

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN IB SIAGA
PADA BANK SYARIAH BUKOPIN KANTOR CABANG
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 :

Muntiar Rure Melati

17213061

**Program Studi Perbankan dan Keuangan
Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Univversitas Islam Indonesia
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN MAGANG

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN IB SIAGA PADA BANK
SYARIAH BUKOPIN KANTOR CABANG YOGYAKARTA



Disusun Oleh :

Nama : Muntiar Rure Melati
No. Mahasiswa : 17213061
Jurusan : Perbankan dan Keuangan

Telah disetujui oleh dosen pembimbing

Pada tanggal :

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Dityawarman El Aiyubbi', is written over a horizontal line. The signature is fluid and cursive.

Dityawarman El Aiyubbi, SE., M.E.K

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

“Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa laporan magang sebagai Tugas Akhir ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan atau plagiarisme karya orang lain. Apabila dikemudian hari telah terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku”

Yogyakarta, 28 Februari 2021

Penulis



Muntiar Rure Melati

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul **“Strategi Pemasaran Tabungan iB SiAga Wadiah Pada Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta”**. Tugas akhir ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan jenjang Diploma III Perbankan dan Keuangan Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Allah SWT yang selalu menuntun langkahku dan memberi kemudahan serta kelancaran dalam penulisan tugas akhir ini.
2. Kedua Orang Tua Bapak Agus Setyobudi, SE dan Ibu Sri Minarni selaku orang tua saya yang telah menyanyangi, membesarkan, selalu mendoakan, selalu memberikan semangat dan selalu memberikan dukungan tiada henti.
3. Ibu Dra. Diana Wijayanti, M.Si. selaku Ketua Program Studi Perbankan dan Keuangan Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Dityawarman El Aiyubbi SE., M.E.K yang telah menjadi dosen pembimbing tugas akhir.

5. Ibu Rizqy Adhyka Kusumawati SE., M.B.A. selaku dosen pembimbing akademik.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomi Univevrsitas Islam Indonesia.
7. Semua pihak Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta atas segala pengetahuan dan pengalaman yang telah diberikan selama proses magang.
8. Sabry Banowati dan Rindya Agustin selaku adik dan kakak saya yang selalu memberikan semangat dan mendukung.
9. Bapak dan Ibu Dosen Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
10. Kepada seluruh teman-teman Perbankan dan Keuangan B angkatan 2017.
11. Kepada semua pihak yang turut membantu dan menyediakan waktunya demi terselesainya tugas akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Demi kesempurnaan tugas akhir ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Pernyataan Bebas Penjiplakan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel	viii
Daftar Lampiran	ix
BAB I : Pendahuluan	1
1.1 Dasar Pemikiran Magang.....	1
1.2 Tujuan Magang	1
1.3 Target Magang	3
1.4 Bidang Magang	3
1.5 Lokasi Magang.....	3
1.6 Jadwal Magang	4
BAB II : Landasan Teori.....	5
2.1 Bank	5
2.1.1 Pengertian Bank	5
2.1.2 Pengertian Bank Syariah.....	5
2.1.3 Tujuan dan Fungsi Bank Syariah.....	6
2.1.4 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional.....	6
2.1.5 Produk dan Layanan Bank Syariah.....	8

2.2 Pengertian Strategi Pemasaran.....	11
2.2.1 Pengertian Strategi	11
2.2.2 Pengertian Pemasaran	11
2.2.3 Pengertian Strategi Pemasaran.....	11
BAB III: ANALISIS DESKRIPSI.....	14
3.1 Data Umum	14
3.1.1 Sejarah Bank Syariah Bukopin	14
3.1.2 Visi, Misi dan Nilai-Nilai Perusahaan	15
3.1.3 Produk dan Jasa di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta ..	16
3.1.4 Tabungan iB SiAga Bank Syariah Bukopin	23
3.2 Data Khusus	25
3.2.1 Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB SiAga di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta	25
3.2.2 Hambatan Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta dalam Memasarkan Tabungan iB SiAga.....	27
3.2.3 Solusi untuk Mengatasi Hambatan Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta dalam Memasarkan Tabungan iB SiAga.....	28
BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN	30
4.1 Kesimpulan	30
4.2 Saran	31
Daftar Pustaka	33
Lampiran	34

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Rincian Jadwal Magang.....	4
Tabel 2.1 : Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional.....	9



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Brosur iB SiAga Bank Syariah Bukopin..... 34



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Dasar Pemikiran Magang

Pada era modern seperti sekarang ini perbankan mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang cukup baik dan cukup pesat. Hal tersebut terjadi karena peran bank dinilai cukup penting terhadap kegiatan transaksi yang dilakukan oleh masyarakat. Saat ini keberadaan bank syariah maupun bank konvensional dapat ditemukan di setiap kota. Setiap bank bersaing untuk menciptakan produk yang berkualitas untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Produk bank yang banyak diminati oleh nasabah yaitu produk tabungan. Tabungan merupakan simpanan berupa uang di mana penarikannya dapat dilakukan sesuai dengan syarat yang berlaku.

Ada persaingan yang terjadi antar bank, hal ini disebabkan oleh adanya produk bank yang diciptakan dan ditawarkan untuk nasabah oleh setiap bank, sehingga setiap bank memerlukan strategi pemasaran yang baik. Pemasaran merupakan suatu aktivitas yang terjadi untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen melalui proses pertukaran.

