

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN *EASY WADIAH*

DI BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR KAS

YOGYAKARTA FTS UII

Laporan Magang



Disusun Oleh :

Ficky Anwar

19213029

Program Studi Perbankan dan Keuangan

Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

2022

HALAMAN JUDUL
STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN *EASY WADIAH*
DI BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR KAS
YOGYAKARTA FTS UII

Laporan Magang

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

Universitas Islam Indonesia

Disusun Oleh :

Ficky Anwar

19213029

Program Studi Perbankan dan Keuangan

Program Diploma III Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Indonesia

2022

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN MAGANG

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN *EASY WADIAH* DI
BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR KAS YOGYAKARTA FTS UII**



Disusun Oleh :

Nama : Ficky Anwar

No.Mahasiswa : 19213029

Dosen Pembimbing

Dosen Penguji

Dra. Diana Wijayanti, M.Si.

Annisa Rahima, M.Ec. Dev.

Yogyakarta, 16 Agustus 2022

Universitas Islam Indonesia

Kepala Program Studi



Dra. Diana Wijayanti, M.Si.

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

“Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa laporan magang ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan plagiasi karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku”.

Purworejo, 25 Juli 2022



Ficky Anwar

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul “ Strategi Pemasaran Tabungan *Easy Wadiah* Di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Yogyakarta FTS UII dengan baik. Laporan ini disusun untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang pendidikan Diploma III pada Program Studi Diploma III Perbankan dan Keuangan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

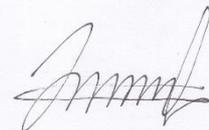
Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya bagi seluruh pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun material sehingga dapat terselesaikannya laporan magang ini karena terselesaikan laporan magang ini tentu tidak lepas dari bantuan banyak pihak. Terutama kepada:

1. Allah SWT. Yang telah memberikan rahmat dan karunianya.
2. Kepada orang tua dan saudara yang telah memberikan banyak dukungan dan semangat.
3. Ibu Dra. Diana Wijayanti, M.Si selaku Ketua Prodi Perbankan dan Keuangan Program Diploma 3 Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia dan juga selaku Dosen Pembimbing Laporan Tugas Akhir yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun laporan Tugas Akhir ini.

4. Ibu Nur Ellyanawati Esty Rahayu S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan arahan dan bimbingan selama perkuliahan.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
6. Ibu Retno Wulandari selaku Kepala Cabang Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Yogyakarta FTS UII yang telah memberikan kesempatan dan tempat magang.
7. Semua staf dan karyawan Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Yogyakarta FTS UII yang telah membantu selama kegiatan magang.
8. Teman-teman Perbankan dan Keuangan Kelas A dan B yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya atas kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Untuk itu penulis mengharapkan kritik serta saran yang membangun dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Namun demikian, karya sederhana ini diharapkan dapat bermanfaat bagi seluruh pihak-pihak yang membutuhkan.

Penulis



Ficky Anwar

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Dasar Pemikiran Magang	1
1.2 Tujuan dan Manfaat.....	5
1.2.1 Tujuan	5
1.2.2 Manfaat	5
1.3 Target Magang	6
1.4 Objek Magang	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Perbankan	7
2.1.1 Pengertian Bank	7
2.1.2 Pengertian Bank Syariah.....	7
2.1.3 Prinsip Operasional Bank Syariah	8
2.1.4 Produk Pendanaan Pada Bank Syariah	8
2.2 Strategi Pemasaran	11
2.2.1 Pengertian Strategi	11
2.2.2 Pengertian Pemasaran	11
2.2.3 Pengertian Strategi Pemasaran.....	12
2.2.4 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	13
2.3 Tabungan <i>Wadiah</i>	19
2.3.1 Pengertian Tabungan.....	19
2.3.2 Pengertian <i>Wadiah</i>	21

