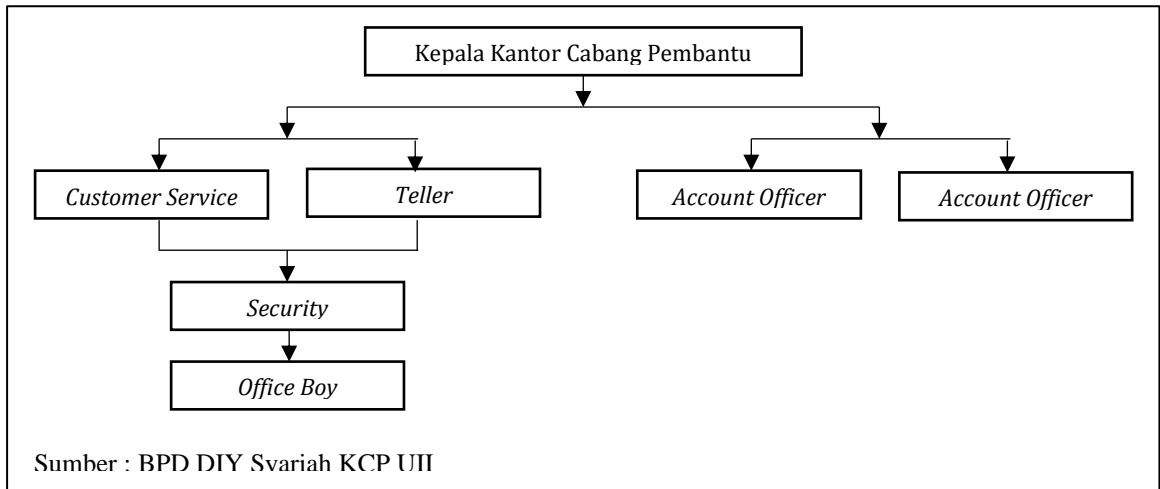
b. Misi BPD DIY Syariah

Memberikan kontribusi pada Bank BPD DIY melalui pencapaian laba yang wajar dari hasil penyediaan jasa keuangan syariah.

3.1.4 Struktur Organisasi

Struktur organisasi ialah susunan dan komponen yang sangat penting untuk melakukan suatu pekerjaan disuatu perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi maka dapat di lihat pembagian kerja, fungsi, dan kegiatan yang berbeda yang bisa dikoordinasikan dengan baik. Struktur organisasi pada BPD DIY Syariah KCP UII terdiri dari beberapa bagian yang dipimpin oleh Kepala Cabang, dan di bawahnya

terdapat beberapa *staff* yang menjalankan kegiatan operasionalnya. Berikut struktur organisasi di BPD DIY Syariah KCP UII :



Gambar 3. 1 Struktur Organisasi pada BPD DIY Syariah

BPD DIY Syariah KCP UII dipimpin oleh Kepala Kantor Cabang Pembantu. Kepala Kantor Cabang Pembantu membawahi 2 unit, yaitu *Branch Operation & Service Manager* dan *General Support Staff*. Pada unit *Branch Operation & Service Manager* terdapat 2 unit kerja yaitu 2 orang *Account Officer*, 1 orang *Customer Service*, dan 2 orang *Teller*. Sedangkan untuk unit *General Support Staff* terdapat 2 orang *Security* dan 1 orang *Office Boy*.