Di Yogyakarta hingga saat ini masih ada bank syariah yang bertahan dan bersaing dengan menawarkan produk bank yang dimilikinya yaitu Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta. Produk yang paling sering ditawarkan oleh Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta yaitu produk tabungan iB

SiAga. Produk tersebut merupakan suatu simpanan bagi perseorangan dengan akad *wadi'ah* yang digunakan. Melihat dari banyaknya produk tabungan yang dimiliki oleh setiap bank syariah, maka diperlukan proses pemasaran yang tepat agar produk tabungan tersebut dapat memikat nasabah dan memiliki nilai lebih dibanding produk tabungan dari bank lain.

Proses pemasaran yang tepat adalah suatu cara di mana dalam memasarkan produk atau jasa yang dimiliki sesuai dengan strategi yang sudah dipersiapkan. Dalam proses pemasaran ini strategi yang digunakan Bank Syariah Bukopin agar masyarakat tertarik dengan produk yang dimiliki oleh bank yaitu melakukan promosi kepada calon nasabah ataupun nasabah lama baik secara offline maupun online dan menjalin hubungan baik dengan nasabah lama dengan memberikan hadiah di waktu tertentu. Produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Bukopin yaitu sangat beragam sehingga nasabah dapat leluasa menentukan produk yang diinginkan dan dibutuhkan oleh nasabah. Produk simpanan pada Bank Syariah Bukopin sangat beraneka ragam salah satunya yaitu iB SiAga (*Wadi'ah*). Selain itu terdapat biB Bisnis, iB Giro, Deposito iB, iB Haji, dan iB SiAga Pensiun. Maka dengan uraian tersebut, judul yang saya ambil yaitu **“Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB SiAga Pada Bank Bukopin Syariah Kantor Cabang Yogyakarta”**.

1.2 Tujuan Magang

Tujuan pelaksanaan kegiatan magang di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk tabungan iB SiAga pada Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui hambatan apa saja yang dihadapi dalam memasarkan produk tabungan iB SiAga pada Bank Syariah Bukopin Yogyakarta.

1.3 Target Magang

Target pelaksanaan kegiatan magang di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta yaitu:

1. Mampu mengetahui dan menjelaskan tentang strategi pemasaran produk tabungan iB SiAga pada Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta.
2. Mampu mengetahui dan menjelaskan tentang hambatan apa saja yang dihadapi dalam memasarkan produk tabungan iB SiAga pada Bank Syariah Bukopin Yogyakarta.

1.4 Bidang Magang

Bidang magang yang dilaksanakan selama magang di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta yaitu di bagian pemasaran atau *marketing*. *Marketing* merupakan suatu proses yang dilakukan untuk mengenalkan produk maupun jasa agar dikenal masyarakat.

1.5 Lokasi Magang

Pelaksanaan kegiatan magang berada di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta yang beralamat di Jalan MT. Haryono No. 7 Suryodiningrat, Kec. Mantrijeron, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55141.

1.6 Jadwal Magang

Tugas akhir ini cukup memerlukan waktu yang cukup panjang. Dimulai dari pemilihan tempat magang, pelaksanaan magang online, penyusunan laporan magang, bimbingan dosen, hingga ujian akhir dan ujian kompetensi. Dibutuhkan waktu beberapa bulan untuk dapat menyelesaikan semua laporan. Berikut ini adalah rincian jadwal pelaksanaan kegiatan magang di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta:

Tabel 1.1 Rincian Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Magang

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan																			
		September				Oktober				November				Desember				Januari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Pelaksanaan Kegiatan Magang																				
2.	Bimbingan dengan Dosen Pembimbing																				
3.	Penyusunan Laporan Magang																				
4.	Pelaksanaan Tugas Akhir																				

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Bank

2.1.1 Pengertian Bank Umum

Pengertian Bank secara umum yaitu bank yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional dan berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa. Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup seluruh masyarakat.

Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 terdapat 2 (dua) jenis bank yaitu:

- 1. Bank Umum**

Bank Umum yaitu bank yang dapat memberikan jasa dalam bentuk lalu lintas pembayaran.

- 2. Bank Perkreditan Rakyat**

Berdasarkan Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 bahwa Bank Perkreditan Rakyat adalah kegiatan usaha bank yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa deposito berjangka, tabungan dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan.

2.1.2 Pengertian Bank Syariah

Berdasarkan Undang-Undang No. 21 Tahun 2009 tentang Perbankan Syariah menjelaskan bahwa segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank

Syariah dan Unit Usaha Syariah yaitu mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usaha perbankan. Bank syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

2.1.3 Tujuan dan Fungsi Bank Syariah

Berdasarkan Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tujuan perbankan syariah yaitu:

- a. Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah memiliki kewajiban untuk menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.
- b. Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga *baitul mal* yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat.
- c. Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nashir*) sesuai dengan kehendak pembeli wakaf (*wakif*).
- d. Penyelenggaraan fungsi sosial yang terdapat poin a dan c sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

2.1.4 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Menurut Antonio (2001) terdapat perbedaan pada bank konvensional dan bank syariah. Berikut ini adalah aspek perbedaan antara bank konvensional dan bank syariah:

Tabel 2.1

Perbedaan Bank Konvensional dan Bank Syariah

Aspek Perbedaan	Bank Konvensional	Bank Syariah
Dasar Hukum	Berdasarkan hukum positif yang berlaku di Indonesia	Berdasarkan Al-Quran, hadits dan fatwa Dewan Syariah Nasional MUI
Struktur Organisasi	Tidak ada Dewan Pengawas Syariah (DPS)	Pengawas operasional bank syariah yaitu Dewan Pengawas Syariah (DPS)
Keuntungan Usaha	Bunga	Bagi Hasil
Investasi Usaha yang Dijalankan	Semua investasi usaha yang menguntungkan	Investasi usaha yang halal sesuai prinsip syariah
Orientasi Usaha	Berorientasi pada keuntungan semata	Berorientasi pada keuntungan, kesejahteraan dunia dan akhirat