2.3.3	Tabungan <i>Wadiah</i>	22
2.3.4	Landasan Syariah	23
2.3.5	Jenis-Jenis <i>Wadiah</i>	24
BAB III ANALISIS DESKRIPTIF		27
3.1	Data Umum	27
3.1.1	Sejarah Bank Syariah Indonesia	27
3.1.2	Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia	28
3.1.3	Struktur Organisasi	29
3.1.4	Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia	31
3.2	Data Khusus	36
3.2.1	Produk dan Persyaratan Pembukaan Rekening BSI Tabungan <i>Easy Wadiah</i> pada Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Yogyakarta FTS UII.....	36
3.2.2	Strategi Pemasaran Produk Tabungan <i>Easy Wadiah</i> di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Yogyakarta FTS UII	38
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN		46
4.1	Kesimpulan.....	46
4.2	Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA		48
LAMPIRAN.....		49

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Rincian Biaya Rekening BSI Tabungan Easy Wadiah 37



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Skema Wadiah Yad Amanah	25
Gambar 2. 2 Skema Wadiah Yad Dhamanah.....	26
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Bank BSI KK Yogyakarta FTS UII.....	29



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Magang	49
Lampiran 2 Brousur Pembukaan Rekening Secara Online.....	50



ABSTRAK

Tingginya tingkat persaingan antara lembaga perbankan memaksa untuk setiap bank yang ada untuk berlomba-lomba dalam menciptakan produk-produk perbankan dan juga banyak melakukan pemasaran. Terutama pada Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Yogyakarta FTS UII yang sangat memperhatikan strategi untuk memasarkan Tabungan *Easy Wadiah* mengingat banyak persaingan, hal tersebut dilakukan agar meningkatkan jumlah nasabah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui produk-produk yang terdapat pada Bank Syariah Indonesia KK Yogyakarta FTS UII dan mengetahui strategi pemasaran produk Tabungan *Easy Wadiah* di Bank Syariah Indonesia KK Yogyakarta FTS UII.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KK Yogyakarta FTS UII menggunakan bauran pemasaran atau *marketing mix* dengan sebutan 7P, *marketing mix* merupakan sekumpulan strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk mengejar target pemasaran. Yaitu terdiri dari *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, *Marketing Mix*, Tabungan *Easy Wadiah*.

ABSTRACT

The high level of competition between banking institutions forces every existing bank to compete in creating banking products and also doing a lot of marketing. Especially at Bank Syariah Indonesia Yogyakarta Cash Outlet FTS UII which is very concerned about the strategy to market Easy Wadiah Saving considering there is a lot of competition, this is done in order to increase the number of customers.

The purpose of this study was to determine the products contained in the Bank Syariah Indonesia KK Yogyakarta FTS UII and to know the marketing strategy of the Easy Wadiah Saving product at Bank Bank Syariah Indonesia KK Yogyakarta FTS UII.

This study concludes that the marketing strategy implemented by Bank Syariah Indonesia KK Yogyakarta FTS UII uses a marketing mic called 7P, marketing mix is a set of strategies used by companies to pusue marketing targets. That consists of product, price, place, promotion, physical evidence.

Keywords: marketing Strategy, Marketing Mix, Easy Wadiah Saving.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Dasar Pemikiran Magang

Pertumbuhan ekonomi pada suatu negara membutuhkan suatu pengaturan yang terarah dalam pengelolaan sumber-sumber ekonomi yang sudah ada dan bagi masyarakat dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan. Lembaga-lembaga perekonomian saling bekerja sama dalam mengelola semua potensi ekonomi yang ada sehingga mendapatkan hasil yang optimal. Lembaga keuangan termasuk perbankan memegang peranan penting dalam menggerakkan roda perekonomian.

Di Indonesia lembaga perbankan terbagi menjadi dua yaitu bank konvensional dan juga bank syariah. Bank konvensional adalah bank yang menggunakan sistem bunga dalam kegiatan operasionalnya sedangkan bank syariah adalah bank yang tidak menggunakan sistem bunga dalam kegiatan operasionalnya dan juga produk yang terdapat di dalamnya berlandaskan Al-Quran dan juga Hadits. Dengan kata lain, bank syariah merupakan lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalulintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariah islam.

Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi di dunia perbankan juga ikut berkembang. Perkembangan teknologi tersebut dapat digunakan oleh masyarakat sesuai dengan kebutuhan yang mempunyai tujuan agar dapat mempermudah dalam menggunakan jasa bank seperti menyimpan uang, mengirim uang,

membayar tagihan, dan lain-lain. Dengan perkembangan zaman yang sangat pesat ini, masyarakat mempunyai banyak pilihan dan jenis bank, mulai dari bank konvensional maupun bank syariah yang saat ini berdiri dan memberikan pelayanan kepada masyarakat.

Bank merupakan lembaga yang mempunyai izin dalam mengarahkan dana dari masyarakat yang berupa pinjaman dan berfungsi sebagai perantara antara nasabah penyimpan dana dan pemakai akhir. Menurut Darwin (2011) bank adalah bagian usaha keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit ataupun bentuk yang lain yang dapat meningkatkan taraf hidup banyak orang. Dengan perkembangan industri perbankan, termasuk bank syariah akan berlomba-lomba dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan pemanfaatan teknologi. Persaingan yang ketat dan juga munculnya lembaga keuangan baru yang sejenis memaksa perusahaan untuk dapat berusaha dalam menjaga kualitas dari segi layanan, kemudahan bagi nasabah, dan hadiah yang ditawarkan. Oleh sebab itu strategi pemasaran menjadi hal yang penting bagi perbankan untuk bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.

Perbankan syariah menawarkan berbagai macam produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Bank syariah memerlukan strategi pemasaran untuk memasarkan agar dapat bersaing dengan lembaga keuangan baik itu konvensional atau syariah yang lainnya. Bank syariah harus memiliki strategi pemasaran yang efektif untuk memasuki pasar atau era tersebut. Dari berbagai jenis strategi, strategi pemasaran merupakan strategi yang paling banyak digunakan. Strategi

pemasaran mempunyai peran penting untuk mencapai keberhasilan. Strategi pemasaran ini digunakan perbankan agar masyarakat mengetahui tentang produk-produk yang ada di bank tersebut sehingga mendapatkan nasabah dan agar bisa bersaing dengan perbankan yang lainnya termasuk juga dapat bersaing dengan bank konvensional. Sehingga perusahaan tidak akan tertinggal dengan perusahaan lainnya.

Dari banyaknya bank syariah yang saat ini berkembang, Bank Syariah Indonesia adalah lembaga keuangan yang mempunyai kegiatan utamanya menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat. Salah satunya Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Yogyakarta FTS UII yang memiliki strategi-strategi dalam memasarkan setiap produk-produknya. Tujuannya adalah agar masyarakat dapat mengetahui dan mempunyai keinginan untuk mengambil manfaat dari produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Di Bank Syariah Indonesia KK Yogyakarta FTS UII terdapat berbagai macam jenis tabungan. Salah satunya adalah adanya tabungan *easy*. Tabungan *easy* sendiri terdapat dua yaitu Tabungan *Easy Mudharabah* dan Tabungan *Easy Wadiah*.

Tabungan *Easy Mudharabah* merupakan tabungan yang menggunakan akad *mudharabah* dan terdapat biaya administrasi perbulannya, sedangkan Tabungan *Easy Wadiah* merupakan tabungan atau simpanan yang dijalankan berdasarkan akad *wadiah*, yaitu titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan kapanpun sesuai dengan kehendak pemiliknya. Yang dimana Tabungan *Easy Wadiah* adalah tabungan yang menggunakan akad *wadiah yad-dhamanah*. *Wadiah yad-*

dhamanah merupakan titipan terhadap barang yang dapat dipergunakan atau dimanfaatkan oleh penerima titipan.

