

**IMPLEMENTASI TEKNIK PEMASARAN PRODUK
TABUNGAN SIMPEDA WADIAH BPD DIY SYARIAH
KANTOR CABANG PEMBANTU UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

Laporan Magang



Disusun Oleh:

Figo Chandra

18213065

**PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN DAN KEUANGAN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2021

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN MAGANG

**IMPLEMENTASI TEKNIK PEMASARAN PRODUK
TABUNGAN SIMPEDA WADIAH BPD DIY SYARIAH
KANTOR CABANG PEMBANTU UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**



Disusun Oleh:

Nama : Figo Chandra

No. Mahasiswa : 18213065

Jurusan : Perbankan dan Keuangan

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing pada

tanggal: 24 Juli 2021

Dosen Pembimbing



(Dra. Diana Wijayanti, S.E., M.Si)

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa laporan magang ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian dari kegiatan penjiplakan laporan atau karya orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima hukuman atau sanksi tegas sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 6 Juli 2021

Penulis,



Figo Chandra

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, petunjuk dan karunia-Nya. Sehingga program magang selama satu bulan serta penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “Implementasi Teknik Pemasaran Produk Tabungan Simpeda Wadiah BPD DIY Syariah Kantor Cabang Pembantu Universitas Islam Indonesia” dapat terselesaikan dengan baik.

Laporan Tugas Akhir ini sebagai salah satu bukti syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Diploma III Perbankan dan Keuangan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Tugas Akhir ini selesai dan berjalan lancar dengan adanya bantuan dari berbagai pihak.

Pada kesempatan kali ini saya sebagai penulis dari Tugas Akhir ini ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, saran, kritik, dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan program magang dan penyusunan Tugas Akhir ini, Terutama kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga laporan magang ini dapat terselesaikan.
2. Keluarga penulis yang turut mendoakan dan memberikan dukungan dengan tulus.
3. Ibu Dra. Diana Wijayanti, M,Si. selaku Ketua Program Studi Diploma III Perbankan dan Keuangan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia dan Dosen Pembimbing dalam penyusunan Tugas Akhir yang telah menyempatkan waktu, memberikan kritik, saran, motivasi,

dukungan hingga bimbingan dengan ikhlas, penuh kesabaran, dan serta arahan guna Tugas Akhir penulis berujung pada hasil yang maksimal.

4. Bapak Dityawarman El Aiyubbi, S.E., M.E.K. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan, saran, kritik, dan arahan selama masa perkuliahan serta ilmu-ilmu berharga dengan penuh dedikasi, profesional, dan kesabaran.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Perbankan dan Keuangan Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
6. Seluruh pihak Bank Pembangunan Daerah Istimewa Yogyakarta (BPD DIY) Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Universitas Islam Indonesia (UII) atas kesempatan magang serta ilmu yang diberikan sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Yogyakarta, 6 Agustus 2021

Penulis,

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الحمد لله الذي هدانا لهذا
الذي كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله



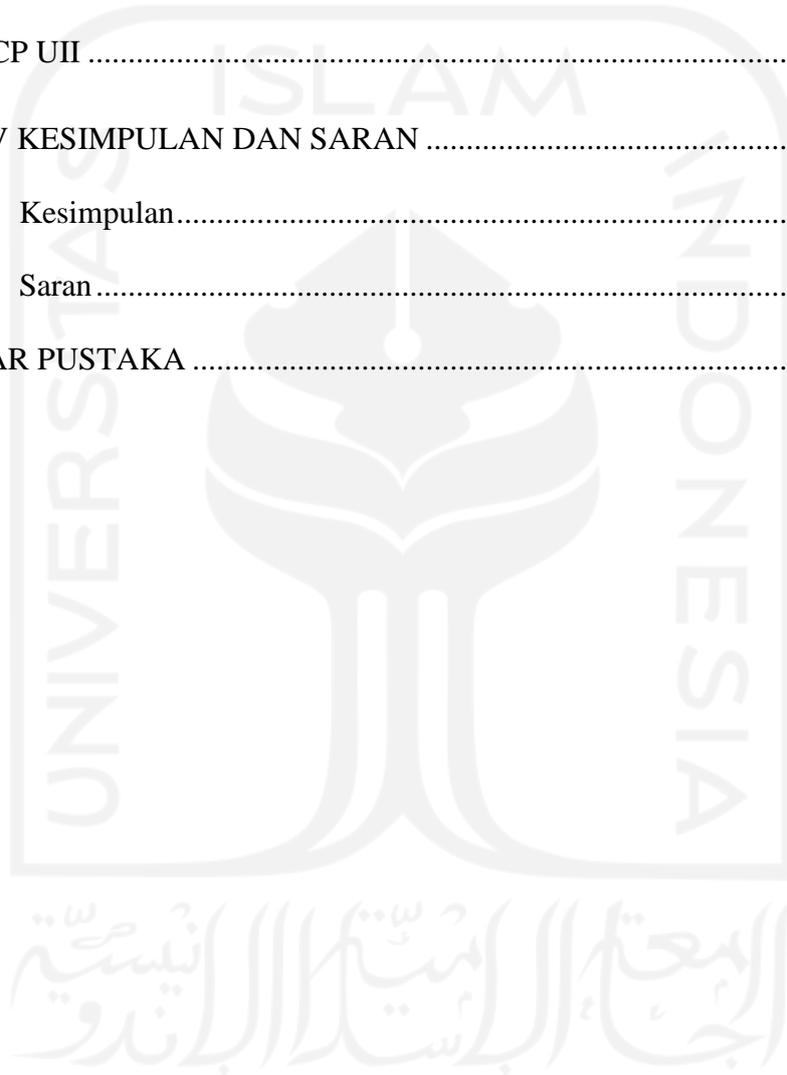
Figo Chandra

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN MAGANG.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Dasar Pemikiran Magang	1
1.2 Tujuan Magang.....	4
1.3 Target Magang	5
1.4 Bidang Magang	5
1.5 Lokasi Magang	5
1.6 Jadwal Magang.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Tinjauan Umum tentang Bank	7
2.1.1 Pengertian Bank	7
2.1.2 Sejarah Singkat Kemunculan Lembaga Keuangan Bank.....	7
2.1.3 Jenis Bank dari Segi Sistem	7
2.2 Tinjauan Umum tentang Bank Syariah	8

2.2.1	Pengertian Bank Syariah	8
2.2.2	Skema Umum Bank Syariah	9
2.2.3	Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional	10
2.2.4	Tujuan Bank Syariah.....	11
2.2.5	Manfaat Bank Syariah.....	11
2.2.6	Fungsi Bank Syariah	12
2.2.7	Peran Bank Syariah	12
2.2.8	Produk Bank Syariah	13
2.2.9	Akad-akad pada Operasi Bisnis Bank Syariah	15
2.3	Tinjauan Umum tentang Teknik Pemasaran	19
2.3.1	Pengertian Teknik	19
2.3.2	Pengertian Pemasaran	19
2.3.3	Teknik Pemasaran	20
BAB III ANALISIS DESKRIPTIF.....		21
3.1	Data Umum	21
3.1.1	Sejarah Singkat BPD DIY.....	21
3.1.2	Visi Perusahaan.....	23
3.1.3	Misi Perusahaan	24
3.1.4	Struktur Organisasi	24
3.1.5	Produk dan Jasa UUS BPD DIY Syariah.....	25

3.2	Data Khusus	30
3.2.1	Karakteristik Produk Tabungan Simpeda Wadiah BPD DIY Syariah	30
3.2.2	Teknik Pemasaran Produk Tabungan Simpeda BPD DIY Syariah KCP UII	33
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN		43
4.1	Kesimpulan.....	43
4.2	Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA		48



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal Magang	6
Tabel 2.1 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional.....	10
Tabel 3.1 Susunan Modal Kepemilikan BPD DIY Syariah.....	23
Tabel 3.2 Produk Penghimpunan Dana BPD DIY Syariah.....	26
Tabel 3.3 Produk Pembiayaan BPD DIY Syariah	27
Tabel 3.4 Jasa Layanan BPD DIY Syariah	30



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Operasional Bank Syariah	9
Gambar 3.1 Struktur Organisasi BPD DIY Syariah KCP UII	25



ABSTRAK

Tugas akhir ini menjelaskan berbagai macam teknik pemasaran BPD DIY Syariah KCP UII terhadap produk Tabungan Simpeda Wa'diah. Produk ini merupakan tabungan dengan prinsip wadi'ah (titipan) sehingga biayanya lebih minim. Dengan fitur produk ini menjadikan sasaran lebih cocok mengarah ke masyarakat muslim konservatif dan menjunjung tinggi penekanan biaya yang tinggi. Walaupun produk ini sudah mempunyai target nasabah, tetap membutuhkan teknik pemasaran yang tepat guna menjunjung kebutuhan finansial sesuai dengan target nasabahnya.

Secara umum, teknik pemasaran merupakan serangkaian rencana yang digunakan untuk menyampaikan pesan manfaat produk agar mudah dimengerti dan membantu target nasabah ke depannya. Kesalahan penerapan dari strategi pemasaran dapat menyebabkan tak tercapainya kesepakatan win to win solution. Atas dasar ini, BPD DIY Syariah menerapkan teknik pemasaran berdasarkan pada 4 komponen bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dikemukakan oleh Phillip Kotler. Masing-masing komponen ini akan dijelaskan selaras pada tindakan tenaga pemasar BPD DIY Syariah KCP UII.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Dasar Pemikiran Magang

Hari demi hari berlalu, muncul pemikiran-pemikiran baru dari belahan dunia menjadi hal yang sudah lumrah terdengar. Pemikiran-pemikiran ini umumnya didasari oleh adanya kebutuhan. Salah satunya penduduk Indonesia dengan jumlah penduduk sekitar 200 juta jiwa (Machmud & Rukmana, 2010). Dari jumlah penduduk ini tidak dapat dipungkiri memberikan efek kemunculan beragam versi kebutuhan setiap individu. Keberagaman tersebut disebabkan oleh berbagai macam faktor mulai dari jenis kelamin, lingkungan, waktu, adat istiadat hingga agama. Semua faktor tersebut saling mempengaruhi setiap insan dalam memilih kebutuhannya.