Sumber : Antonio (2001)

2.1.5 Produk dan Layanan Bank Syariah

1. Produk Penghimpun Dana (*Funding*)

Menurut Wiroso (2009:113) produk penghimpun dana yang dilaksanakan oleh bank syariah menggunakan 2 yaitu :

a. Akad *Wadiah*

Akad *wadiah* merupakan sebuah titipan barang (uang, dokumen, surat berharga) dari satu pihak ke pihak lain yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja jika penyimpan dana menghendaknya. Hal ini bertujuan untuk menjaga keselamatan barang tersebut dari kehilangan, pencurian dan kemusnahan.

b. Akad *Mudharabah*

Akad *mudharabah* merupakan suatu perjanjian di mana pihak pertama (*shahib al'mal*) menyediakan dana dan pihak kedua (*mudharib*) sebagai pengelolaan usaha. Hasil usaha tersebut dibagi sesuai dengan nisbah yang telah disepakati.

2. Produk Penyalur Dana (*Landing*)

Wirosa (2009:161) menjelaskan bahwa produk penyaluran dana yang ada di bank syariah meliputi :

a. *Murabahah*

Akad *Murabahah* merupakan jual beli suatu barang di mana penjual memberitahu harga produk kepada pembeli dan ditambah dengan keuntungan sesuai dengan kesepakatan.

b. *Salam*

Salam merupakan jual beli barang di mana pembayaran barang yang sudah dipesan dilakukan dimuka sesuai dengan syarat berlaku.

c. *Istishna*

Istishna merupakan jual beli barang antara pembeli dengan penjual di mana barang yang dipesan oleh pembeli yang telah dipesan sesuai dengan spesifikasi dan harga sesuai dengan kesepakatan. Pembayaran dilakukan dimuka, dicicil, atau ditangguhkan hingga jangka waktu tertentu.

d. *Ijarah*

Ijarah merupakan akad pemindahan hak guna atau manfaat atas barang atau jasa dengan pembayaran tanpa diikuti pemindahan hak kepemilikan.

e. *Ijarah Muntahiya Bittamlik* (IMBT)

Ijarah Muntahiya Bittamlik (IMBT) merupakan akad sewa yang diakhiri dengan kepemilikan barang di tangan penyewa.

f. *Investasi Musyarakah*

Investasi Musyarakah merupakan akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha, di mana kontribusi dana diberikan oleh setiap pihak dan keuntungan dibagi sesuai dengan kesepakatan serta bila terjadi risiko ditanggung berdasarkan porsi dana yang dikontribusikan.

g. *Investasi Mudharabah*

Investasi Mudharabah yaitu suatu akad kerja sama dua pihak atau lebih dimana pemilik modal atau dana dan pengelola dana mendapatkan laba dari bagi hasil sesuai dengan kesepakatan dan jika terjadi kerugian ditanggung oleh pemilik dana atau modal.

h. *Qardh*

Qardh merupakan suatu akad pinjaman dengan ketentuan bahwa nasabah memiliki kewajiban untuk mengembalikan dana yang diterima kepada Lembaga Keuangan Syariah sesuai ketentuan yang berlaku.

3. Jasa dan Layanan Bank Syariah

Wiroso (2009:341-371) dalam bukunya menyebutkan bahwa jasa dan layanan yang terdapat pada bank syariah antara lain :

a. *Wakalah*

Wakalah merupakan suatu akad pelimpahan kuasa yang diberikan oleh nasabah kepada orang yang mewakilinya untuk menjalankan pekerjaan tertentu.

b. *Kafalah*

Kafalah merupakan jaminan yang diberikan kepada pihak ketiga oleh penanggung untuk memenuhi tanggung jawab untuk menjamin pembayaran.

c. *Sharf*

Akad jual beli valuta dengan valuta lainnya atau transaksi tukar rupiah dengan mata uang asing di bank syariah. Transaksi ini hanya dapat dilakukan untuk tujuan lindung nilai sehingga tidak boleh digunakan untuk tujuan spekulatif.

d. *Hawala/Hiwalah*

Akad pengalihan hutang dari pihak yang berutang kepada pihak lain yang wajib menanggungnya.

e. *Rahn*

Akad *rahn* yaitu suatu jaminan hutang atau gadai dengan menahan salah satu harta milik peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya.

2.2 Pengertian Strategi Pemasaran

2.2.1 Pengertian Strategi

Strategi adalah suatu sarana berjangka bagi perusahaan. Cakupan dalam strategi bisnis tersebut terdiri dari akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, usaha patungan, likuidasi, diversifikasi, ekspansi geografi (David 2011:16-17). Strategi merupakan suatu aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan. Jadi, strategi adalah suatu proses yang dilakukan sesuai dengan keputusan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

2.2.2 Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses perseorangan atau kelompok yang dilakukan terhadap pihak lain dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka (Philip Kotler, 1997:8).

2.2.3 Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah logika pemasaran yang diharapkan oleh perusahaan untuk menciptakan nilai dan hubungan yang dibangun terhadap konsumen yang dapat menghasilkan keuntungan (Kotler and Armstrong, 2012, p.72).