Tabungan *Easy Wadiah* sendiri menarik untuk digunakan oleh berbagai lapisan masyarakat karena Tabungan *Easy Wadiah* tidak ada biaya administrasi perbulannya, jadi nasabah dapat menggunakan Tabungan *Easy Wadiah* untuk keperluan menyimpan dananya tanpa rasa takut karena adanya potongan setiap perbulannya seperti jenis tabungan yang lainnya. Seperti yang kita tahu ketika kita menabung di bank baik itu bank konvensional atau bank syariah yang tidak menggunakan akad *wadiah* maka saldo rekening nasabah tersebut terpotong setiap bulannya untuk membayar biaya administrasi pada bank tersebut. Besarnya biaya administrasi pada setiap bank berbeda tergantung dari jenis kartu atm yang dipilih dan juga kebijakan bank tersebut. Dengan adanya Tabungan *Easy Wadiah* di Bank Syariah Indonesia KK Yogyakarta FTS UII, nasabah bisa lebih tenang dalam menyimpan dana karena terdapat banyak manfaat yang ada di Tabungan *Easy Wadiah* pada Bank Syariah Indonesia KK Yogyakarta FTS UII.

Bank Syariah Indonesia KK Yogyakarta FTS UII dalam menjaring nasabah agar tertarik untuk menggunakan Tabungan *Easy Wadiah* diperlukan strategi pemasaran agar calon nasabah dapat mengetahui tentang manfaat yang dapat diperoleh dari Tabungan *Easy Wadiah*. Berdasarkan dasar pemikiran di atas. Penulis mengangkat judul “ **Strategi Pemasaran Tabungan *Easy Wadiah* Di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Yogyakarta FTS UII**”.

1.2 Tujuan dan Manfaat

1.2.1 Tujuan

Tujuan dari pelaksanaan magang di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Yogyakarta FTS UII adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui produk dan persyaratan pembukaan rekening Tabungan *Easy Wadiah* di Bank Syariah Indonesia KK Yogyakarta FTS UII.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran Tabungan *Easy Wadiah* di Bank Syariah Indonesia KK Yogyakarta FTS UII.

1.2.2 Manfaat

Manfaat dari penyusunan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh selama menempuh studi, khususnya di dalam pemasaran produk tabungan.

2. Bagi Akademik

Laporan Tugas Akhir ini dapat dijadikan sebagai sarana tambahan referensi di perpustakaan Universitas Islam Indonesia mengenai permasalahan yang terkait dengan penulisan Tugas Akhir ini.

3. Bagi Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Yogyakarta FTS UII

Hasil Penulisan Laporan Tugas Akhir ini diharapkan dapat memberikan contoh penerapan strategi-strategi yang dapat dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Yogyakarta FTS UII dalam mempromosikan dan memasarkan produk-produk yang terdapat di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Yogyakarta FTS UII terutama Tabungan *Easy Wadiah* terutama dalam

penggunaan media sosial, sehingga pemasaran menjadi lebih cepat dan efisien dengan cakupan area yang lebih luas.

4. Bagi Pembaca

Laporan Tugas Akhir ini dapat dijadikan sebagai tambahan pengetahuan dalam strategi pemasaran yang dapat dilakukan untuk memasarkan suatu produk.

1.3 Target Magang

Adapun target dalam pelaksanaan magang di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Yogyakarta FTS UII yang ingin dicapai antara lain:

- 1 Dapat menjelaskan produk dan persyaratan pembukaan rekening Tabungan *Easy Wadiah* di Bank Syariah Indonesia KK Yogyakarta FTS UII.
- 2 Dapat menjelaskan strategi pemasaran Tabungan *Easy Wadiah* di Bank Syariah Indonesia KK Yogyakarta FTS UII.