Dari beberapa faktor tersebut, faktor agama menjadi hal yang cukup mengundang perhatian sebagian penduduk di negara ini. Ditambah lagi masyarakat muslim di Indonesia yang banyak menjadikan penyedia kebutuhan berlomba-lomba untuk menyesuaikan eksistensi pangsa pasar ini. Salah satu dasar keyakinan masyarakat muslim di Indonesia dalam memilih kebutuhannya yaitu bermuamalah sesuai dengan tiga pilar ekonomi Islam. Secara luas, muamalah merupakan bentuk interaksi antar sesama manusia yang diyakini sesuai syariat Islam. Namun seiring dengan berjalannya waktu, arti ini kemudian dipersempit menjadi sebuah ilmu bertransaksi antar sesama insan sesuai dengan *Al-Qur'an*, *As-*

Sunnah, Ijma, dan Qiyas sebagai bagian dari suatu tata kehidupan lengkap (Nur Rianto Al Arif, 2010).

Menurut Muhamad, ada tiga hal yang menjadi pilar dalam ekonomi islam. Tiga pilar ini merupakan instrumen-instrumen yang menggerakkan perekonomian baik pada sektor riil maupun moneter seperti bagian-bagian dari tubuh manusia normal (Muhamad, 2018). Dari tiga bentuk ini disinggung salah satu pilar yang menegaskan untuk menghindari praktik riba. Praktik ini memang kerap kita jumpai pada bank-bank umum di Indonesia. Padahal jika dipikir dengan bertransaksi melalui bank saja, kita sebagai nasabah telah menerima berbagai keuntungan. Mulai keuntungan dari uang yang disimpan aman, kemudahan transaksi, pemantauan riwayat transaksi hingga lainnya.

Atas dasar tersebut, tahun 1992 muncul bank pertama yang memperkasai sistem syariah di Indonesia. Dengan undang-undang (UU) Nomor 7 Tahun 1992 tentang bank dengan sistem bagi hasil sebagai pelopor dasar perkembangan bank syariah ini yang kemudian direvisi menjadi UU Nomor 10 Tahun 1998. Seiring dengan berjalannya waktu, muncul bank syariah lainnya seperti BPD DIY Syariah yang memulai kegiatan operasional dan melayani nasabah sejak tanggal 19 Februari 2007.

Sesuai dengan visi dan misinya, BPD DIY Syariah dibentuk guna memenuhi kebutuhan keuangan berbagai penduduk dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Kepemilikan bank ini juga dimiliki oleh pemerintah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Sehingga BPD DIY Syariah salah satu bank yang memiliki fokus kontribusi pada

pendapatan daerah provinsi DIY. Guna memberikan kontribusi yang tinggi, BPD DIY Syariah menyediakan produk serta jasa sesuai pada keinginan target pasar. Mulai dari tabungan, kredit, giro, deposito, transaksi mata uang dan lain sebagainya dengan prinsip syariah. Bahkan sebagai penyesuaian dengan keinginan target pasar, BPD DIY Syariah juga turut menyediakan produk tabungan lebih dari satu jenis. Masing-masing tabungan ini memiliki perbedaan pada akadnya. Salah satu dari dua jenis produk ini yaitu bernama *Tabungan Simpeda Wadi'ah*. Tabungan ini memiliki akad berupa titipan (*wadi'ah*) serta memiliki fokus pada target pasar individu maupun korporasi yang menjunjung tinggi hidup dengan manajemen penekanan biaya serta dasar agama secara lebih konservatif.

Namun muncul produk tabungan ini atas latar belakang sebagai solusi pun tidak menjadikan semua masyarakat muslim di Indonesia mengerti penuh atas sistem produk dan operasi BPD DIY Syariah jika pemasaran tidak dilakukan. Faktor lain juga dari kemunculan bank-bank syariah besar yang memberikan produk dan layanan skala nasional membuat *barrier to entry* semakin tampak di dunia perbankan syariah. Atas faktor-faktor ini, BPD DIY Syariah juga menyediakan produk yang sangat menghindari bentuk-bentuk tambahan seperti Tabungan Simpeda *Wadi'ah*. Disamping itu, dalam rangka memberikan edukasi mengenai produk beserta sistemnya pada kalangan masyarakat wilayah provinsi DIY.

Menurut Asosiasi “Pemasaran Amerika memberikan definisi formal yang mengatakan bahwa pemasaran adalah salah satu fungsi organisasi dan seperangkat

proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya” (Al Arif, 2010:6). Pemasaran juga kerap diartikan sebagai seni dalam menjual produk. Maka hadir pemasar di BPD DIY Syariah dapat memberikan peran sebagai titik awal kontribusinya terhadap eksistensi produk di mata masyarakat, peningkatan rasio profitabilitas perusahaan, hingga tingkat loyalitas nasabah. Hadirnya tenaga pemasar sebagai bentuk kontribusi ini juga memerlukan teknik secara detail guna mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan antar nasabah/calon nasabah dengan bank. Beragam teknik pemasaran BPD DIY Syariah KCP UII telah dilakukan serta memberikan efek bagi keberlangsungan usahanya. Selain itu, Tabungan Simpeda Wadiah dapat dikatakan sebagai produk unggulan dari BPD DIY Syariah tercermin dari fasilitas hingga biaya yang dapat menyaingi bank-bank syariah skala nasional. Dari uraian di atas maka menarik jika ikut serta dalam penjabaran mengenai teknik pemasaran BPD DIY Syariah KCP UII terhadap produk Tabungan Simpeda Wadiahnya, Tugas akhir ini mengangkat judul **“Implementasi Teknik Pemasaran Produk Tabungan Simpeda Wadiah BPD DIY Syariah Kantor Cabang Pembantu Universitas Islam Indonesia”**.

1.2 Tujuan Magang

Atas dasar pemikiran seperti yang di atas, Tujuan magang di BPD DIY Syariah Kantor Cabang Pembantu UII antara lain:

1. Mempelajari karakteristik produk Tabungan Simpeda *Wadi'ah* BPD DIY Syariah secara detail.

2. Mengetahui teknik yang diimplementasikan dalam memasarkan Produk Tabungan Simpeda *Wadi'ah*.

1.3 Target Magang

Target yang ingin dicapai pada kegiatan magang di BPD DIY Syariah KCP UII diantaranya:

1. Memahami secara menyeluruh mengenai produk Tabungan Simpeda *Wadi'ah* dari BPD DIY Syariah.
2. Memahami bentuk implementasi teknik yang tepat sebagai tenaga pemasar BPD DIY Syariah KCP UII dalam menawarkan dan menjelaskan produk Tabungan Simpeda *Wadi'ah*.

1.4 Bidang Magang

Bidang magang sesuai dengan tujuan dan target magang adalah bagian pemasar (*marketing*). *Marketing* adalah salah satu tenaga *back office* di bank. Dalam praktiknya memasarkan produk dan jasa bank kepada target pasar sesuai dengan arahan yang sudah ditentukan perusahaan.

1.5 Lokasi Magang

Lokasi kegiatan magang dilakukan di BPD DIY Syariah KCP UII, Jalan Boulevard UII, Komplek Gedung *Bookstore*, Padukuhan Lodadi, Desa Umbulmartani, Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta 55584.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Umum tentang Bank

2.1.1 Pengertian Bank

Berdasarkan UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke dalam masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.

2.1.2 Sejarah Singkat Kemunculan Lembaga Keuangan Bank

Asal mula kegiatan perbankan terjadi pada zaman kerajaan tempo dulu di daratan Eropa. Seiring berjalannya waktu, usaha ini merambah ke Asia Barat dibawa oleh para pedagang. Sedangkan untuk di wilayah Asia, Afrika, dan Amerika, pengaruh dibawa oleh bangsa Eropa pada masa penjajahan.

Dikenalnya perbankan bermula dari kegiatan penukaran jasa keuangan antar kerajaan. Kegiatan tersebut disebut juga sebagai pedagang valuta asing. Kemudian waktu demi waktu, kegiatan perbankan berkembang menjadi tempat penitipan uang. Hingga di masa sekarang, kegiatan perbankan sudah menyediakan peminjaman uang dan jasa-jasa lainnya.

2.1.3 Jenis Bank dari Segi Sistem

Indonesia merupakan negara yang menganut *dual banking system*. Sistem ini secara harfiah memberikan izin pada bank untuk menjalankan operasionalnya

baik secara konvensional maupun syariah. Atas dasar ini terdiri dari 2 jenis sistem tersebut dijelaskan pada paparan di bawah ini:

1. Bank Konvensional merupakan bank yang menjalankan usahanya berdasarkan pada tingkat suku bunga tertentu. Cara penentuan harga tersebut dikenal juga dengan istilah *spread based*. Sedangkan perolehan dari jasa-jasa lainnya selain produk giro, tabungan, kredit dan deposito berdasarkan pada sistem *fee based* (Kasmir, 2014). Sistem ini di Indonesia sudah berlaku sejak zaman kolonial Belanda dan menjadi jenis sistem yang umum digunakan sebagian besar bank di seluruh dunia.
2. Bank Syariah merupakan bank yang menjalankan fungsi sesuai dengan prinsip syariah. Prinsip ini didasari pada pedoman hidup masyarakat muslim seperti *Al-Qur'an*, *As-Sunnah*, *Ijma*, dan *Qiyas*. Sistem syariah pada bank menyediakan akad-akad dalam setiap produk yang tersedia diantaranya *Mudharabah*, *Murabahah*, *Isthisna'*, *Wadi'ah* dan lain-lain. Sedangkan untuk jasa lainnya sama seperti dengan bank konvensional yang menggunakan sistem *fee based*.