Strategi pemasaran merupakan jabaran ekspektasi dari perusahaan yang berdampak dari berbagai program pemasaran terhadap permintaan produk di pasar dengan sasaran tertentu. Setiap program pemasaran memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap permintaan produk. Oleh sebab itu, untuk mengkoordinasikan program pemasaran tersebut agar berjalan dengan baik dibutuhkan mekanisme yang baik. Mekanisme tersebut disebut sebagai strategi pemasaran. Upaya perluasan permintaan primer termasuk dari peluang pemasaran yang terbaik, sedangkan upaya perluasan permintaan selektif termasuk dari peluang pertumbuhan yang terbaik (Kotler and Armstrong, 2012, p.193).

Dalam peranan strategisnya, pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya dalam rangka mencari pemecahan atas masalah penentuan dua pertimbangan pokok. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:75), *“Marketing mix is the set of tactical marketing tools that the firm blends to produce the response it wants in the target market”*

“Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan perusahaannya di pasar sasaran”

Menurut William J. Stanston (2006:30), *“Marketing mix is the term that is used to describe the combination of the four inputs that constitute the core of an organization’s marketing system. These four elements are the product offering, the price structure, the promotion activities, and the distribution system”*

“Bauran pemasaran adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan kombinasi dari empat input yang merupakan inti dari sistem pemasaran

organisasi. Keempat elemen tersebut adalah penawaran produk, struktur harga, kegiatan promosi dan sistem distribusi”

Unsur Unsur Strategi Pemasaran :

Menurut Kotler dan Keller (2012:25) terdiri dari 4P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi). Adapun pengertian dari masing-masing strategi adalah sebagai berikut :

1. Produk (*Product*)

Suatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, agar produk yang dijual mau dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan dari konsumen.

2. Harga (*Price*)

Sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

3. Tempat (*Place*)

Tempat diasosiasikan sebagai saluran distribusi yang ditunjukkan untuk mencapai target konsumen. Sistem distribusi ini mencakup lokasi, transportasi, pergudangan, dan sebagainya.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi berarti aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya.

BAB III

ANALISIS DESKRIPTIF

3.1 Data umum

3.1.1 Sejarah Bank Syariah Bukopin

Salah satu bank yang beroperasi menggunakan prinsip syariah yaitu PT Bank Syariah Bukopin. Masuknya konsorsium PT. Bank Bukopin Tbk. menjadi awal mula masuknya konsorsium PT Bank Syariah Bukopin. Kemudian terjadi akuisisi PT. Bank Persyarikatan Indonesia oleh PT. Bank Bukopin, Tbk. Proses akuisisi dilakukan secara bertahap sejak tahun 2005 hingga tahun 2008. PT. Swarasindo Internasional merupakan nama awal bank tersebut yang kemudian berubah menjadi PT. Bank Persyarikatan Indonesia. Didirikan di Samarinda, Kalimantan Timur berdasarkan Akta Nomor 102 tanggal 29 Juli 1990 merupakan bank umum yang mendapatkan Surat Keputusan Menteri Keuangan pada 31 Desember 1990 dengan nomor 1.659/ KMK.013/1990 tentang Pemberian Izin Peleburan Usaha Bank Pasar dan Peningkatan Status Menjadi Bank Umum dengan nama PT Bank Swasarindo Internasional. Berdasarkan Surat Bank Indonesia (BI) pada 1 Mei 1991 dengan nomor 24/1/UPBD/PBD2/Smr tentang Pemberian Izin Usaha Bank Umum dan Pemindahan Kantor Bank izin kegiatan operasi.

Saat proses akuisisi terjadi perubahan nama yang awal mulanya bernama PT Bank Swasarindo Internasional berubah menjadi PT Bank Persyarikatan Indonesia dan mendapatkan persetujuan dari (BI) nomor 5/4KEP. DGS/2003 pada 24 Januari 2003 yang dituangkan ke dalam akta nomor 109 Tanggal 31 Januari

2003. PT Bank Persyarikatan Indonesia berkembang melalui tambahan modal dan asistensi oleh PT Bank Bukopin, Tbk., maka pada tahun 2008 setelah mendapatkan izin kegiatan usaha bank umum yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah melalui Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia nomor 10/69/KEP. GBI/DpG/2008 tanggal 27 Oktober 2008 tentang Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Konvensional Menjadi Bank Syariah dan Perubahan Nama PT Bank Persyarikatan Indonesia Menjadi PT. Bank Syariah Bukopin.

Pada 9 Desember 2008 resmi beroperasi dan dibuka oleh Bapak M. Jusuf Kalla PT. Pada tahun 2014 Bank Syariah Bukopin memiliki jaringan kantor yang terdiri dari 1 Kantor Pusat dan Operasional, 11 Kantor Cabang, 7 Kantor Cabang Pembantu, 4 Kantor Kas, 6 mobil kas keliling, dan 96 Layanan Syariah Bank, serta memiliki jaringan ATM BSB, ATM Bank Bukopin dan ATM Prima/BCA.