1.4 Objek Magang

Selama kegiatan magang di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Yogyakarta FTS UII, bidang magang yang dilakukan adalah bagian *marketing funding* yang mempunyai tugas untuk memperkenalkan serta mempromosikan produk-produk yang terdapat di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Yogyakarta FTS UII kepada masyarakat sehingga masyarakat tertarik untuk menempatkan sebagian dananya di bank tersebut.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Perbankan

2.1.1 Pengertian Bank

Bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatannya adalah menerima simpanan giro, tabungan, dan deposito. Kemudian bank juga melakukan kegiatan lainnya seperti meminjamkan uang, sebagai tempat penukaran uang, memindahkan uang, dan juga menerima segala macam pembayaran seperti listrik, telepon, air, dan pembayaran lainnya. Sedangkan menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998, bank adalah suatu badan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk kredit dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

2.1.2 Pengertian Bank Syariah

Bank syariah memiliki peran yang sama dengan bank konvensional dengan kata lain sebagai perantara (*intermediary*) antara pihak yang mengalami kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana. Bank syariah tidak mengenal bunga dalam melakukan kegiatan-kegiatannya. Dalam melakukan kegiatannya bank syariah menggunakan prinsip syariah sesuai dengan hukum Islam atau dapat juga dapat diartikan juga sebagai lembaga keuangan yang kegiatannya berlandaskan Al-Quran dan juga Hadits Nabi Muhammad SAW.

Usaha dari pembentukan sistem yang berlandaskan syariah ini didasari oleh penggunaan sistem riba pada setiap transaksinya serta larangan untuk usaha-usaha yang dalam melakukan kegiatannya dapat dikategorikan haram seperti usaha-

usaha yang berkaitan dengan makanan atau minuman yang haram, tempat-tempat hiburan yang terdapat unsur-unsur menyimpang dari agama islam, dan lain-lain. Yang dimana hal tersebut tidak diperhatikan oleh bank konvensional.

2.1.3 Prinsip Operasional Bank Syariah

Dalam melakukan kegiatannya bank syariah harus menggunakan prinsip yang berlandaskan Al-Quran dan Hadist.

1 Prinsip keadilan

Prinsip keadilan merupakan salah satu cerminan dari penerapan pemberian imbalan atas dasar bagi hasil dan juga pengembalian keuntungan yang telah disepakati bersama antara bank dengan nasabah.

2 Prinsip Kesederajatan

Bank syariah menempatkan nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana maupun bank pada kedudukan yang sederajat atau dapat dikatakan sama. Hal tersebut dapat terlihat dalam hak, kewajiban, resiko, dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna, maupun bank.

3 Prinsip Ketentraman

Produk dari bank syariah sudah sesuai dengan prinsip dan juga kaidah *muamalah* islam, hal tersebut termasuk tidak adanya unsur riba serta penerapan zakat.

2.1.4 Produk Pendanaan Pada Bank Syariah

Setiap bank pada umumnya memiliki produk pendanaan yang sama, baik itu bank konvensional maupun bank syariah. Yang membedakan dari produk bank

antara kedua bank tersebut adalah sistem bunga yang ada pada bank konvensional dan juga sistem bagi hasil yang terdapat pada bank syariah.

1 Tabungan

Tabungan merupakan simpanan dari pihak ketiga yang bersifat memberikan keleluasaan bagi nasabah seperti penarikannya yang dapat dilakukan setiap waktu tanpa terikat jangka waktu tertentu. Tabungan dapat didefinisikan sebagai tempat simpanan dalam bentuk tabungan (*saving account*) dari nasabah. Tabungan yang dimiliki oleh bank syariah mempunyai dua akad yaitu tabungan dengan akad *wadiah* dan tabungan dengan akad *mudharabah*. Tabungan dengan menggunakan akad *wadiah* merupakan tabungan yang nasabah hanya menitipkan dananya kepada bank dan tidak ada bagi hasil. Sedangkan tabungan yang menggunakan akad *mudharabah* adalah tabungan yang akadnya merupakan akad kerja sama antara dua pihak, dimana pihak pertama menyediakan seluruh modal dan pihak lain jadi pengelola. Keuntungan dari produk tabungan yang berakad *mudharabah* ini dibagi berdasarkan kesepakatan di awal yang terdapat dalam kontrak. Kerugian akan ditanggung oleh nasabah jika kerugian tidak disebabkan karena adanya kelalaian dari pihak bank, namun bank akan bertanggung jawab sepenuhnya apabila terdapat kerugian yang disebabkan oleh adanya kelalaian dari pihak bank. Bank syariah akan memberikan bonus sewaktu-waktu kepada nasabah yang menggunakan tabungan *wadiah* namun bonus yang diberikan tidak diperjanjikan diawal dan bank syariah akan memberikan bonus kepada

nasabah yang menggunakan tabungan *mudharabah* sesuai kesepakatan di awal.