3.1.5 Produk dan Jasa BPD DIY Syariah

Pada BPD DIY Syariah terdapat banyak produk dan jasa yang ditawarkan dengan tujuan untuk memberi manfaat guna meningkatkan kualitas dan pelayanan taraf hidup masyarakat sesuai dengan kebutuhan nasabah. Produk dan jasa pada BPD DIY Syariah terdiri dari beberapa jenis dengan uraian sebagai berikut :

1. Penghimpunan Dana

Produk penghimpunan dana pada BPD DIY Syariah dengan uraian sebagai berikut :

Tabel 3.1 Produk Penghimpunan Dana di BPD DIY Syariah

Nama Produk	Keterangan Produk
Giro <i>Wadi'ah</i>	Giro <i>Wadi'ah</i> adalah simpanan dana pihak ketiga pada BPD DIY Syariah berdasarkan prinsip <i>Wadi'ah</i> yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, dan sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan.
Tabungan Sutura <i>Mudharabah</i>	Tabungan Sutura <i>Mudharabah</i> adalah investasi tidak terikat pihak ketiga pada BPD DIY Syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati.
Tabungan Haji dan Umrah Shafa <i>Mudharabah</i>	Tabungan Haji dan Umrah Shafa <i>Mudharabah</i> merupakan tabungan bagi nasabah yang berminat untuk menunaikan ibadah haji dan umrah. Tabungan ini memudahkan nasabah untuk merencanakan ibadah haji sesuai dengan kemampuannya.
Tabungan Pendidikan Salam iB <i>Mudharabah</i>	Tabungan Pendidikan Salam iB <i>Mudharabah</i> merupakan sarana investasi yang dipersiapkan untuk pendidikan sesuai dengan prinsip syariah yang memberikan rasa aman, tenteram, menguntungkan, dan lebih adil.

Nama Produk	Keterangan Produk
Deposito <i>Mudharabah</i>	Deposito <i>Mudharabah</i> adalah investasi tidak terikat pihak ketiga pada BPD DIY Syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu dengan pembagian hasil sesuai nisbah yang telah disepakati di awal antara nasabah dengan bank syariah yang bersangkutan.

BPD DIY Syariah KCP UII memiliki 3 jenis produk penghimpunan dana yaitu tabungan, deposito, dan giro. Untuk produk tabungan terdapat 3 produk di antaranya Tabungan Sutura *Mudharabah*, Tabungan Haji dan Umrah Shafa *Mudharabah*, dan Tabungan Pendidikan Salam iB. Pada deposito terdapat 1 produk yaitu Deposito *Mudharabah*. Sedangkan pada produk giro terdapat Giro *Wa'diah*.

2. Pembiayaan

Produk pembiayaan di BPD DIY Syariah dengan uraian sebagai berikut :

Tabel 2.2 Produk Pembiayaan di BPD DIY Syariah

Nama Produk	Keterangan Produk
Pembiayaan Pemilikan Kendaraan (PPK) <i>Murabahah</i>	Pembiayaan Pemilikan Kendaraan (PPK) <i>Murabahah</i> adalah produk penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip <i>Murabahah</i> dalam rangka pembelian kendaraan seperti motor dan mobil.
Pembiayaan Serba Guna (PSG) <i>Murabahah</i>	Pembiayaan Serba Guna (PSG) <i>Murabahah</i> adalah produk penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip <i>Murabahah</i> dalam rangka memenuhi kebutuhan barang nasabah selain rumah dan kendaraan bermotor.

Nama Produk	Keterangan Produk
Pembiayaan Serba Guna (PSG) <i>Ijarah</i>	Pembiayaan Serba Guna (PSG) <i>Ijarah</i> adalah produk penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip <i>ijarah</i> dalam rangka penyewaan manfaat suatu barang atau jasa.
Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) dan Pembiayaan Renovasi Rumah (PRR)	Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) <i>Murabahah</i> adalah produk penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip <i>Murabahah</i> dalam rangka pembelian rumah siap huni oleh nasabah. Kondisi rumah baru atau rumah lama (layak huni) dapat dilayani dengan pembiayaan ini. Pembiayaan Renovasi Rumah (PRR) <i>Istishna</i> adalah produk penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip <i>Istishna</i> kepada nasabah dalam rangka pembelian rumah yang masih dalam masa proses pembangunan atau konstruksi oleh pihak ketiga (Developer/kontraktor) dan pembelian kavling siap bangun dari developer.
Pembiayaan Porsi Haji (PPH) Multi Jasa	Pembiayaan Porsi Haji (PPH) Multi Jasa dikhususkan untuk pembiayaan perjalanan ibadah haji bagi anda yang berniat untuk segera memperoleh nomor porsi haji dengan cepat. Pembiayaan untuk melaksanakan ibadah haji ini sesuai dengan kemampuan dan jangka waktu yang anda kehendaki.
Pembiayaan Mutli Jasa iB	Pembiayaan Multi Jasa iB adalah produk pembiayaan berdasarkan akad <i>Ijarah</i> dalam rangka penyewaan manfaat suatu jasa untuk pemenuhan kebutuhan konsumtif nasabah.