3.1.2 Visi, Misi, dan Nilai-Nilai Perusahaan

Visi

“Menjadi Bank Syariah Pilihan yang Terus Tumbuh dan Kuat”

Misi

- a. Menyediakan layanan terbaik dan produk sesuai dengan prinsip syariah
- b. Meningkatkan nilai tambah kepada *stakeholder*
- c. Menghasilkan sumber daya insani yang memiliki value yang amanah dan profesional

Nilia-Nilai Perusahaan

- a. Barokah
- b. Ihsan

- c. Shiddiq
- d. Amanah

3.1.3 Produk dan Jasa Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta

1. Produk Pendanaan

a. Tabungan iB SiAga

Tabungan iB SiAga merupakan simpanan bagi perseorangan dalam mata uang rupiah dengan menggunakan akad *wadi'ah yad dhamanah*, dimana pihak Bank dapat memanfaatkan dana tersebut dan ketika nasabah membutuhkan dana tersebut dapat diambil sewaktu-waktu sesuai persyaratan yang berlaku.

b. Tabungan SimPel iB

Tabungan SimPel iB merupakan tabungan bagi siswa atau pelajar yang bertujuan untuk mengedukasi budaya pentingnya menabung sejak dini. Fitur yang diberikan juga menarik dengan persyaratan yang mudah bagi yang membuka tabungan.

c. Tabungan iB Haji

Tabungan iB Haji adalah setoran haji atau simpanan perseorangan bagi yang ingin beribadah haji. Produk ini bertujuan untuk mempermudah nasabah dalam melakukan pendaftaran.

d. Tabungan iB Multiguna

Tabungan iB Multiguna merupakan simpanan atau tabungan berjangka yang memberikan bagi hasil kompetitif. Produk ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan di masa depan dan memberikan gratis perlindungan asuransi jiwa.

e. Tabungan iB Pendidikan

Tabungan iB Pendidikan adalah tabungan berjanga yang memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan masa depan yang diinginkan oleh nasabah.

f. Tabungan iB SiAga Bisnis

Tabungan iB SiAga Bisnis adalah tabungan untuk badan usaha di mana dana yang disimpan dapat ditarik menggunakan cek, bilyet giro dan dapat dilakukan sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.

g. TabunganKu iB

TabunganKu iB merupakan tabungan untuk perseorangan menggunakan akad *wadi'ah yad dhamanah*. Persyaratan yang diberikan mudah dan ringan.

h. Deposito iB

Deposito iB merupakan simpanan yang menggunakan akad *mudharabah mutlaqah* di mana penarikannya hanya boleh dilakukan pada waktu tertentu menurut perjanjian yang telah ditentukan.

i. Giro iB

Giro iB yaitu simpanan yang berfungsi sebagai alat pembayaran. Dana yang disimpan dapat ditarik sewaktu-waktu menggunakan cek atau sarana perintah pembayaran lainnya.

2. Produk Pembiayaan

a. *Murabahah*

Murabahah yaitu suatu jual-beli di mana biaya beli pokok ditambah laba yang akan diambil oleh bank sesuai kesepakatan kedua belah pihak.

b. *Musyarakah*

Musyarakah yaitu kerja sama dua pihak atau lebih untuk suatu u di mana setiap pihak berkontribusi dana sesuai dengan kesepakatan dan jika terjadi risiko akan ditanggung bersama.

c. *Mudharabah*

Mudharabah yaitu kerja sama untuk usaha tertentu antara pemilik modal dengan pengelola dana yang akan memberikan bagi hasil sesuai kesepakatan.

d. *Mudharabah Muqoyyadah*

Mudharabah Muqoyyadah yaitu pembiayaan untuk suatu usaha dimana ada pembatasan sesuai permintaan dari pemilik modal yaitu dalam hal jenis usaha, waktu usaha dan daerah usaha.

e. *iB Istishna*

Pembiayaan untuk suatu barang dalam bentuk pemesanan pembuatan barang dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang telah disepakati antara penjual dengan nasabah.

f. *iB Istishna Paralel*

Akad jual beli di mana bank bertindak sebagai pemesan barang pada pihak lain untuk menyediakan barang sesuai kriteria dan syarat tertentu serta pembayarannya sesuai kesepakatan.

g. *iB Kepemilikan Mobil*

Pembiayaan kepemilikan mobil yang menggunakan akad *Murabahah*, yaitu jual beli barang sebesar harga yang diperoleh ditambah dengan margin yang disepakati oleh penjual dan pembeli.

h. *iB Kepemilikan Rumah*

Pembiayaan untuk pembelian rumah, renovasi rumah, pembelian apartemen, toko dan kantor yang diberikan Bank untuk nasabahnya.

i. Pembiayaan iB K3A

Pembiayaan menggunakan akad *murabahah* diberikan kepada Koperasi Pegawai, Koperasi Karyawan (kopkar) dan Koperasi Pegawai Negeri (KPN) maupun koperasi sejenis lainnya yang diteruskan kepada anggotanya untuk memenuhi berbagai kebutuhan.

j. Pembiayaan iB KKPA

Pembiayaan berbentuk investasi dan modal kerja kepada koperasi primer untuk diteruskan kepada anggotanya dengan sumber dananya berasal dari Kredit Likuiditas Bank Indonesia (KLBI) yang dikelola oleh PT. Permodalan Nasional Madani (PNM)

k. iB Jaminan Tunai

Pembiayaan yang menggunakan jaminan *cash collateral* dan apabila tidak dilunasi akan diblokir.

l. iB Pembiayaan Pola *Channeling* yaitu :

- a. Pembiayaan iB Mobil Pola *Channeling* melalui *Multifinance* adalah pembiayaan kepemilikan kendaraan kepada *end user* melalui perusahaan *Multifinance* di mana pembayarannya dapat dilakukan sesuai pilihan yang ada.
- b. Pembiayaan kepada Pensiunan Pola *Channeling* melalui koperasi adalah pembiayaan untuk pensiunan baik janda maupun duda atau

karena penerima pensiun meninggal yang menerima uang pensiun secara rutin setiap bulan melalui koperasi.