2 Giro

Giro merupakan simpanan pihak ketiga kepada bank dengan mata uang Rupiah atau valuta asing yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek/bilyet giro. Bank syariah juga memiliki produk berupa giro yang menggunakan akad *wadiah*.

Di dalam produk giro yang dimiliki bank syariah, bank dapat memberikan bonus ataupun tidak kepada nasabah. Bank akan memberikan bonus kepada nasabah ketika dana tersebut digunakan oleh bank untuk kegiatan produktif yang bertujuan untuk menghasilkan keuntungan bagi bank, dan bank tidak akan memberikan bonus ketika bank tidak menggunakan dana nasabah dan dana nasabah dianggap sebagai sebuah titipan.

3 Deposito

Deposito merupakan simpanan pihak ketiga dalam mata uang Rupiah atau valuta asing yang penarikannya dilakukan dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan perjanjian dan tidak dapat diperjual belikan. Bank syariah menerima simpanan dalam bentuk deposito berjangka ke dalam rekening yang sering disebut dengan investasi tidak terikat dengan prinsip *mudharabah al muthlaqah*. Di dalam *mudharabah al muthlaqah* bank mempunyai kebebasan dalam pengelolaan investasinya. Jangka waktu investasi disepakati di awal perjanjian. Jika bank mendapatkan keuntungan maka akan dibagi sesuai kesepakatan di awal perjanjian tetapi jika bank mengalami kerugian yang

disebabkan bukan karena kelalaian bank, maka kerugian tersebut ditanggung oleh nasabah, nasabah bisa melakukan penarikan dananya setelah melakukan pemberitahuan terlebih dahulu kepada pihak bank.

2.2 Strategi Pemasaran

2.2.1 Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu “*stratego*” yang merupakan gabungan dari kata “*statos*” yang berarti tentara, dan “*og*” yang berarti pemimpin. Strategi merupakan suatu rencana dalam jangka panjang yang ditujukan untuk mencapai tujuan dengan diikuti tindakan-tindakan.

Menurut Rangkuti (2013) strategi merupakan perencanaan yang menyeluruh yang dilakukan dengan komprehensif, yang menjelaskan bagaimana perusahaan dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan visi dan misi yang telah ditetapkan sebelumnya. Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu langkah yang diambil untuk mencapai sesuatu tujuan tertentu di masa yang akan datang.

2.2.2 Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan proses dan *manajerial* yang dilakukan oleh individu dan kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui interaksi dengan orang lain dan penciptaan serta pertukaran nilai. Menurut Fandy Tjiptono, pemasaran merupakan suatu fungsi yang mempunyai kontak yang paling besar dengan dunia luar (lingkungan eksternal), tetapi mempunyai keterbatasan dalam mengendalikan lingkungan eksternal. Pemasaran mempunyai

tujuan untuk menarik perhatian dari pembeli dalam mengkonsumsi atau menggunakan produk yang ditawarkan.

Dari definisi yang disampaikan oleh beberapa ahli di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan usaha dalam memperkenalkan suatu produk kepada konsumen yang mempunyai tujuan untuk menarik perhatian sehingga mengkonsumsi atau menggunakan produk yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan memperoleh keuntungan bagi perusahaan.

2.2.3 Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah upaya untuk menjual suatu produk baik itu barang ataupun jasa, dengan meningkatkan jumlah penjual menggunakan pola dan teknik tertentu yang telah direncanakan sebelumnya. Pengertian strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai usaha-usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu. Hal ini dikarenakan kemampuan menjual suatu produk terbatas pada jumlah orang yang mempengaruhinya.