Nama Produk	Keterangan Produk
Gadai Emas Syariah	Gadai Emas Syariah adalah produk bank untuk memberikan fasilitas pinjaman kepada nasabah dengan jaminan berupa emas dengan mengikuti prinsip gadai. Jaminan emas ditempatkan dalam penguasaan bank, dan atas pemeliharaan barang jaminan ini bank mengenakan biaya sewa atas dasar prinsip ijarah.
Pembiayaan Modal Kerja <i>Mudharabah/Musyarakah</i>	Pembiayaan Modal Kerja <i>Mudharabah/Musyarakah</i> adalah produk penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip <i>Mudharabah</i> atau <i>Musyarakah</i> dalam rangka memenuhi kebutuhan modal kerja nasabah.
Pembiayaan Investasi (PI) <i>Murabahah</i>	Pembiayaan Investasi (PI) <i>Murabahah</i> adalah produk penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip <i>murabahah</i> dalam rangka pembelian barang-barang modal seperti pembelian bangunan, mesin/peralatan, rehabilitas, modernisasi, ekspansi proyek yang ada atau pendirian proyek-proyek baru.

BPD DIY Syariah KCP UII memiliki 9 produk pembiayaan yang dapat digunakan nasabah sesuai dengan kebutuhannya. Produk tersebut yaitu Pembiayaan Pemilikan Kendaraan (PPK) *Murabahah*, Pembiayaan Serba Guna (PSG) *Murabahah*, Pembiayaan Serba Guna (PSG) *Ijarah*, Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) dan Pembiayaan Renovasi Rumah (PRR), Pembiayaan Porsi Haji (PPH) Multi Jasa, Pembiayaan Multi Jasa iB, Pembiayaan Modal Kerja *Mudharabah/Musyarakah*, Pembiayaan Emas (PI) *Murabahah*, dan Gadai Emas Syariah.

3. Jasa Layanan BPD DIY Syariah

Jasa layanan pada BPD DIY Syariah dengan uraian sebagai berikut :

Tabel 3.3 Jasa Layanan pada BPD DIY Syariah

Nama Layanan	Keterangan Layanan
Jasa Pengiriman Uang	Bank dapat memberikan jasa pelayanan pengiriman uang kepada nasabah. Pengiriman uang melalui bank dengan cara <i>Real Time Gross Settlement</i> (RTGS), Sistem Kliring Nasional Bank Indonesia (SKNBI), dan <i>Western Union</i> (WU)
Jasa Pembayaran Listrik dan Telepon	Untuk pembayaran tagihan listrik, BPD DIY Syariah sudah bekerja sama dengan PT. PLN dan untuk pembayaran tagihan telepon, BPD DIY sudah bekerja sama dengan PT. Telkom, Telkomsel, dan Indosat.
Sistem Pembayaran Gaji Karyawan (<i>Payroll</i>)	<i>Payroll</i> adalah sistem pembayaran gaji karyawan suatu instansi pemerintah/swasta, perusahaan pemerintah/swasta yang dananya berada di BPD DIY Syariah dan untuk pembayar gaji kepada karyawan setiap bulan melalui rekening. Karyawan tersebut dapat mengambil gajinya langsung melalui <i>teller</i> di kantor bank maupun jaringan atm.
Bank Garansi	Bank Garansi adalah jaminan dalam bentuk warkat yang diterbitkan oleh bank yang dapat menimbulkan kewajiban bank untuk membayar kepada pihak penerima bank garansi apabila pihak terjamin ingkar janji (<i>wanprestasi</i>) kepada penerima bank garansi.