2.2 Tinjauan Umum tentang Bank Syariah

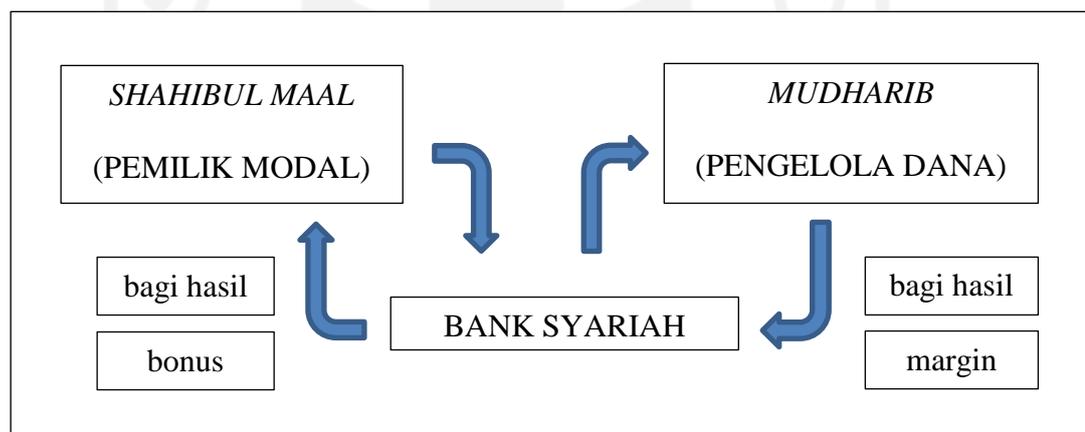
2.2.1 Pengertian Bank Syariah

Menurut salah satu ayat dari UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah. Bank syariah terdiri dari 2 jenis yaitu Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS). BUS pada dasarnya merupakan bank dengan akta pendirian terpisah dari induk perusahaannya atau

dapat dikatakan berdiri sendiri. Walaupun akta pendirian tidak menjadi satu, kendali BUS masih bisa dikontrol oleh induk yang merupakan bank konvensional melalui hak dari persentase kepemilikan sahamnya. Sedangkan UUS adalah unit kerja dari kantor pusat Bank Umum Konvensional (BUK). UUS memiliki akta pendirian serupa dengan BUS atau induknya.

2.2.2 Skema Umum Bank Syariah

Perbedaan prinsip bank syariah dengan bank konvensional dapat dibuktikan pula pada pengoperasian usaha yang berbeda. Berikut skema umum dari operasional perbankan syariah:



Gambar 2.1 Skema Operasional Bank Syariah

Sesuai dengan gambar di atas, bank syariah memiliki peran sebagai lembaga perantara antara pemilik harta (*shahibul maal*) dengan pengelola (*mudharib*). Bukti peran bank menghimpun dana yaitu melakukan aktivitas menghimpun dana dari *shahibul maal*. Himpunan dana kemudian disalurkan kembali oleh bank kepada nasabah lain dalam bentuk pembiayaan. Pada praktik pembiayaan, bank akan memperoleh keuntungan dalam bentuk porsi bagi hasil

dan/atau margin. Sedangkan nasabah yang menghimpun dana di bank akan memperoleh *feedback* berupa porsi bagi hasil/bonus.

2.2.3 Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional

Selain perbedaan dari konsep, bank syariah dan bank konvensional memiliki beberapa perbedaan lain diuraikan sesuai tabel di bawah ini.

Tabel 2.1 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Keterangan	Bank Syariah	Bank Konvensional
Legalitas	Akad syariah	Akad konvensional
Skema Operasi	Sistem bagi hasil	Sistem bunga (<i>spread based</i>)
Struktur Organisasi	Terdapat dewan pengawas syariah berperan sebagai pengawas	Tidak memiliki dewan serupa
Penentuan harga	Berdasarkan prinsip syariah menggunakan akad bagi hasil dan <i>fee</i>	Berdasarkan penyesuaian tingkat suku bunga dari Bank Indonesia dan <i>fee</i>
Lingkup usaha	Melakukan investasi halal seperti menghindari investasi pada pihak usaha komoditas dan jasa yang secara unsur dan/atau praktik haram (tidak sesuai dengan ajaran islam)	Melakukan investasi pada semua bidang usaha yang <i>profitable</i> .
Lingkungan kerja	Menjunjung nilai islami termasuk profesionalitas	Menjunjung tinggi profesionalitas serta tujuan semata-mata untuk keuntungan

2.2.4 Tujuan Bank Syariah

Berdasarkan UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah disebutkan bahwasanya Perbankan Syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.

2.2.5 Manfaat Bank Syariah

Secara umum lembaga yang memiliki tujuan hendaknya memberikan manfaat baik secara lingkup kecil maupun lingkup besar. Secara lingkup kecil bank terdiri dari karyawan, komisaris, direksi, pelanggan, *supplier* dan lain sebagainya. Serta lingkup besar dapat mencakup seluruh elemen yang tidak berkepentingan secara langsung namun masih berada dalam satu lingkungan serupa seperti masyarakat. Mendukung eksistensi tujuan sesuai pada peraturan perundang-undangan sebelum, bank syariah memberikan beberapa manfaat, diantaranya:

1. Keadilan terjaga bagi para insan dalam melakukan kegiatan muamalah.
2. Profitabilitas dapat lebih unggul dibandingkan dengan sistem bunga.
3. Dapat memelihara volatilitas nilai kurs mata uang secara stabil karena selalu terkait dengan sektor riil.
4. Menjunjung tinggi transparansi guna memperoleh kepercayaan.
5. Menanamkan prinsip syariah pada setiap masyarakat muslim khusus dalam melakukan praktik muamalah.

2.2.6 Fungsi Bank Syariah

Sebagian besar fungsi bank syariah ada yang identik dengan bank konvensional. Namun sesuai dengan UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah pasal 4 menegaskan beberapa kegiatan yang menjadikan bank syariah dengan bank konvensional berbeda terdapat pada poin-poin di bawah ini:

1. Memiliki fungsi sosial sebagai lembaga baitul mal. Peran utama dari lembaga yakni menerima titipan harta. Dalam pengoperasiannya dilakukan dengan cara menerima dana guna zakat, infak, sedekah, hibah atau dana sosial lainnya yang kemudian disalurkan ke organisasi-organisasi pengelola dana sosial.
2. Menghimpun dana dari wakaf uang dan disalurkan ke pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (*wakif*).
3. Hingga pelaksanaan fungsi sosial lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

2.2.7 Peran Bank Syariah

Bank syariah merupakan salah satu lembaga bank di Indonesia yang memfokuskan kepada asas prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian. Asas-asas ini menjadi dasar untuk keselarasan peran bank syariah di Indonesia, beberapa diantaranya:

1. Bank syariah sebagai fasilitator aktif terhadap jaringan usaha ekonomi kerakyatan di Indonesia.
2. Pemberdaya ekonomi umat.
3. Menjunjung tinggi transparansi.

4. Menghasilkan return yang lebih baik dari sistem yang sesuai pada tata kehidupan masyarakat muslim.
5. Mendorong penurunan spekulasi di pasar keuangan.
6. Mendorong pemerataan pendapatan.
7. Hingga peran lain sesuai dengan asas prinsip syariah, prinsip kehati-hatian dan demokrasi ekonomi.

2.2.8 Produk Bank Syariah

Bank merupakan lembaga yang bergerak di bidang jasa keuangan. Alih-alih bergerak di bidang jasa, bank khususnya bank syariah memiliki dan terus berinovasi untuk menciptakan produk-produk baru guna memudahkan pemahaman kepada para pelanggan terhadap bentuk abstrak yang akan dirasakan nasabah. (Nur Rianto Al Arif, 2010) Secara umum bank syariah memiliki 3 produk yang menjadi bagian utama, antara lain:

1. Produk penghimpunan dana (*funding*)

Produk ini memiliki fungsi utama yaitu menghimpun dana dari *shahibul maal*. Terdapat 3 penawaran produk penghimpunan dana dari bank syariah, antara lain:

- a) Tabungan, yaitu produk simpanan dana bersifat likuid karena dapat diambil sewaktu-waktu oleh nasabah sebagai kepemilikan kuasa tabungan. Tabungan termasuk pada produk dengan biaya rendah. Jumlah nasabah lebih banyak dari produk lainnya hingga kecenderungan nasabah menggunakan tabungan untuk transaksi

membuat bank juga lebih sulit mengelola dana dalam jumlah besar pada produk ini.

- b) Giro, sesuai UU Perbankan Syariah Nomor 21 tahun 2008 menjelaskan bahwa produk ini merupakan simpanan yang dapat ditarik sewaktu-waktu seperti tabungan, namun dalam praktik penarikan dapat dilakukan dengan menggunakan cek, bilyet giro, perintah pemindahbukuan, atau sarana perintah pembayaran lainnya. Pihak bank akan memberikan imbal berupa bagi hasil atau bonus kepada nasabah serupa dengan produk tabungan. Perbedaan produk giro dan tabungan juga terdapat juga pada dana hingga perputaran cukup besar.
- c) Deposito, atau dapat juga disebut tabungan berjangka berbeda dengan produk tabungan. Produk ini tidak luput untuk dimiliki sebagian nasabah guna menyimpan sebagian *idle cash* (uang tunai menganggur). Sifat umum dana di deposito tak bisa ditarik sewaktu-waktu sesuai pada jangka waktu serta kesepakatan antar nasabah dengan bank. Sifat ini memudahkan bank dalam mengelola dana dan memberikan persentasi porsi nasabah lebih tinggi dibandingkan dengan produk penghimpunan dana lainnya. Tidak jarang pula produk ini menjadi diversifikasi instrumen investasi bagi investor profesional seperti manajer investasi dalam memperkecil risiko produk reksa dananya.

2. Produk penyaluran dana (*financing*)

Penyaluran dana atau pembiayaan atau *financing* merupakan jenis jasa lain dari bank syariah. Jasa diberikan berupa dana guna mendukung rencana investasi, produksi nasabah sebagai *mudharib* atau hingga pada kebutuhan konsumsi nasabah. Secara garis besar pembiayaan terbagi menjadi dua jenis diantaranya:

- a) Pembiayaan konsumtif seperti peminjaman dana guna pembelian rumah, pembelian kendaraan bermotor, biaya pendidikan, hingga lainnya yang bersifat konsumtif.
- b) Pembiayaan Produktif seperti peminjaman dana guna modal kerja, pembelian alat produksi hingga lainnya yang bersifat produktif.

3. Produk jasa (*service*)

Selain memiliki peran sebagai lembaga perantara antara pihak kelebihan dana dan pihak kekurangan dana, bank syariah juga dapat meningkatkan profitabilitas dari jasa-jasa lain yang berkaitan dengan bidang keuangan seperti jual beli valuta asing (*sharf*) dan kotak simpanan (*safe deposit bank*).