m. iB SiAga Emas Gadai

Pembiayaan yang diberikan untuk nasabah dengan memberikan fasilitas pinjaman menggunakan prinsip *Qardh* yang menjaminkan emas. Emas tersebut akan disimpan dan dipelihara oleh bank. Atas pemeliharannya tersebut bank menggunakan biaya sewa dengan prinsip *ijarah*.

n. iB Kepemilikan Emas

Fasilitas pembiayaan yang dapat membantu nasabah untuk memiliki emas. Akad yang digunakan akad *Murabahah*.

o. iB SiAga Pendidikan

Fasilitas pembiayaan untuk membiayai kebutuhan pendidikan dengan prinsip *Ijarah*.

p. iB SiAga Pensiun

Fasilitas pembiayaan untuk penerima pensiun dimana setiap bulannya para pensiunan menerima uang pensiun dari negara dengan menggunakan prinsip *murabahah*.

3. Jasa

a. SMS *Banking*

Layanan informasi dan transaksi menggunakan media *Short Message Service* (SMS) yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui telepon seluler atau *handphone*.

b. *Mobile Banking BSB*

Layanan transaksi yang dapat diakses melalui *smartphone* yang dapat digunakan nasabah untuk melakukan transaksi sesuai fitur yang ada misalnya untuk pembayaran tagihan.

c. *Safe Deposit Box*

Sebuah box yang berfungsi untuk menyimpan barang berharga dan dokumen pribadi yang rahasia milik nasabah dengan menggunakan sistem pengamanan teknologi modern.

d. *Transfer*

Produk jasa yang dapat digunakan oleh nasabah untuk melakukan pengiriman dana atas perintah dari pengirim kepada penerimanya.

e. Kliring

Produk jasa yang dapat digunakan untuk tukar-menukar surat berharga seperti cek, bilyet giro dan warkat yang diterbitkan perbankan antar bank yang menjadi anggota kliring dimana Bank Indonesia sebagai penentunya.

f. Inkaso

Inkaso adalah suatu cara penagihan dengan cara mengirim dokumen kepada bank agar mendapatkan pembayaran atau akseptasi berdasarkan syarat yang berlaku.

g. Real Time Gross Selling (RTGS)

Sistem *transfer* dana dalam mata uang rupiah yang penyelesaiannya dilakukan secara *online* antar peserta per transaksi secara individual, di mana Bank Indonesia (BI) sebagai penyelenggara.

h. *Payment Point*

Fasilitas yang diberikan kepada nasabah untuk melakukan pembayaran tagihan yang bersifat rutin.

i. SKBDN iB

Janji tertulis berdasarkan permintaan tertulis pemohon yang mengikat bank pembuka untuk melakukan pembayaran kepada penerima atau mengaksesnya dan membayar wesel yang ditarik oleh penerima.

j. Bank Garansi iB

Jaminan yang berbentuk warkat yang diterbitkan Bank di mana pihak penerima jaminan wajib untuk membayar apabila pihak yang dijamin melakukan wanprestasi.

k. Kartu ATM BSB

Fasilitas yang diberikan oleh Bank Syariah Bukopin kepada nasabahnya berupa kartu ATM untuk mempermudah kegiatan bertransaksi.

l. Hallo BSB

Fasilitas layanan yang diberikan Bank Syariah Bukopin untuk memberikan informasi dan menangani masalah nasabah melalui via telepon.

m. *Cash Management*

Layanan untuk melakukan akses *inquiry* saldo dan transaksi secara *real time online* melalui komputer sehingga pengelolaan keuangan menjadi efektif dan efisien.

n. Wakaf Uang

Wakaf uang merupakan wakaf berbentuk uang yang dapat dikelola secara produktif. Dilakukan oleh seseorang, kelompok orang, lembaga atau badan hukum kemudian hasilnya dimanfaatkan untuk kesejahteraan ekonomi umat.

3.1.4 Tabungan iB SiAga

Tabungan iB SiAga merupakan simpanan perorangan dalam mata uang rupiah dimana dana yang disimpan dapat ditarik sewaktu-waktu sesuai dengan syarat yang berlaku.

a. Akad

Tabungan iB SiAga menggunakan akad *wadi'ah yad dhamanah*, di mana dana yang dititipkan pada bank dapat dimanfaatkan oleh bank serta bank menjamin bahwa dana tersebut dapat ditarik nasabah sewaktu-waktu.

b. Manfaat

1. Dana dijamin aman;
2. Dapat digunakan sebagai jaminan pembiayaan sesuai dengan kebijakan pembiayaan dan referensi Bank;
3. Penarikan dan penyetoran dapat di Bank Syariah Bukopin manapun;
4. Tidak ada potongan perbulan;
5. Memperoleh kartu ATM;
6. Mendapatkan bonus dari bank;
7. Gratis perlindungan asuransi bagi nasabah yang memiliki saldo rata-rata akhir bulan minimal Rp. 1.000.000,- (satu juta rupiah) dengan pertanggungungan sebagai berikut:

Jenis Pertanggungan	Besar Pertanggungan
Meninggal dunia karena kecelakaan	Rp. 10.000.000,-
Santunan meninggal dunia karena wajar	Rp. 5.000.000,-

c. Fitur Produk

1. Tabungan dalam mata uang Rupiah.
2. Penabung adalah nasabah perorangan.
3. Fasilitas ATM 24 Jam di ATM Bukopin dan jaringan ATM Prima/BCA.
4. Sarana untuk melakukan pembayaran tagihan pembayaran listrik, PAM, telepon, pendidikan, kartu kredit dan pembelian isi ulang pulsa telepon selular.
5. Sarana untuk penyaluran zakat, infaq dan shadaqah.