BPD DIY Syariah KCP UII memiliki beberapa jasa layanan yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan nasabah seperti Jasa Pengiriman Uang, Jasa Pembayaran Listrik dan Telepon, Sistem Pembayaran Gaji Karyawan (*Payroll*), dan Bank Garansi.

3.2 Data Khusus

3.2.1 Produk Tabungan Simpanan Pembangunan Daerah (Simpeda) *Wadiah* pada BPD DIY Syariah KCP UII

Tabungan Simpanan Pembangunan Daerah (Simpeda) adalah tabungan yang bekerja sama dan dimiliki oleh seluruh Bank Pembangunan Daerah (BPD) di Indonesia. Tabungan Simpeda ialah sarana untuk masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang ingin menabung akan diberi kemudahan, terjangkau, dan rasa aman.

Tabungan Simpeda merupakan sarana investasi yang sesuai dengan prinsip syariah yang memberikan rasa aman, rasa tentram, menguntungkan, dan lebih adil dengan saldo minimum, setoran awal, dan tanpa ada biaya administrasi. Tabungan Simpeda pada BPD DIY Syariah menggunakan akad *Wadi'ah*, dimana akad ini merupakan akad titipan murni dari nasabah kepada bank. Pada produk Tabungan Simpeda *Wadi'ah* dengan nisbah nasabah 84% dan bank 16%, nasabah akan mendapatkan bonus, namun bonus tersebut tidak diperjanjikan.

Salah satu keunggulan dari produk Tabungan Simpeda *Wadi'ah* yaitu setiap rekening nasabah dapat dijadikan sebagai jaminan kredit dengan memblokir saldo tabungan dalam jumlah tertentu. Tabungan Simpeda *Wadi'ah* juga memberikan keuntungan kepada nasabahnya berupa undian sebanyak dua kali dalam setahun,

yang diundi secara nasional antar seluruh BPD di Indonesia dan dikhususkan untuk wilayah regional DIY dengan hadiah miliaran rupiah.

1. Ketentuan dan syarat pembukaan rekening :

- a. Setoran pertama minimum Rp.50.000.- (lima puluh ribu rupiah) dan telah mendapatkan buku tabungan dan Kartu ATM.
- b. Setoran selanjutnya minimum Rp.10.000.- (sepuluh ribu rupiah).
- c. Saldo minimum Rp.50.000.- (lima puluh ribu rupiah).
- d. Saldo mengendap pada ATM Rp.50.000.- (lima puluh ribu rupiah).
- e. Pemilik rekening perorangan maupun badan hukum :
 - 1) Perorangan atau badan usaha perorangan.
 - 2) Badan Usaha : PT, Koperasi, Yayasan, Firma, CV, dll.
- f. Menyerahkan fotokopi dan memperlihatkan dokumen asli :
 - 1) Nasabah Perorangan : Tanda bukti diri (KTP, SIM, dll) bagi Warga Negara Indonesia (WNI) dan Paspor, KITAS atau KIMS bagi Warga Negara Asing (WNA).
 - 2) Nasabah Badan Hukum : NPWP, Akte Pendirian, anggaran dasar dan perubahan terakhir, Surat kuasa penunjukan pengelola rekening, bukti identitas diri pemberi dan penerima kuasa.
- g. Nasabah wajib menaati ketentuan setoran minimum, saldo minimum, segera lapor apabila kehilangan buku tabungan, dan mengembalikan buku tabungan apabila menutup rekening.