Dari ketiga jenis produk di atas, tidak dapat dipungkiri juga ditemukan di bank-bank konvensional. Namun perbedaan yang mendasari bank syariah dengan bank konvensional yaitu terletak pada akad-akadnya pada setiap produk jasanya.

2.2.9 Akad-akad pada Operasi Bisnis Bank Syariah

Menurut peraturan perundang-undangan, bank konvensional maupun bank syariah secara harfiah memiliki fungsi serupa. Perbedaan mendasar bank syariah terhadap bank konvensional tampak pada akad setiap produknya. Sebagai contoh produk tabungan bank syariah dibedakan lagi menjadi 2 yang didasari pada

masing-masing akad diantaranya ada akad *mudharabah* dan *wadi'ah*. Untuk lebih memahami akad-akad yang terdapat pada bank syariah, berikut adalah akad-akad pada setiap produk bank syariah beserta penjelasan singkatnya, antara lain:

1. Wadiah

Akad *wadi'ah* merupakan kata lain dari titipan. Secara harfiah akad ini menegaskan kepada bank untuk menjaga dan mengembalikan dana kapan saja sesuai kehendak nasabah. Akad ini lebih sering terdapat pada produk tabungan dan giro. Akad *wadi'ah* juga terdiri dari 2 jenis yaitu *wadi'ah yad al-amanah* dan *wadi'ah yad adh-dhamanah* (Kasmir, 2014). *Wadi'ah yad al-amanah* memiliki sifat bahwa dana nasabah tidak dapat dikelola oleh bank. Berbeda dengan *wadi'ah yad adh-dhamanah* memiliki sifat akad yang memberikan hak bagi bank untuk mengelola dana nasabah. Akad *wadi'ah* tidak menjanjikan bagi hasil dan bonus di kesepakatan awal. Namun berbeda dengan akad *wadi'ah yad adh-dhamanah* yang dapat memberikan bonus kepada nasabah atas sebagian keuntungan dari pengelolaan dana nasabah.

2. Mudharabah

Mudharabah merupakan akad kerjasama antar pihak *shahibul maal* dengan *mudharib*. Sebagai *mudharib* mengelola dana dari pihak *shahibul maal*, kemudian porsi keuntungan dibagi sesuai jangka waktu tertentu yang disepakati. Jika usaha mengalami kerugian, maka pihak *shahibul maal* menanggung semua kerugian dengan catatan bukan disebabkan oleh kelalaian pihak *mudharib*. Akad ini terdiri dari 2 jenis diantaranya *mudharabah mutlaqah*, kerjasama antar pihak tanpa ada

batasan. Dan jenis satu lagi merupakan kebalikan dari *mudharabah mutlaqah* yaitu *mudharabah muqayyadah*.

3. Musyarakah

Akad *musyarakah* dan *mudharabah* merupakan akad kerjasama antar pihak *shahibul maal* dengan *mudharib*. Jangka waktu dan pembagian porsi keuntungan juga sesuai dengan kesepakatan antar kedua pihak. Hanya perbedaan antar 2 akad kerjasama ini yaitu masing-masing dari pihak menanggung persentase risiko yang serupa.

4. Muza'arah

Akad ini yaitu akad kerja sama pengolahan pertanian antara pemilik lahan dan penggarap. Pemilik lahan menyediakan lahan, benih dan pupuk. Sedangkan penggarap mengorbankan keahlian tenaga dan waktu. Porsi keuntungan dari hasil panen masing-masing pihak sesuai kesepakatan di awal (Kasmir, 2014).

5. Musaqah

Serupa dengan *muza'arah* yang merupakan akad kerja sama pengolahan pertanian. Perbedaan hanya terletak pada pemilik lahan yang tidak memberikan fasilitas berupa peralatan guna mengelola tanah (Kasmir, 2014).

6. Salam

Salam sudah termasuk dalam akad jual beli. Akad jual beli ini memiliki sifat penyerahan barang di kemudian hari dengan pembayaran dilakukan di awal.

7. Isthisna'

Sedangkan *isthisna'* yaitu akad jual beli juga namun sifat pembayaran dapat dilakukan di awal, secara berangsur-angsur atau akhir sebelum masa jatuh tempo.

8. Ijarah

Umumnya ijarah merupakan akad sewa yang di akhir periode tidak diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang sewa. Akad ini mendorong profitabilitas bank melalui perolehan berupa biaya sewa setiap jangka waktu tertentu.

9. Wakalah

Wakalah memiliki arti sebagai pemberian mandat dari pemberi amanat sesuai kesepakatan awal.

10. Kafalah

Kafalah merupakan jaminan yang diberikan kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung (Kasmir, 2014).

11. Hawalah

Hawalah atau arti lain dari pengalihan utang. Praktik akad ini ditujukan pada beban suatu pihak yang dialihkan ke pihak lain.

12. Rahn

Terakhir *Rahn*, kegiatan menahan sebuah harta peminjam sebagai jaminan atas pinjaman dana yang diberikan bank.

2.3 Tinjauan Umum tentang Teknik Pemasaran

2.3.1 Pengertian Teknik

Teknik adalah suatu rencana atau jalan permainan untuk mencapai suatu tujuan selaras dengan visi dan misi perusahaan. Terdapat 4 tahapan dalam menentukan keputusan teknis guna pemasaran yang tepat, antara lain (Nur Rianto Al Arif, 2010):

1. Menentukan perumusan unit usaha
2. Menentukan klasifikasi melalui variabel-variabel
3. Melakukan pemilihan teknik sesuai perannya
4. Evaluasi

2.3.2 Pengertian Pemasaran

Sesuai pada penjelasan jauh sebelumnya “Pemasaran Amerika memberikan definisi formal yang mengatakan bahwa pemasaran adalah salah satu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya” (Al Arif, 2010:6).

Pernyataan lain mengenai definisi pemasaran pun pernah disinggung pula oleh Kotler dan AB Susanto. Dan berdasarkan pada ketiga pernyataan pihak-pihak ini terdapat kesamaan makna serta kesimpulan bahwa pemasaran merupakan suatu teknik menjual produk yang dimulai dari mengomunikasikan, menawarkan hingga menjaga hubungan baik dengan para pemangku kepentingan terutama pelanggan.

2.3.3 Teknik Pemasaran

Setelah 2 pengertian terpisah di atas memperoleh kesimpulan bahwasanya teknik pemasaran merupakan serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu pada masing masing tingkatan serta lokasinya (Nur Rianto Al Arif, 2010). Kemunculan teknik pemasaran setiap perusahaan umumnya didasari oleh konsep bauran pemasaran dari Philip Kotler. Bauran pemasran (*marketing mix*) adalah perangkat-perangkat yang diperlukan dalam kegiatan menyasar target pasar. Perangkat ini terdapat 4 komponen biasa disebut 4P terdiri dari *product*, *price*, *place* dan *promotion* (Nur Rianto Al Arif, 2010).

BAB III

ANALISIS DESKRIPTIF

3.1 Data Umum

3.1.1 Sejarah Singkat BPD DIY

BPD DIY pertama kali didirikan pada tahun 1961, tanggal 15 Desember berdasarkan akta notaris Nomor 11, Notaris R.M. Soerjanto Partaningrat. Dengan status sebagai perusahaan daerah, awal terbentuk BPD DIY diatur melalui Peraturan Daerah (Perda) Nomor 3 Tahun 1976. Namun seiring berjalannya waktu, penyesuaian terus dilakukan.

Saat ini landasan hukum pendirian BPD DIY berdasarkan pada Perda Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 2 Tahun 1993, *junctis* Perda Nomor 11 Tahun 1997 dan Nomor 7 Tahun 2000. Pendirian BPD DIY ini memiliki tujuan untuk turut andil mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah dari segala bidang serta berperan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah guna meningkatkan taraf hidup rakyat di sekitarnya.

BPD DIY juga merupakan salah satu alat kelengkapan otonomi daerah di bidang perbankan memiliki tugas sebagai penggerak, pendorong laju pembangunan daerah, sebagai pemegang kas daerah/menyimpan uang daerah, dan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah serta menjalankan usahanya sebagai bank umum.

Sejak Bulan Januari 2007 BPD DIY telah membuka Unit Usaha Syariah yang diresmikan oleh Gubernur DIY, beliau adalah Sri Sultan Hamengkubuwono

X di saat itu. BPD DIY Syariah mengapresiasi kebutuhan masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya akan layanan perbankan dengan prinsip syariah, terutama pembiayaan untuk pengembangan usaha skala kecil dan menengah berlandaskan prinsip syariah. Mulai kegiatan operasional dan melayani nasabah tanggal 19 Februari 2007. Hingga saat ini BPD DIY setidaknya telah memiliki 175 tempat pelayanan yang tersebar di seluruh wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, terdiri dari 1 kantor pusat, 7 kantor cabang, 15 kantor cabang pembantu, 73 kantor kas, 22 kantor payment point, 6 armada kas mobil dan 55 lokasi mesin ATM serta 4 kantor layanan syariah.

Berdasarkan Perda Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 11 Tahun 2012 tanggal 26 Desember 2012 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Bank Pembangunan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Menjadi Perseroan Terbatas Bank Pembangunan Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta, modal dasar BPD DIY ditetapkan sebesar Rp 1.000.000.000.000,-.

Sampai dengan akhir tahun 2020 modal dasar yang dimiliki Bank Pembangunan Daerah Istimewa Yogyakarta sebesar Rp 4.000.000.000.000,-. Dan sebesar Rp 1.559.398.000.000,- telah disetor penuh. Berikut komposisi modal pemegang saham per 31 Desember 2020 berdasarkan pada laporan keuangan tahunannya adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Susunan Modal Kepemilikan BPD DIY Syariah

Pemegang saham	Jumlah lembar saham	Persentase kepemilikan	Jumlah modal (dalam rupiah)
Pemerintah Daerah DIY	795.440	51,01%	795.440.000.000
Pemerintah Kota/Kabupaten Yogyakarta	189.145	12,13%	189.145.000.000
Pemerintah Kota/Kabupaten Sleman	262.513	16,83%	262.513.000.000
Pemerintah Kota/Kabupaten Bantul	151.700	9,73%	151.700.000.000
Pemerintah Kota/Kabupaten Gunungkidul	91.300	5,86%	91.300.000.000
Pemerintah Kota/Kabupaten Kulon Progo	69.300	4,44%	69.300.000.000
TOTAL	1.559.398	100,00%	1.559.398.000.000

Sumber: <https://www.bpddiy.co.id/index.php?page=bisnis&sub=laptahunan> tahun

2021

3.1.2 Visi Perusahaan

1. Visi BPD DIY

Mewujudkan terpenuhinya kebutuhan masyarakat khususnya di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta akan jasa perbankan maupun jasa keuangan lainnya, terutama kredit skala kecil dan menengah, serta mendorong program pemberdayaan perekonomian daerah.