Menurut Philip Kotler (2012), strategi pemasaran adalah suatu bentuk pemikiran pemasaran yang akan digunakan dalam mencapai tujuan pemasaran, dengan strategi yang terperinci dari target pasar, *positioning*, bauran pemasaran serta anggaran pemasaran. Sedangkan menurut Tjiptono, pengertian dari strategi pemasaran adalah tujuan dari perusahaan yang dilakukan dengan mengembangkan daya saing yang berkelanjutan dengan memasuki pasar dan melewati pasar sasaran dengan menggunakan program-program pemasaran.

2.2.4 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan gabungan dari beberapa strategi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam bidang pemasaran. Hampir seluruh perusahaan yang bertujuan untuk mencapai tujuan dari pemasarannya melakukan strategi *marketing mix* ini, apalagi dalam kondisi seperti saat ini dimana persaingan sangat begitu ketat. Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan suatu strategi yang menggabungkan kegiatan-kegiatan pemasaran, yang bertujuan untuk mendapatkan hasil yang maksimal dengan mencari sebuah kombinasi yang maksimal juga (Buchari Alma, 2007:130).

Sedangkan menurut Zeithaml dan Bitner (2008:48) bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan bagian-bagian dari sebuah organisasi perusahaan yang dapat diatur oleh perusahaan dalam melakukan komunikasi dengan tamu dan untuk memuaskan tamu. Bauran pemasaran merupakan alat yang baik yang mencakup produk, penetapan harga, promosi, dan distribusi yang digabungkan untuk mendapatkan reaksi yang diinginkan pasar sasaran (Kotler dan Armstrong, 2013:92).

Dari beberapa pengertian bauran pemasaran (*marketing mix*) diatas dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan suatu alat yang digunakan dalam kegiatan pemasaran yang baik yang berada dalam suatu perusahaan, dimana perusahaan dapat mengendalikan agar dapat mempengaruhi respon sasaran dan juga merupakan gabungan dari beberapa strategi yang digunakan oleh perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan yang lainnya.

Di dalam dunia perbankan penggunaan bauran pemasaran menggunakan konsep yang sesuai dengan kebutuhan bank. Di dalam perbankan konsep-konsep bauran pemasaran terdiri dari bauran pemasaran untuk produk yang berupa barang maupun jasa. Di dalam bauran pemasaran untuk produk yang berbentuk jasa diperlukan konsep khusus yang sedikit berbeda dengan produk yang berbentuk barang. Di dalam bauran pemasaran yang berbentuk barang terdiri dari empat elemen yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat/lokasi), dan *promotion* (promosi). Keempat elemen tersebut digunakan oleh perbankan untuk meningkatkan dan mengembangkan perbankan tersebut.

Di dalam bauran pemasaran di produk yang berupa jasa terdapat tiga elemen tambahan yaitu *people* (orang), *process* (proses), dan *physical evidence* (bukti fisik). Ketiga unsur tersebut berkaitan dengan sifat penyedia jasa dan merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan karena adanya ketelibatan langsung antara konsumen dan penyedia jasa. Artinya ada interaksi langsung antara keduanya. Dengan kata lain tujuan dari penentuan bauran pemasaran adalah agar setiap kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perbankan dapat berlangsung dengan lancar dan mencapai kesuksesannya. Produk dapat dikembangkan sesuai dengan kebutuhan dan keperluan nasabah, harga yang sesuai dengan keinginan konsumen dan didistribusikan kepada konsumen.

Kemudian akan dijelaskan tentang empat elemen pokok yang terdapat dalam bauran pemasaran ditambah dengan tiga elemen yang digunakan di dalam bauran pemasaran produk yang berupa jasa.