2. Fasilitas :

- a. *On-line* di semua kantor layanan syariah (kantor cabang dan kantor

cabang pembantu) BPD DIY.

- b. Mendapatkan buku tabungan dan Kartu ATM.
 - c. Akad : *Wadi'ah*, sehingga nasabah mendapatkan bonus namun bonus tersebut tidak diperjanjikan.
 - d. Kartu ATM Bersama dan gratis tarik tunai, pembayaran (telepon, listrik, telepon seluler, tiket kereta, dll) dan transfer antar rekening bank peserta ATM Bersama pada ATM BPD DIY.
 - e. Bebas biaya administrasi.
 - f. Dapat dijadikan agunan pembiayaan.
 - g. Dana dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).
3. Biaya :
- a. Biaya administrasi bulanan sebesar Rp.0.-
 - b. Biaya penutupan rekening sebesar Rp.5.000.- terpotong otomatis oleh sistem.
 - c. Biaya pembuatan kartu ATM sebesar Rp.0.-
 - d. Biaya pengelolaan rekening ringan sebesar Rp.6.500.- per bulan.
 - e. Biaya *dormant* sebesar Rp.0.- per bulan apabila tidak terdapat transaksi baik debit maupun kredit selama 6 bulan berturut-turut.

3.2.2 Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pembangunan Daerah (Simpeda) BPD DIY Syariah KCP UII

Bank adalah lembaga keuangan yang memerlukan strategi pemasaran dalam memasarkan produk dan jasanya kepada masyarakat. Strategi pemasaran

merupakan kegiatan memasarkan barang dan jasa yang ada di perusahaan tersebut guna mencapai tujuan dalam mempertahankan dan meningkatkan keuntungan.

Tabungan merupakan hal yang penting bagi masyarakat, karena masyarakat dapat menabung dan menginvestasikan sebagian dananya kepada bank yang dipercayakan olehnya guna untuk perencanaan kebutuhan yang mendatang, selain itu menabung juga mengajarkan masyarakat untuk hidup lebih hemat. Sebagai bukti wujud kepedulian terhadap masyarakat khususnya masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya menabung, maka BPD DIY Syariah KCP UII memberikan produk tabungan salah satunya adalah Tabungan Simpanan Pembangunan Daerah (Simpeda). Tabungan ini hadir guna mewujudkan kemudahan bagi masyarakat dalam menabung dan bertransaksi.

Strategi pemasaran yang di jalankan oleh BPD DIY Syariah KCP UII untuk Tabungan Simpeda yaitu menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*). *Marketing mix* merupakan strategi yang mengkombinasikan dari beberapa kegiatan-kegiatan pemasaran. Tujuan dari *marketing mix* adalah agar produk-produk yang di pasarkan selalu dapat menyesuaikan kombinasi dari keempat faktor tersebut secara terus menerus untuk dapat menciptakan nilai tambah bagi nasabah sebagai target market yang telah ditentukan sebelumnya dalam rangka menghasilkan pendapatan yang optimal bagi bank. Berikut 4 komponen yang mencakup kegiatan dari *marketing mix*, yaitu :

1. Strategi Penentuan Lokasi (*place*)

Penentuan lokasi cabang adalah salah satu hal terpenting dalam memasarkan produk bank, beberapa lokasi kantor BPD DIY Syariah seperti

kantor pusat, kantor cabang utama, kantor cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin ATM bank haruslah dipikirkan dengan baik mengingat apabila lokasi bank strategis maka dapat memudahkan nasabah jika ingin bertransaksi dan berurusan dengan bank.

Strategi lokasi BPD DIY Syariah KCP UII menempatkan lokasi kantor cabang pembantu di lokasi yang strategis yang dapat memberikan kemudahan bagi nasabah dalam bertransaksi dan berurusan dengan pihak bank, lokasi BPD DIY Syariah KCP UII yaitu di Jalan Kaliurang KM 14,5 Komplek Gedung Bookstore dimana jalan tersebut jalan utama bagi masyarakat Yogyakarta yang dekat dengan permukiman.