2. Visi BPD DIY Syariah

Menjadi Unit Usaha Syariah yang sehat, yang menyediakan jasa keuangan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

3.1.3 Misi Perusahaan

1. Misi BPD DIY

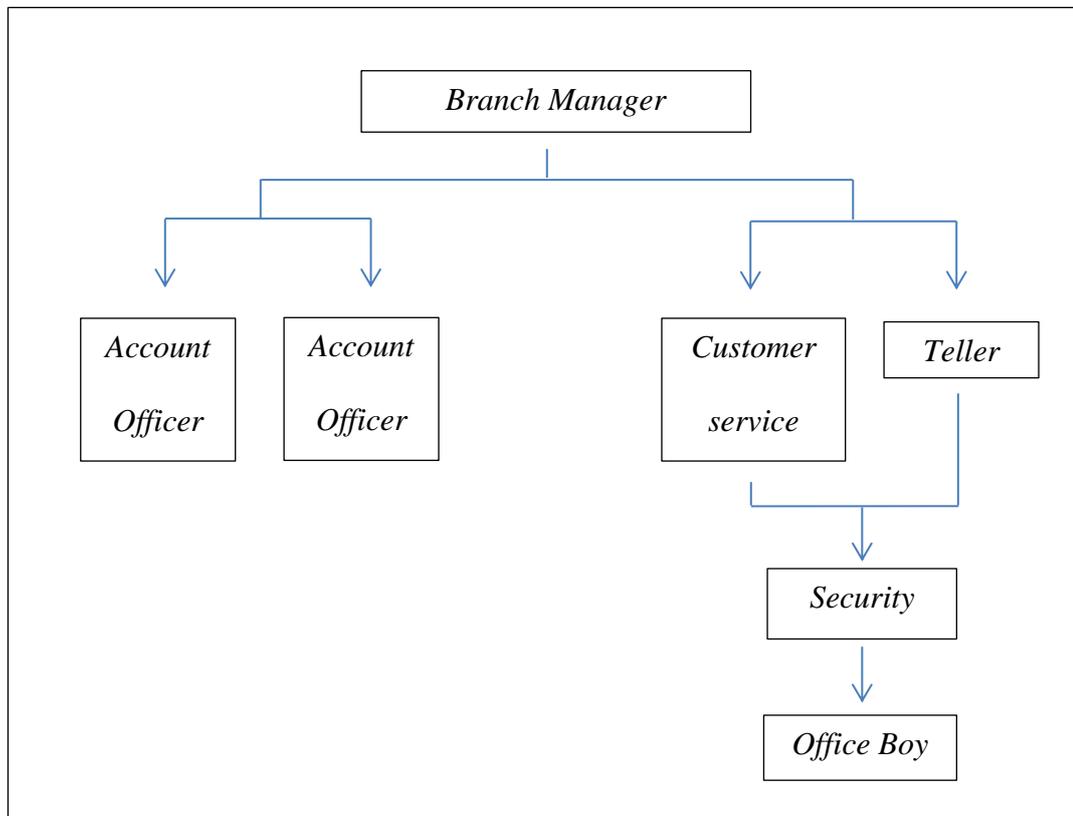
Bank BPD DIY sebagai Bank Umum, bertujuan memperoleh laba yang wajar melalui penyediaan jasa-jasa perbankan yang dibutuhkan masyarakat khususnya di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, terutama kredit skala kecil dan menengah serta mendorong pemberdayaan ekonomi daerah dalam upaya memberikan kontribusi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

2. 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 satuan dari unit-unit kerja yang memiliki tugas masing-masing di dalamnya. Secara harfiah, struktur organisasi menunjukkan berbagai tanggung jawab, posisi jabatan dan hubungan antar satu sama lainnya dalam suatu organisasi. Eksistensi struktur pada organisasi merupakan bagian penting terutama guna membagi setiap perannya sesuai dengan spesialisasi yang dimiliki sumber daya perusahaan. Pembagian ini pula diharapkan akan memiliki dampak terhadap perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas, menekan biaya operasional, meningkatkan keselarasan antar bagian unit kerja, dan lainnya guna mendukung kinerja perusahaan ke arah positif. Atas dasar ini, BPD DIY Syariah KCP UII sebagai organisasi juga turut memiliki struktur organisasi seperti pada gambar di bawah ini:



Gambar 3.1 Struktur Organisasi BPD DIY Syariah KCP UII

3.1.5 Produk dan Jasa UUS BPD DIY Syariah

Beberapa produk dan jasa yang dimiliki BPD DIY Syariah mencerminkan visi dan misinya. Hal ini dikarenakan penciptaan produk dan jasa menyesuaikan pada kebutuhan serta keinginan nasabah dari waktu ke waktu. Berikut 3 kelompok tabel sekaligus penjelasan dari setiap produk dan jasa BPD DIY Syariah, diantaranya:

1) Produk Penghimpunan Dana

Tabel 3.2 Produk Penghimpunan Dana BPD DIY Syariah

Nama Produk	Pengertian Produk
<i>Giro Wadi'ah</i>	Simpanan dana pihak ketiga pada BPD DIY Syariah dengan prinsip <i>Wadi'ah</i> . Penarikan pada produk ini dapat dilakukan sewaktu-waktu menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya dan/atau melalui cara pemindahbukuan.
<i>Tabungan Sutera Mudharabah</i>	Simpanan dana sekaligus dapat dijadikan sarana investasi tidak terikat pihak ketiga pada BPD DIY Syariah. Penarikan pada produk ini dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati.
<i>Tabungan Shafa Mudharabah</i>	Tabungan bagi nasabah guna kebutuhan untuk menunaikan ibadah haji dan umrah.
<i>Tabungan Pendidikan Salam iB Mudharabah</i>	Sarana investasi masa depan untuk kebutuhan pendidikan sesuai dengan prinsip syariah yang memberikan rasa aman, tenteram, menguntungkan dan lebih adil.
<i>Deposito Mudharabah</i>	Investasi tidak terikat pihak ketiga pada BPD DIY Syariah. Penarikan dana pada produk ini hanya dapat dilakukan pada jangka waktu tertentu dengan bagi hasil sesuai

Nama Produk	Pengertian Produk
	nisbah yang telah disepakati antar pihak bank dan nasabah.

Sumber: Buku Panduan Produk & Jasa BPD DIY Syariah 2021

2) Produk Pembiayaan

Tabel 3.3 Produk Pembiayaan BPD DIY Syariah

Nama Produk	Penjelasan Produk
Pembiayaan Pemilikan Kendaraan (PPK) <i>Murabahah</i>	Produk penyaluran dana/pembiayaan menggunakan prinsip <i>murabahah</i> dalam rangka pembelian kendaraan seperti sepeda motor dan/atau mobil.
Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) <i>Murabahah</i>	Pembiayaan dengan prinsip <i>Murabahah</i> guna mendukung kebutuhan nasabah membeli rumah siap huni. Kondisi rumah yang dapat dilayani pada pembiayaan ini bisa baru ataupun lama (layak huni).
Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) Isthisna'	Produk pembiayaan berdasarkan prinsip Isthisna' guna mendukung kebutuhan nasabah dalam rangka pembelian rumah yang masih dalam proses pembangunan atau konstruksi oleh pihak ketiga (<i>Developer</i> /kontraktor) dan pembelian kavling siap bangun dari <i>Developer</i> .
Pembiayaan Renovasi Rumah (PPR) <i>Murabahah</i> atau <i>Isthisna'</i>	Produk pembiayaan BPD DIY Syariah guna perbaikan rumah nasabah.

Nama Produk	Penjelasan Produk
Pembiayaan Serba Guna (PSG) <i>Murabahah</i>	Produk pembiayaan dengan prinsip <i>Murabahah</i> dalam rangka memenuhi kebutuhan barang nasabah selain rumah dan kendaraan bermotor seperti alat-alat rumah tangga, bahan material bangunan, perhiasan emas/emas batangan dan lain sebagainya. Pembiayaan ini diperuntukkan bagi PNS, Non PNS, Profesional dan swasta dengan cara angsuran sesuai kemampuan.
Pembiayaan Porsi Haji (PPH) Multi Jasa	Pembiayaan perjalanan ibadah haji dengan akad <i>Ijarah</i> guna nasabah yang ingin segera memperoleh nomor porsi haji secara cepat.
Pembiayaan Multi Jasa iB	Pembiayaan dengan akad <i>Ijarah</i> dalam rangka penyewaan manfaat suatu jasa untuk pemenuhan kebutuhan konsumtif nasabah seperti jasa pendidikan, kesehatan, wisata, perjalanan, perjalanan ibadah haji dan umrah, acara-acara tertentu serta lainnya.
Gadai Emas Syariah	Produk BPD DIY Syariah berupa pemberian fasilitas pinjaman berupa dana sesuai nilai emas sebagai jaminan. Prinsip yang digunakan pada praktiknya adalah <i>Rahn</i> , sedangkan atas pemeliharaan emas

Nama Produk	Penjelasan Produk
	sebagai jaminan dari nasabah berdasarkan prinsip <i>Ijarah</i> .
Pembiayaan Modal Kerja (PMK) <i>Mudharabah/Musyarakah</i>	Produk pembiayaan berdasarkan prinsip Mudharabah/Musyarakah guna memenuhi kebutuhan modal kerja nasabah.
Pembiayaan Investasi (PI) <i>Murabahah</i>	Produk pembiayaan dengan akad Murabahah guna mendukung kebutuhan nasabah dalam pembelian barang-barang sebagai modal investasi seperti pembelian bangunan, mesin/peralatan, modernisasi, rehabilitasi, ekspansi dan lain-lain.
Pembiayaan Serba Guna (PSG) <i>Ijarah</i>	Produk pembiayaan dengan prinsip <i>Ijarah</i> dalam rangka penyewaan manfaat suatu barang atau jasa. Penyewaan yang dimaksud seperti rumah, apartemen, kendaraan, ruko, gedung, dan lain-lain.