d. Syarat dan Ketentuan :

1. Fotocopy kartu identitas diri : KTP / SIM / Paspor.
2. Mengisi formulir aplikasi pembukaan tabungan dan permohonan kartu ATM.
3. Menyerahkan setoran awal minimal Rp. 50.000.
4. Setoran berikutnya minimal Rp. 10.000.
5. Maksimum penarikan melalui teller Rp. 100.000.000,- / hari (dengan konfirmasi)

e. Proses pengajuan klaim :

Mengajukan klaim ke kantor Bank Syariah Bukopin dimana rekening tabungan dibuka. Batas klaim paling lambat 90 hari setelah terjadinya musibah, dengan melampirkan :

1. Mengisi formulir pengajuan klaim yang ditanda tangani oleh Bank.
2. Fotocopy buku Tabungan iB SiAga.
3. Kartu identitas peserta asli atau fotocopy yang telah dilegalisir (KTP/SIM).
4. Surat keterangan meninggal dari pemerintah setempat (asli/dilegalisir), minimal dari pejabat pamong praja atau kelurahan atau instansi Pemerintah lain yang berwenang.
5. Formulir keterangan dokter untuk klaim meninggal dunia (disediakan oleh Asuransi).
6. Surat keterangan mengenai sebab terjadinya kecelakaan dari kepolisian setempat, bila mana meninggal dunia akibat kecelakaan.
7. Daftar pertanyaan untuk klaim meninggal dunia (diisi oleh ahli waris)

3.2 Data Khusus

- 3.2.1 Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB SiAga di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta. Dalam proses pemasaran produk tabungan iB SiAga, ada beberapa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta sesuai dengan strategi pemasaran 4P :

- a. Strategi pemasaran “*place*” yaitu Melakukan *mapping* lokasi atau pengelompokan letak lokasi usaha yang berpotensi untuk didatangi, diutamakan yang berada di sekitar kantor Bank Syariah Bukopin Yogyakarta seperti universitas, perusahaan, maupun sekolah.
- b. Strategi pemasaran “*promotion*” yaitu jika kita melakukan kunjungan ke suatu universitas maupun perusahaan, tujuannya untuk menawarkan produk tabungan iB SiAga serta memberikan bonus layanan *payroll*. *Payroll* bias ditawarkan dengan sistem pembayaran SPP bagi mahasiswa dengan menggunakan layanan Bank Syariah Bukopin.
- c. Strategi pemasaran “*promotion*” yaitu jika melakukan pemasaran ke sekolah strategi yang dilakukan yaitu dengan menawarkan konsep menabung di Bank Syariah Bukopin Yogyakarta kepada siswa-siswi dengan kemudahan siswa-siswi tidak perlu datang ke bank jika ingin menabung. Namun pihak bank yang nantinya akan melakukan penjemputan dana ke sekolah setiap seminggu sekali atau sesuai perjanjian.
- d. Strategi pemasaran “*place*” yaitu jika melakukan kunjungan ke suatu paguyuban maupun perkumpulan arisan PKK di kampung sekitar Bank Syariah Bukopin Yogyakarta cara yang dilakukan untuk menawarkan produk tabungan yaitu dengan cara penyimpanan dana kas paguyuban atau arisan.
- e. Strategi pemasaran “*promotion*” yaitu proses pemasaran tabungan iB SiAga secara *door to door* selain kepada nasabah perorangan,

marketing juga melihat nasabah dari yang sekiranya memiliki intensitas bepergian keluar kota tinggi.

- f. Strategi pemasaran “*promotion*” yaitu selain melakukan pemasaran secara langsung kepada nasabah, Bank Syariah Bukopin Yogyakarta juga memanfaatkan media sosial sebagai proses *branding* produk dan layanannya.
- g. Strategi pemasaran “*promotion*” yaitu Proses *maintenance* yang dilakukan yaitu dengan cara menjaga hubungan baik dengan nasabah, misalnya ada nasabah yang telepon bertanya mengenai produk-produk maka tugas *marketing* yaitu mengusahakan untuk selalu menjawab pertanyaan tersebut.
- h. Strategi pemasaran “*product*” yaitu Sesuai dengan konsep strategi pemasaran 4P, yaitu dengan menawarkan keunggulan Tabungan IB SiAga ini memiliki beberapa keunggulan yang menarik bagi nasabah, karena bebas biaya administrasi bulanan dan ATM, bebas biaya penarikan tunai dan bebas premi asuransi, dapat dijadikan sebagai jaminan pembiayaan, dan nasabah mendapatkan bonus sesuai kebijaksanaan bank.

3.2.2 Hambatan yang dihadapi Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta dalam memasarkan Produk Tabungan iB SiAga

Menurut Bapak Chandra Adhityo Putra selaku *Relationship Officer* dari Bank Syariah Bukopin kantor cabang Yogyakarta yang diwawancarai pada tanggal 04 Februari 2021, adapun faktor yang menghambat dalam memasarkan

tabungan iB SiAga pada bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta meliputi:

- a. Kurangnya kepercayaan masyarakat untuk menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta. Sejah ini masyarakat lebih memilih untuk menyimpan uangnya di rumah atau diinvestasikan.
- b. Hambatan selanjutnya yaitu terlalu banyaknya *competitor* dari bank lain yang menawarkan banyak kemudahan sehingga produk yang ditawarkan bank lain hampir sama dengan produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta.
- c. Setiap orang yang ditawarkan produk tabungan iB SiAga Bank Syariah Bukopin cenderung memiliki lebih dari satu rekening dari bank lain, sehingga mereka lebih memilih untuk terus menggunakan rekening yang sudah dimiliki dan dipercaya sejak lama.
- d. Masyarakat lebih percaya menabung uangnya dibank milik pemerintah atau BUMN.