2. Strategi Produk Bank (*product*)

Strategi produk Tabungan Simpeda pada BPD DIY Syariah KCP UII menggunakan prinsip akad *wadi'ah*, akad *wadi'ah* merupakan akad titipan murni dari nasabah kepada bank. Dimana pihak nasabah menabung atau menyimpan dananya di bank syariah dan bank harus menjaga dan dikembalikan setiap saat nasabah yang bersangkutan menghendaki. Bank juga wajib bertanggung jawab atas pengembalian dana tersebut.

Nasabah juga akan mendapatkan keuntungan berupa nisbah bagi hasil dengan presentasi pembagian nisbah nasabah 84% dan bank 16% dan akan mendapatkan bonus, namun bonus tersebut tidak diperjanjikan. Dengan persyaratan pembukaan rekening yang mudah hanya dengan KTP jika domisili Yogyakarta dan KTP+KTM jika mahasiswa bukan domisili asli Yogyakarta, dan KTP+NPWP jika sudah bekerja tetapi bukan domisili

Yogyakarta dan dengan biaya pembukaan rekening cukup Rp.50.000.- saja nasabah telah mendapatkan buku tabungan dan kartu ATM.

3. Strategi Harga Bank (*price*)

Penentuan harga merupakan hal penting dalam suatu penjualan produk. Dalam strategi harga bank, harga yang murah dan terjangkau dapat menarik minat nasabah akan produk yang ditawarkan. Oleh karena itu BPD DIY Syariah KCP UII memberikan harga yang terjangkau pada Tabungan Simpeda dengan setoran awal Rp.50.000.-, setoran berikutnya minimum RP.10.000.-, saldo minimum Rp.50.000.-, bebas biaya administrasi bulanan, biaya penutupan rekening Rp.5.000.-, dan biaya pengelolaan rekening ringan Rp.6.500.- perbulannya.

4. Strategi Promosi Bank (*promotion*)

Dalam hal ini promosi yang dilakukan oleh BPD DIY Syariah KCP UII dalam memasarkan Tabungan Simpeda adalah sebagai berikut :

- a. Dengan media brosur, sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengetahui dan mengerti mulai dari fasilitas, persyaratan, biaya, dan manfaat dari Tabungan Simpeda dengan keuntungan berupa nisbah bagi hasil. Biasanya yang dilakukan oleh BPD DIY Syariah KCP UII ialah melakukan pembagian brosur pada kegiatan wisuda di beberapa universitas di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dan menitipkan sekitar 100 lembar brosur kepada penjual koran dimana apabila penjual koran tersebut mendatangi instansi atau semacamnya pada saat memberikan koran pada saat itu brosur tersebut juga diselipkan.

- b. Pendekatan *door to door* oleh *marketing funding* memasarkan produk dan jasa kepada calon nasabah dengan cara langsung mendatangi seperti rumah makan, masjid, toko kelontongan, sekolah, dan instansi lainnya. Hal pertama yang harus dilakukan oleh *marketing funding* ialah membuat daftar nama list instansi, sekolah, dan referensi lain yang akan didatangi untuk melakukan promosi. Biasanya seorang *marketing funding* akan melakukan pendekatan melalui wawancara dan dapat mengetahui tipe kepribadian dari orang tersebut dan cara penanganannya seperti apa, contohnya jika calon nasabah sedang terburu-buru maka seorang *marketing* langsung *to the point* menjelaskan maksud dan tujuan kedatangannya. Namun apabila calon nasabah senang bercerita maka seorang *marketing* harus menjadi pendengar yang baik. Setelah menawarkan produk, lalu melakukan *follow up* dengan menelepon kembali calon nasabah yang telah ditawarkan produk, apabila *closing* maka *marketing* harus tetap *maintenance* nasabahnya agar nasabah tersebut loyal terhadap bank.
- c. Media sosial, biasanya yang dilakukan oleh seorang *marketing* adalah melakukan promosi dengan menggunakan media sosial terkait produk yang ada di BPD DIY Syariah KCP UII yang akan dibagikan pada akun-akun jejaring sosial seperti *Facebook*, *Whatsapp*, dan *Instagram*.
- d. Penjualan pribadi (*personal selling*) merupakan kegiatan *marketing* yang dilakukan oleh seluruh pegawai bank baik dari petugas kebersihan, satpam, hingga kepala cabang dengan langsung bertatap muka dengan