Sumber: Buku Panduan Produk & Jasa BPD DIY Syariah 2021

3) Jasa Layanan Bank

Tabel 3.4 Jasa Layanan BPD DIY Syariah

Nama Produk	Penjelasan Produk
Jasa Pengiriman Uang	Jasa pengiriman uang melalui bank dengan pilihan 3 cara, antara lain: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Real Time Gross Settlement</i> (RTGS).

Nama Produk	Penjelasan Produk
	<ul style="list-style-type: none"> • Sistem Kliring Nasional Bank Indonesia (SKNBI). • Western Union (WU).
<i>Payroll</i>	Atau dikenal dengan istilah sistem pembayaran gaji karyawan guna memudahkan instansi swasta maupun pemerintah dalam mendistribusikan gaji ke masing-masing pegawai.
Jasa Pembayaran Listrik dan Telepon	Jasa-jasa pembayaran melalui bank antara lain: <ul style="list-style-type: none"> • Pembayaran tagihan rekening listrik Perusahaan Listrik Negara (PLN). • Pembayaran tagihan rekening telepon.
Bank Garansi	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.

Sumber: Buku Panduan Produk & Jasa BPD DIY Syariah 2021

3.2 Data Khusus

3.2.1 Karakteristik Produk Tabungan Simpeda Wadiah BPD DIY Syariah

Tabungan Simpeda merupakan singkatan dari Tabungan Simpanan Pembangunan Daerah. Tabungan ini merupakan salah satu bentuk produk simpanan dana BPD DIY Syariah sesuai prinsip *Wadi'ah*. Tabungan ini

merupakan salah satu opsi lain dari tabungan yang menggunakan prinsip *Mudharabah* yang tujuannya untuk lebih menjangkau masyarakat muslim maupun non-muslim secara keseluruhan.

Masyarakat ini termasuk pada kaum muslim yang konservatif. Selain itu, masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah hingga ke bawah pun akan lebih tepat menggunakan produk tabungan dengan akad *wa'diah* ini. Ketepatan ini diselaraskan dengan keunggulan dari Tabungan Simpeda Wadiah ini yang memberikan keamanan, kenyamanan, kemudahan, hingga setoran dan biaya yang ringan.

Tabungan Simpeda *Wa'diah* juga dapat dijadikan sebagai sarana investasi. Nisbah bagi hasil yang ditetapkan terakhir kali adalah sebesar 87,5% untuk bank dan 12,5% untuk nasabah. Namun dalam produk ini, bagi hasil merupakan bonus yang tidak setiap bulan dibagikan serta tidak diperjanjikan pada awal kesepakatan. Selain sarana investasi, keunggulan dari produk ini juga dapat dijadikan sebagai agunan/jaminan pembiayaan dan diikutsertakan dalam program penjaminan.

1. Fasilitas Tabungan Simpeda Wadiah

- a) Online di semua kantor layanan syariah.
- b) Buku tabungan.
- c) Kartu ATM bersama.
- d) Electronic Banking (E-Banking). Untuk nasabah perorangan dapat memperoleh fasilitas E-Banking berupa Mobile Banking dan nasabah non-perorangan berupa Cash Management System (CMS).

- e) Bebas biaya administrasi, kecuali menggunakan fasilitas kartu ATM BPD DIY Syariah.
- f) Dapat dijadikan agunan pembiayaan.
- g) Dana dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS)

Namun pada nasabah Badan Usaha terdapat beberapa fasilitas yang tidak diperoleh dalam tabungan ini seperti Kartu ATM bersama. Kartu ATM tidak dapat dimiliki nasabah badan hukum karena sebagai upaya dari BPD DIY Syariah guna meminimalisir risiko dari penyalahgunaan.

2. Syarat & Ketentuan Pembukaan Rekening Simpeda Wadiah

- a) Minimum setoran pertama sebesar Rp.50.000,00 (lima puluh ribu rupiah)
- b) Untuk setoran selanjutnya minimum sebesar Rp.10.000,00 (sepuluh ribu rupiah)
- c) Saldo minimum pada rekening sebesar Rp.50.000,00 (lima puluh ribu rupiah)
- d) Pemilik rekening merupakan perorangan (nasabah individu atau badan usaha perorangan) atau Badan hukum (Perseroan Terbatas, Perseroan Komanditer, Yayasan, Firma, dan lain-lain).
 - i. Jika nasabah perorangan menyerahkan foto kopi dan menunjukkan dokumen asli seperti: Tanda bukti diri (KTP, SIM, atau lainnya) bagi Warga Negara Indonesia (WNI) dan Paspor, KITAS (Kartu Ijin Tinggal Terbatas) atau KIMS

(Kartu Ijin Menetap Sementara) bagi selain WNI (Warga Negara Asing).

- ii. Jika nasabah badan hukum menyerahkan foto kopi dan menunjukkan dokumen asli seperti: Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Akte Pendirian, Anggaran Dasar dan perubahan terakhir, Surat Kuasa penunjukan pengelola rekening, Bukti identitas diri pemberi dan penerima kuasa.
- iii. Nasabah wajib taat atas ketentuan mengenai setoran minimum, saldo minimum, membayar biaya ATM, segera lapor apabila kehilangan buku tabungan, dan mengembalikan buku tabungan apabila menutup rekening.

3. Biaya

- a) Bebas biaya administrasi,
- b) Biaya penutupan rekening sebesar Rp.5.000.- terpotong otomatis oleh sistem,
- c) Biaya pembuatan kartu ATM sebesar Rp.0.- d,
- d) Bebas biaya pengelolaan rekening dan kartu ATM,
- e) Biaya dormant sebesar Rp.0.- per bulan apabila tidak terdapat transaksi.

3.2.2 Teknik Pemasaran Produk Tabungan Simpeda BPD DIY Syariah KCP UII

Bank merupakan lembaga keuangan yang memiliki tujuan guna meningkatkan taraf hidup masyarakat dari segi kondisi ekonominya. Tujuan ini tampak pada esensi dari pemberian fasilitas bank melalui produk-produknya.

Tabungan Simpeda *Wadi'ah* merupakan salah satu wujud yang memberikan berbagai fasilitas mulai dari keamanan, kemudahan dan lain-lain dalam menabung sekaligus transaksi. Walaupun fasilitas ini dibutuhkan oleh sebagian besar masyarakat, peran pemasaran sangat diperlukan sebagai langkah guna memberikan edukasi, pemahaman sekaligus keunggulan dari lembaga, produk, sistem hingga lainnya yang berkaitan dengan produk tabungan. Ditambah lagi semakin banyaknya muncul lembaga keuangan bank baru, menjadikan banyaknya informasi hingga pengaruh perspektif orang sekitar menjadi tantangan berat bank untuk mempertahankan bisnisnya.

Atas dasar uraian sebelumnya, maka bentuk implementasi pemasaran BPD DIY Syariah KCP UII terhadap produk Tabungan Simpeda *Wadi'ah* dilandasi pada konsep bauran pemasaran (*marketing mix*). Menurut Kotler “Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran faktor yang dapat dikendalikan – product price, promotions, place- yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran” (Al Arif, 2010:14). Konsep ini kerap digunakan para pemasar dan perusahaan untuk mencapai target selaras visi dan misi perusahaan. Philip Kotler mengemukakan *marketing mix* terdiri dari 4 komponen diantaranya:

1. Penentuan Lokasi (Place)

Secara lokasi dari BPD DIY Syariah KCP UII terletak di Jalan Boulevard UII, Komplek Gedung *Bookstore*, Padukuhan Lodadi, Desa Umbulmartani, Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta 55584. Alamat ini memiliki posisi yang berdekatan dengan pemukiman warga dan

juga Universitas Islam Indonesia. Posisi ini dapat dikatakan strategis karena mudah dalam menjangkau lingkungan pemukiman hingga mahasiswa sekitar. Selain itu lingkungan sekitar universitas ini juga terdapat banyak usaha baik yang bergerak di bidang *food and beverages* hingga tempat tinggal sementara di sepanjang Jalan Kaliurang. Letak posisi ini pula membuat BPD DIY Syariah KCP UII dapat memasarkan produk Tabungan Simpeda *Wadi'ah* dengan cepat, mudah dijangkau dan dapat mencapai jumlah target nasabah yang banyak.

Dari sisi lain, nasabah BPD DIY Syariah sekitar pun dapat melakukan transaksi hingga penyelesaian solusi kaitan dengan produknya secara mudah. Lokasi *Automatic Teller Machine* (ATM) BPD DIY juga kerap memiliki lokasi di sekitar desa seperti dekat pasar yang lebih menjangkau masyarakat desa. BPD DIY Syariah memiliki lokasi yang tidak begitu jauh dari BPD DIY konvensional membuat melakukan *office channeling* dapat mudah dilakukan. *Office channeling* merupakan mekanisme kerjasama kegiatan penghimpunan dana antar kantor cabang syariah dengan kantor cabang konvensional bank yang sama, biasanya dalam satu daerah, baik dalam bentuk giro, tabungan maupun deposit. Dengan mekanisme ini, nasabah tabungan simpeda wadi'ah dapat memperoleh bentuk *previllage* dari BPD DIY berupa kemudahan transaksi seperti tarik tunai ataupun setor tunai melalui kantor BPD DIY konvensional cabang pembantu atau jenis tingkat kantor di atasnya.

2. Produk Bank (Product)

Produk terdiri dari produk barang dan jasa. Produk barang cenderung terlihat secara fisiknya, mulai dari *packaging* hingga isinya. Sedangkan produk

jasa merupakan produk yang berbentuk abstrak. Manfaat dari produk jasa hanya dapat dirasakan. Atas masalah ini, BPD DIY Syariah KCP UII menyediakan tenaga pemasar guna menyampaikan fasilitas, keuntungan, hingga manfaat produk Tabungan Simpeda *Wa'diah* terhadap jasa yang akan dirasakan oleh calon nasabah.