3.2.3 Solusi untuk mengatasi hambatan yang dihadapi Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta dalam memasarkan produk tabungan iB SiAga Menurut Bapak Chandra Adhityo Putra selaku *Relationship Officer* dari Bank Syariah Bukopin kantor cabang Yogyakarta yang diwawancarai pada tanggal 04 Februari 2021, ada beberapa solusi yang dapat dilakukan pegawai Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta dalam memasarkan produk tabungan iB SiAga, yaitu:

- a. Melakukan sosialisasi dan pendekatan kepada masyarakat, dan membangun kepercayaan masyarakat kepada Bank Syariah Bukopin Cabang Yogyakarta.
- b. Berupaya untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah maupun calon nasabah.
- c. Memberikan respon cepat apabila ada keluhan dan pertanyaan tentang produk dari nasabah atau calon nasabah.



BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan magang yang telah dilaksanakan di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta sebagai berikut:

1. Produk tabungan iB SiAga merupakan simpanan bagi perseorangan dalam bentuk mata uang rupiah menggunakan akad *wadi'ah*, dimana penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu sesuai dengan syarat yang berlaku. Untuk syarat dan ketentuan pembukaan rekening baru yaitu *fotocopy* kartu identitas diri, mengisi formulir aplikasi pembukaan tabungan dan permohonan kartu ATM, menyerahkan setoran awal minimal Rp 50.000,-, setoran berikutnya minimal Rp 10.000,-, maksimum penarikan melalui teller Rp100.000.000,-. Manfaat dari produk tabungan iB SiAga yaitu dana dijamin aman, dapat digunakan sebagai jaminan pembiayaan, penarikan dan penyetoran dapat dilakukan di kantor Bank Syariah Bukopin manapun, tidak ada potongan perbulan, memperoleh kartu ATM, mendapatkan bonus dari bank serta gratis perlindungan asuransi untuk nasabah.
2. Strategi pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta terhadap produk tabungan iB SiAga yaitu dengan cara melakukan *mapping* lokasi atau pengelompokan letak lokasi usaha yang berpotensi untuk didatangi, menawarkan produk tabungan iB SiAga ke

suatu universitas atau perusahaan, melakukan kunjungan ke sekolah dengan menawarkan konsep menabung, melakukan kunjungan ke suatu paguyuban maupun perkumpulan arisan PKK, mempromosikan produk ke perorangan atau *door to door*, selain itu Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta juga melakukan promosi produk di media sosial, serta *maintenance* dengan cara menjaga hubungan baik dengan nasabah.

3. Hambatan yang dihadapi Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta dalam memasarkan produk tabungan iB SiAga yaitu 1) Kurangnya kepercayaan masyarakat untuk menabung, 2) Banyaknya *competitor* yang menawarkan produk yang hampir, 3) Ketika masyarakat ditawarkan produk tabungan iB SiAga Bank Syariah Bukopin mereka cenderung menolak karena mereka sudah memiliki rekening di bank lain dan sudah dipercaya sejak lama.

4.2 Saran

Saran yang dapat diambil dari pembahasan di atas yaitu 1) Meningkatkan sosialisasi dan pendekatan kepada masyarakat tentang produk apa saja yang dimiliki oleh Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta, 2) Membuat promosi agar masyarakat tertarik untuk dapat menabung di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta, 3) Meningkatkan pelayanan kepada nasabah agar nasabah tetap mempercayakan untuk selalu menyimpan dananya di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Yogyakarta, 4) Memberikan respon cepat apabila ada keluhan atau pertanyaan tentang produk dari nasabah atau calon nasabah, 5) petugas pemasaran pada saat melakukan *cross selling* produk lain seperti deposito,

6) menawarkan sistem *pick up service* yaitu apabila nasabah yang akan menabung tidak perlu datang ke bank, melainkan dapat menghubungi petugas, dan petugas yang akan mengambil tabungannya.



DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Syafi'i. 2001. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktek* Cetakan ke-27. Jakarta: Gema Insasni
- Bank Syariah Bukopin. *Profil Perusahaan*, diperoleh pada 10 Februari 2021 di: <https://www.syariahbukopin.co.id/id/tentang-kami/profil-perusahaan>
- Bank Syariah Bukopin. *Visi, Misi, dan Nilai-Nilai Perusahaan*, diperoleh pada 10 Februari 2021 di: <https://www.syariahbukopin.co.id/id/tentang-kami/visi-dan-misi>
- Bank Syariah Bukopin. *Produk dan Jasa*, diperoleh pada 10 Februari 2021 di: <https://www.syariahbukopin.co.id/id/produk-dan-jasa/>
- Republik Indonesia. 2008. Undang-Undang No.21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana
- Wiroso. 2009. *Produk Perbankan Syariah*. Jakarta: LPFE Usakti
- Republik Indonesia. 1992. Undang-Undang No.7 Tahun 1992 Tentang Perbankan. Jakarta: Sekretariat Negara
- Syakir, Ahmad. 2015. *Perbankan Syariah*. Medan: UIN-SU
- Kasmir. 2005. *Pemasaran Bank. Edisi Revisi*. Jakarta: Prenada Medi