calon nasabahnya. Contoh seorang petugas kebersihan sedang berkumpul dengan teman lamanya, dan terjadi interaksi percakapan antara keduanya. Kemudian petugas kebersihan ini dapat menawarkan dan memberikan informasi mengenai produk dari BPD DIY Syariah kepada temannya tersebut.

Adapun hambatan dan kendala yang terjadi selama masa pemasaran produk Tabungan Simpeda antara lain :

1. Respon yang kurang baik

Tidak sedikit dari masyarakat apabila seorang *marketing* sedang menawarkan produk dari Tabungan Simpeda di sekolah, instansi, rumah makan, atau toko-toko lainnya, masyarakat menanggapi hal tersebut tidak baik apalagi dengan membawa merk bank syariah yang dianggap sama saja dengan bank bank konvensional. Maka dari itu disini seorang *marketing* harus bisa memahami tipe kepribadian serta cara penanganan dari masing-masing orang atau calon nasabah agar dapat memasarkan produk Tabungan Simpeda.

2. Sering membandingkan dengan bank konvensional

Tidak sedikit dari masyarakat apabila seorang *marketing* sedang menawarkan produk Tabungan Simpeda sering membanding-bandingkan mengenai keuntungan yang didapat dengan keuntungan yang ada di bank konvensional, serta mengeluhkan tempat bank syariah dan mesin ATM yang jarang ditemui. Seorang *marketing* harus dapat menjelaskan kepada calon nasabah perbedaan antara menabung di bank syariah dengan bank

konvensional, jika dalam pengambilan keuntungan pada bank konvensional keuntungan berupa bunga yang telah ditetapkan oleh pihak bank sementara di bank syariah keuntungan yang didapat mengacu pada syariat Islam yaitu berupa bagi hasil yang telah disepakati diawal pembukaan rekening, dan mengenai keluhan jarang ditemui mesin ATM BPD DIY Syariah, seorang *marketing* dapat menjelaskan jika menabung di BPD DIY Syariah dananya dapat ditarik melalui mesin ATM BPD DIY Konvensional

Sebagai seorang *marketing funding*, penolakan adalah sesuatu yang biasa didapatkan. Tanpa adanya penolakan, seorang *marketing* tidak akan belajar teknik penjualan yang baik, cara berkomunikasi yang baik, cara penyampaian, pendekatan, bahkan cara meyakinkan nasabah. Untuk itu seorang *marketing funding* harus dapat mengatasi penolakan tersebut dengan beberapa solusi yaitu:

1. Tanyakan alasan penolakan tersebut kepada nasabah, apakah alasan tersebut datang dari dirinya atau dari produk yang ditawarkan maupun pribadi seorang *marketing*. Anggaphlah penolakan ini sebagai masukan.
2. Mencoba menghubungi kembali beberapa waktu selanjutnya untuk melakukan penawaran terbaru yang sekiranya cocok dengan alasan penolakan sebelumnya.
3. Jangan memaksa nasabah, komunikasi tersebut akan berakhir dengan kurang sopan dan dapat mempengaruhi nama baik perusahaan. Jika konsumen tidak tertarik, segera akhiri pembicaraan dan jangan lupa untuk mengucapkan terima kasih di setiap akhir pembicaraan.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Kesimpulan merupakan jawaban atas perumusan masalah yang diambil dan dilaksanakan analisa sampai dengan akhir penyusunan laporan. Untuk itu dalam penulisan tugas akhir ini dapat ditarik kesimpulan :