Tabungan Simpeda *Wa'diah* merupakan produk penghimpunan dana dengan akad titipan dan biaya administrasi yang ringan. Bentuk implementasi terhadap produk ini juga dibuktikan dari informasi yang lengkap. Mulai dari manfaat dari produk Tabungan Simpeda *Wa'diah* diantaranya memberikan kemudahan nasabah melakukan transaksi dan menabung. Fasilitas yang dapat diperoleh nasabah diantara lain:

- a) Berupa kartu ATM dan buku tabungan,
- b) Setoran minimum yang ringan sebesar Rp.50.000.-,
- c) Persyaratan pembukaan dengan menunjukkan Kartu Tanda Penduduk (KTP), jika mahasiswa menunjukkan KTP dan Kartu Tanda Mahasiswa (KTM), jika pekerja berdomisili di luar wilayah DIY wajib menunjukkan KTP beserta Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP),
- d) Dapat dijadikan sebagai sarana investasi dan jaminan pembiayaan,
- e) Hingga informasi lainnya yang berkaitan dengan kebutuhan nasabah.

Semua informasi-informasi ini dimuat ke dalam beberapa media promosi yang akan dijelaskan pada bagian konsep pemasaran sebagai salah satu dari bauran pemasaran yang dikemukakan Philip Kotler.

3. Penetapan Harga (Price)

Harga merupakan unsur yang mendukung keberlangsungan perusahaan. Produk jasa yang ditawarkan perlu ada sebuah harga guna memberikan profitabilitas bagi perusahaan sekaligus ketersediaan atas kemampuan target calon nasabah. Produk Tabungan Simpeda *Wadi'ah* memiliki sasaran yang lebih kepada pihak individu, sehingga harga yang ditetapkan cukup ringan, diantaranya:

- a) Setoran minimum sebesar Rp.50.000.-,
- b) Setoran selanjutnya minimum sebesar Rp.10.000,00.- (sepuluh ribu rupiah) per bulan,
- c) Saldo minimum pada rekening sebesar Rp.50.000,00.- (lima puluh ribu rupiah),
- d) Bebas biaya administrasi,
- e) Hingga bebas biaya pengelolaan rekening per bulan.

4. Promosi (Promotion)

Setelah komponen lokasi, produk, harga sudah dilakukan oleh BPD DIY Syariah KCP UII, promosi perlu dilakukan guna memberikan informasi, edukasi hingga pemahaman baru untuk target/calon nasabah. Memberikan informasi yang sesuai dan selaras pada pemahaman akan kebutuhan target/calon nasabah dapat memunculkan perspektif positif bagi target/calon nasabah terhadap produk tabungan BPD DIY Syariah dibandingkan bank lain. Promosi layak dikatakan sebagai langkah awal menjual produk. Marak lahir bank-bank baru hingga pada produknya juga membuat sebagian besar nasabah yang sudah memiliki rekening bank menjadi tak acuh terhadap informasi produk bank lain. Oleh sebab itu

pemasaran khususnya pemasaran berprinsip syariah perlu mengetahui kebutuhan nasabah serta memberikan solusi terbaik dibandingkan sekadar memberikan informasi dan memaksakan target/calon nasabah untuk menggunakannya. Atas latar belakang dari uraian sebelumnya, BPD DIY Syariah KCP UII melakukan bentuk-bentuk implementasi pemasaran terhadap produk Tabungan Simpeda *Wa'diah* seperti antara lain menggunakan:

a) Media Brosur

Media brosur merupakan salah satu cara yang umum digunakan sebagian besar perusahaan sebagai langkah memasarkan produknya.

Brosur memiliki bentuk fisik berupa kertas berisi informasi mengenai produk yang diperjualkan. Ukuran kertas yang secara umum tidak besar ini membuat informasi dikemas juga bersifat singkat, padat, jelas serta ringkas untuk dibawa kemanapun. Dengan brosur BPD DIY Syariah KCP UII juga menerapkan langkah pemasaran dengan media ini dalam menjangkau masyarakat baik didatangi atau mendatangi bank. Setiap brosur, BPD DIY Syariah

mencakup informasi mengenai penjelasan singkat produk, nama bank, nama produk, *tagline*, fasilitas, keuntungan, ketentuan, keunggulan, persyaratan, alamat kantor, hingga nomor kontak BPD DIY.

b) Door to door

Teknik pemasaran ini juga kerap dilakukan tenaga pemasar BPD DIY Syariah KCP UII. *Door to door* atau dapat diartikan secara

bahasa “pintu ke pintu” memiliki makna teknik pemasaran secara langsung menghampiri dari satu tempat ke tempat yang lain. Tempat-tempat tersebut bisa berupa rumah, sekolah, pasar, rumah makan, kafe, toko, instansi hingga tempat lain yang ditargetkan. Melalui penggunaan teknik *door to door* ini, BPD DIY Syariah KCP UII memiliki teknik awal dengan membuat list dari individu atau pihak beserta alamatnya untuk lebih mudah dikunjungi satu per satu. Terdapat pula list hubungan antar individu atau pihak guna memudahkan komunikasi dan perkenalan. Karena individu atau pihak akan lebih percaya jika orang terdekatnya juga telah bertemu dengan kami sebagai tenaga pemasar. Saat pengunjungan lokasi akan lebih baik juga kita dapat mengetahui nomor telepon yang berkepentingan guna memudahkan waktu dan tempat bertemu, memberikan informasi produk, *cross selling*, penawaran ulang, kepastian, proses pembukaan dan lainnya. Di sisi lain selama masa magang, pihak dari suatu lembaga/instansi profit maupun non profit memiliki ketersediaan waktu dan tempat sesuai dengan keuangannya.

c) Media Sosial

Mengingat bahwa era digitalisasi di Indonesia saat ini sudah semakin marak dibuktikan dari muncul banyak start-up dan perusahaan *go-digital*. Ditambah sebagian besar masyarakat milenial sudah memiliki *smartphone* untuk memperoleh berbagai informasi.

Menanggapi masalah ini, BPD DIY Syariah KCP UII menggerakkan tenaga pemasar juga untuk turut aktif memasarkan produknya melalui platform media sosial. Platform-platform yang dapat digunakan diantara lain facebook, instagram, tik tok, whatsapp hingga lainnya.

d) Penjualan pribadi

Teknik ini merupakan bentuk dari pemasaran secara personal. Umumnya ini dapat lebih mudah dilakukan oleh semua pihak termasuk *office boy* dan *security* karena pemasaran ini dilakukan ke teman/kerabat dekat. Sehingga proses awal hingga akhir komunikasi pun bisa dikatakan lebih mudah mencapai kesepakatan pembukaan rekening dibanding dengan teknik pemasaran lainnya.

Walaupun sudah menerapkan berbagai teknik pemasaran secara baik dan benar, kendala dan hambatan tetap muncul setiap implementasi dilakukan. Berikut penjelasan hambatan dan kendala saat pemasaran dilakukan, antara lain:

1. Respon kurang baik

Selama terjun di lapangan, banyak dari kunjungan ke target calon nasabah berupa individu, pemilik usaha, ataupun pengurus masjid dan panti asuhan memberikan respon yang kurang baik. Respon-respon ini bisa berupa tidak adanya balasan, kepastian waktu dan tempat bertemu, perkembangan, hingga lainnya. Respon ini menjadikan batasan yang membuat kita sebagai pemasar terhalang untuk memberikan penawaran ulang.

2. Sebagian besar tidak mencapai kesepakatan

Hambatan ini kerap terjadi disebabkan oleh berbagai macam faktor. Faktor tersebut mulai dari sudah memiliki rekening bank lain baik konvensional maupun syariah, lumrah dengan sistem bunga sehingga dianggap lebih menguntungkan, keengganan untuk mengganti rekening, sudah bekerjasama pada bank lain, ketidakpahaman dan faktor lainnya.

3. Cuaca tidak mendukung

Hari demi hari memasarkan produk di luar kantor terkadang cuaca seperti hujan besar menghalangi aktivitas. Terutama saat sudah memiliki komitmen untuk bertemu dengan target nasabah, cuaca hujan menjadi hambatan yang tak dapat dikontrol.

Dari hambatan serta kendala di atas semua dapat diatasi selama pelaksanaan teknik pemasaran Tabungan Simpeda Wa'diah BPD DIY Syariah KCP UII dengan solusi sesuai pada masing-masing situasi dan kondisi. Bentuk solusi ini antara lain dapat berupa:

1. Memberikan edukasi

Tak semua masyarakat mengerti akan produk Tabungan Simpeda Wa'diah dan bank syariah. Respon yang kurang baik juga dapat disebabkan oleh ketidakterbukaan informasi mengenai produk dan bank kepada suatu masyarakat. Oleh sebab itu, memberikan pemahaman menjadi kunci utama selain kunjungan dengan cara yang sopan. Memberikan pemahaman mengenai hal-hal asing bagi seorang target dapat dikomunikasikan dengan bahasa yang sesuai, baku, sopan dan mudah dimengerti.

2. Memahami kebutuhan target/calon nasabah

Terakhir adalah solusi guna memberikan kesempatan atau hak sebagai target/calon nasabah dalam memberikan keputusan. Jika keputusan atas kebutuhannya masih bisa diselaraskan pada fungsi produk Tabungan Simpeda *Wa'diah*, maka komunikasikan tentang manfaat dan kontribusi produk terhadap kebutuhan target/calon nasabah. Namun jika target/calon nasabah tidak/lebih memilih produk lain maka kita sebagai tenaga pemasar dapat melakukan *cross selling* produk lainnya. Apabila keputusan target/calon nasabah berujung pada tidak inginnya menggunakan produk dari BPD DIY Syariah, sebagai tenaga pemasar wajib menghargai keputusan tersebut dan tidak memaksa. Pemaksaan merupakan tindakan yang tidak dianjurkan dalam pemasaran secara syariah. Tidak tercapainya ekspektasi hingga kesepakatan itu bukan suatu kegagalan. Sebagai pemasar akan lebih baik untuk dapat menanggapi hal ini sebagai masukan bagi diri sendiri.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Kesimpulan merupakan penjelasan singkat mengenai uraian dari tugas akhir ini berdasarkan analisa, pengalaman, dan pandangan dari penulis. Dapat ditarik kesimpulan dari penulisan tugas akhir ini, antara lain:

1. Tabungan Simpeda *Wa'diah* singkatan dari Tabungan Simpanan Pembangunan Daerah merupakan tabungan dengan sistem akad titipan (*wa'diah*). Tabungan ini memiliki sejumlah fasilitas antara lain:
 - a) Online di semua kantor layanan syariah,
 - b) Buku tabungan,
 - c) Kartu ATM bersama,
 - d) Electronic Banking (E-Banking),
 - e) Bebas biaya administrasi, kecuali menggunakan fasilitas kartu ATM BPD DIY Syariah,
 - f) Dapat dijadikan agunan pembiayaan, dan
 - g) Dana dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).