1. Produk Tabungan Simpanan Pembangunan Daerah (Simpeda) adalah tabungan yang berkerja sama dan dimiliki oleh seluruh Bank Pembangunan Daerah (BPD) di seluruh wilayah Indonesia. Tabungan Simpeda merupakan simpanan yang menerapkan sistem akad *wadi'ah* yaitu akad titipan murni dari nasabah kepada bank, pada produk Tabungan Simpeda dengan nisbah nasabah 84% dan bank 16% akan mendapatkan bonus, namun bonus tersebut tidak diperjanjikan.
2. Strategi yang digunakan oleh BPD DIY Syariah KCP UII untuk mencapai pasar sasaran adalah dengan menerapkan variabel-variabel dalam bauran pemasaran meliputi strategi produk yang menampilkan mutu dan pemberian fasilitas yang terdapat di dalam produk. Adapun kegiatan promosi yang dilakukan antara lain yaitu dengan periklanan yang difokuskan pada media yang digunakan, mencakup media cetak, elektronik, media *outdoor*, publisitas dengan menginformasikan setiap ada kegiatan penting di BPD DIY Syariah serta pembuatan kertas karya atau makalah yang diinformasikan kepada masyarakat dan pemberian souvenir kepada para nasabah. Strategi yang digunakan BPD DIY Syariah KCP UII pada dasarnya telah sesuai dengan

prinsip-prinsip ilmu manajemen pemasaran. Adapun strategi yang digunakan terdiri dari penetapan variabel bauran pemasaran (*marketing mix*) dan penerapan konsep pemasaran. Namun untuk mewujudkan tujuan perusahaan agar produk BPD DIY Syariah diminati oleh masyarakat perlu adanya peningkatan berupa penekanan program periklanan sebagai cara untuk menarik minat calon nasabah serta perlu penambahan tenaga pemasar agar BPD DIY Syariah dapat bersaing ditengah maraknya perkembangan lembaga keuangan saat ini.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka terdapat beberapa saran antara lain :

1. Berkaitan dalam hal promosi perlu adanya usaha-usaha lain yang dapat menarik calon nasabah baru, misalnya dengan pemasangan papan nama ditempat-tempat strategis, serta penayangan iklan di media elektronik, dan tidak lupa promosi dengan metode *personal selling* dengan baik kepada masyarakat agar dapat menarik perhatian dari masyarakat luas selain itu untuk menjaga kepercayaan dari setiap konsumen, perusahaan diharapkan senantiasa menjaga pelayanan serta kualitas produk yang ditawarkan.
2. Untuk sosialisasi kepada masyarakat agar lebih memahami produk-produk BPD DIY Syariah, perlu dukungan dari penambahan tenaga kerja di bidang pemasaran serta pemberian pelatihan khusus untuk para marketing *funding* maupun *landing*, serta pemberian kupon atau undian kepada nasabah agar supaya BPD DIY Syariah bisa bersaing untuk mendapatkan nasabah di tengah maraknya perkembangan lembaga keuangan saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Buchari, Alma. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan 5. Bandung: CV. Alfabeta.
- David, Downey. 2002. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Ikatan Bankir Indonesia. 2013. *Memahami Bisnis Bank*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kasmir. 2005. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2010. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Rajawali Pers.
- Kasmir. 2012. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip, dan Gary Amstrong. 1992. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Kelima. Jakarta: Intermedia.
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Melinium. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Terhadap Undang-Undang Pokok Perbankan No. 14 Tahun 1967.
- Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.
- Wiroso. 2009. *Produk Perbankan Syariah*. Jakarta: LP FE Universitas Trisakti.