Akad *wa'diah* merupakan titipan murni sehingga setiap bulan tidak pasti mendapatkan bagi hasil. Namun ada bonus yang akan dibagikan bank kepada nasabah dengan tidak diperjanjikan di awal kesepakatan.

2. Teknik yang digunakan oleh BPD DIY Syariah KCP UII dalam memasarkan produk Tabungan Simpeda *Wa'diah* dapat didasari pada

konsep *marketing mix*. Konsep ini dikemukakan oleh Phillip Kotler serta memiliki 4 komponen diantaranya penentuan lokasi (*place*), penetapan harga (*price*), produk (*product*) dan promosi (*promotion*). Berikut teknik implementasi BPD DIY Syariah KCP UII berdasarkan pada 4 komponen marketing mix, diantaranya:

a) Penentuan Lokasi

Alamat BPD DIY Syariah KCP UII di Jalan Boulevard UII, Komplek Gedung *Bookstore*, Padukuhan Lodadi, Desa Umbulmartani, Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta 55584. Lokasi dapat dikatakan strategis karena berdekatan dengan wilayah pemukiman, universitas dan bisnis-bisnis. Dengan banyaknya target pasar yang variatif memudahkan BPD DIY Syariah KCP UII memasarkan produk Tabungan Simpeda *Wa'diah* selaras dengan kebutuhan calon nasabah.

b) Penetapan Harga

Produk Tabungan Simpeda *Wadi'ah* memiliki sasaran yang lebih kepada pihak individu, sehingga harga yang ditetapkan cukup ringan. Biaya ini dibuktikan mulai dari setoran minimum sebesar Rp.50.000.-, setoran selanjutnya minimum sebesar Rp.10.000,00.- (sepuluh ribu rupiah) per bulan, saldo minimum pada rekening sebesar Rp.50.000,00.- (lima puluh ribu rupiah), bebas biaya administrasi, hingga bebas biaya pengelolaan rekening per bulan.

c) Produk

Tabungan Simpeda *Wa'diah* merupakan produk penghimpunan dana dengan akad titipan dan biaya administrasi yang ringan. Bentuk implementasi terhadap produk ini juga dibuktikan dari informasi yang lengkap. Mulai dari manfaat dari produk Tabungan Simpeda *Wa'diah* diantaranya memberikan kemudahan nasabah melakukan transaksi dan menabung.

d) Promosi

Promosi BPD DIY Syariah KCP UII dilakukan dengan menggunakan 4 metode antara lain menggunakan media brosur, media sosial, teknik *door to door* dan *personal selling*.

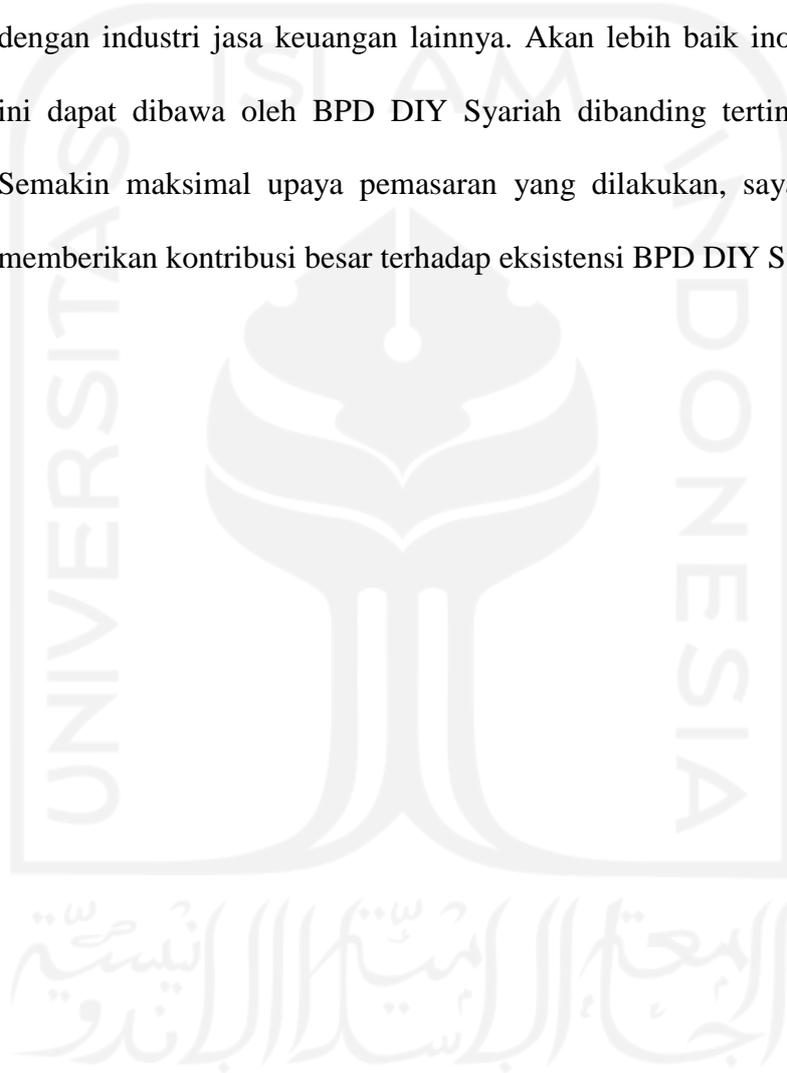
4.2 Saran

Atas dasar uraian kesimpulan di atas, maka terdapat beberapa saran yang dijabarkan pada poin-poin bawah ini:

1. Menurut saya terkait produk BPD DIY Syariah dari segi desain kartu ATM akan lebih baik disediakan secara variatif. Hal ini guna memberikan opsi bagi nasabah untuk memilih tampilan kartu ATM-nya serta untuk menarik perhatian target/calon nasabah semakin banyak. Bonus yang lebih besar dan sering diberikan juga dapat menjadikan poin plus Tabungan Simpeda *Wadi'ah* BPD DIY Syariah lebih dari produk tabungan *wa'diah* bank syariah lainnya.
2. Segala teknik pemasaran yang diupayakan oleh BPD DIY Syariah KCP UII sudah tepat. Namun terdapat beberapa kekurangan/hal yang kurang

saja. Salah satunya adalah pemasaran dengan menggunakan media elektronik. Untuk langkah awal sudah tepat bagi BPD DIY Syariah KCP UII memiliki akun instagram atas nama perusahaan. Hanya saja praktik pemasaran perlu semakin aktif. Bila dicontohkan pada banyak instansi keuangan juga memiliki media sosial terutama instagram. Perusahaan-perusahaan tersebut menggunakan media sosial bukan hanya memasarkan produk melainkan memberikan edukasi mengenai fenomena-fenomena yang masih berkaitan dengan bidang keuangan. Upaya ini akan lebih baik digunakan guna membuat *traffic* yang ramai, menarik followers (*audiences*) semakin banyak, sekaligus memperoleh perspektif baru dari para pengguna sosial media. Dengan aktifnya sosial media disertakan dengan ajakan terhadap para audiences akan menarik pula target pasar di tingkat usia menengah (anak muda). Selain itu penyesuaian terhadap zaman mengingat semakin maraknya penggunaan *smartphone* untuk kegiatan transaksi juga kerap dijadikan perhatian. Akhir-akhir ini tepatnya selaras dengan peristiwa pandemi virus *Covid-19*, banyak usaha baik menjual produk bentuk barang maupun jasa telah menggunakan *barcode* untuk kegiatan transaksinya. Waktu demi waktu berlalu keadaan ini bahkan sudah menjamur ke beberapa pelaku usaha kecil menggunakan *barcode* sebagai langkah perhatiannya terhadap kondisi saat ini. Di sisi lain bukan hanya bank, bahkan sejumlah industri e-commerce pun menyediakan layanan transaksi dengan menggunakan *barcode*. Belum lagi persusahaan-perusahaan e-commerce ini berani menggunakan konsep

diskon terhadap setiap barang atau jasa yang dibeli pengguna melalui aplikasinya. Inovasi disruptif ini merupakan tindakan yang merusak pasar serta kebiasaan masyarakat sekitar. Oleh sebab itu, BPD DIY Syariah perlu concern terhadap dunia digital lebih cepat agar tidak tertinggal jauh dengan industri jasa keuangan lainnya. Akan lebih baik inovasi disruptif ini dapat dibawa oleh BPD DIY Syariah dibanding tertinggal lainnya. Semakin maksimal upaya pemasaran yang dilakukan, saya yakin akan memberikan kontribusi besar terhadap eksistensi BPD DIY Syariah.



DAFTAR PUSTAKA

- Inovasi Disruptif*. (2020, 10 28). Dipetik 07 14, 2021, dari <https://id.wikipedia.org>: https://id.wikipedia.org/wiki/Inovasi_disruptif
- Kasmir. (2014). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Laporan Tahunan*. (t.thn.). Dipetik 07 14, 2021, dari <https://www.bpddiy.co.id>: <https://www.bpddiy.co.id/index.php?page=bisnis&sub=laptahunan>
- Machmud, A., & Rukmana. (2010). *Bank Syariah: Teori, Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Muhamad. (2018). *Ekonomi Moneter Islam*. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta.
- Nur Rianto Al Arif, M. (2010). *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Sejarah Singkat Bank BPD DIY*. (t.thn.). Dipetik 07 14, 2021, dari <https://www.bpddiy.co.id/>: <https://www.bpddiy.co.id/index.php?page=profile&sub=sejarah>