1. *Product* (Produk)

Produk merupakan suatu barang atau jasa yang dibuat atau diproduksi untuk memenuhi kebutuhan dari sekelompok orang tertentu. Produk juga dapat dikatakan sebagai barang atau jasa yang bisa ditawarkan untuk mendapatkan perhatian dan permintaan yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan. Menurut Stanton (2012) produk merupakan kumpulan dari perlengkapan yang di dalamnya sudah meliputi warna, harga, kemasan, *prestise* pabrik, *prestise* pengecer dan layanan yang diberikan oleh produsen dan pengecer yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai sesuatu yang mungkin bisa memuaskan keinginannya.

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan, diminta, digunakan atau dikonsumsi sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Secara konseptual produk adalah sesuatu yang bisa ditawarkan untuk mencapai tujuan organisasi dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kemampuan dan kapasitas organisasi dan juga daya beli pasar (Tjiptono,2014) sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2016) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Berdasarkan definisi mengenai produk diatas dapat disimpulkan bahwa produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan mampu memberikan kepuasan bagi penggunanya.

2. *Price* (Harga)

Penentuan harga merupakan hal yang penting. Perbankan akan melakukan pertimbangan dalam menetapkan suatu harga karena penetapan harga dapat mempengaruhi pendapatan total dan biaya. Harga merupakan faktor utama dalam menentukan *positioning* produk dan harus ditentukan sesuai dengan target pasar, bauran ragam produk, dan pelayanan, dan persaingan. Harga produk pada dasarnya merupakan jumlah yang dibayar pelanggan untuk menikmatinya. Harga merupakan salah satu aspek yang penting dalam bauran pemasaran karena harga sangat penting dalam menentukan laku atau tidaknya produk dan jasa perbankan. Dalam konteks harga adalah harga produk itu sendiri termasuk diskon khusus, atau sistem pembayaran lain yang telah diatur secara teratur atau membayar dengan mencicil merupakan bagian dari unsur harga yang tak kalah penting untuk mendukung proses pemasaran produk. Menurut Kotler dalam Ancellawati (2000) mengatakan bahwa harga merupakan jumlah yang harus dibayar pelanggan untuk produk tersebut. Sedangkan menurut Alma (2000) harga merupakan nilai dari suatu jasa yang dinyatakan dengan uang.

Berdasarkan definisi mengenai harga diatas maka dapat disimpulkan bahwa harga merupakan alat tukar untuk mengukur nilai uang yang terkandung dalam suatu barang atau jasa, sedangkan yang dipakai sebagai alat pengukur adalah uang.

3. *Place* (Tempat)

Tempat merupakan tempat dimana diperjual belikannya produk, cabang bank, dan pusat pengendalian perbankan. Tempat juga dapat diartikan sebagai saluran pemasaran, cakupan pasar, pengelompokan, lokasi, persediaan, dan transportasi, dimana dengan lokasi yang strategis dan tempat yang mendukung akan banyak menunjang keberhasilan dalam memasarkan produk.

Penentuan lokasi suatu cabang bank menjadi suatu yang harus dipertimbangkan secara matang. Dalam menentukan lokasi suatu cabang bank, hal tersebut merupakan suatu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berhubungan dengan bank.

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan prinsip dari *marketing* dasar yang dimana perusahaan dituntut untuk dapat memberikan *insentif* bagi calon pembeli produk atau jasa yang ditawarkan. Promosi juga dapat diartikan sebagai proses untuk memperkenalkan produk dengan menggunakan cara-cara tertentu, seperti promosi penjualan khusus, periklanan, tenaga penjualan, kehumasan (*public relation*) dan pemasaran langsung agar produk yang dipasarkan dikenal banyak oleh calon nasabah. Proses promosi ini sangat penting dalam membangun *image* produk yang mempunyai daya jual tinggi.

Kegiatan promosi merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan di atas, baik produk, harga, dan lokasi. Dalam melakukan kegiatan

promosi bank akan berusaha untuk mempromosikan produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung atau tidak langsung. Jika kegiatan promosi ini tidak dilakukan, maka nasabah akan merasa kesulitan untuk mengenal produk-produk yang ditawarkan oleh bank. Oleh karena itu kegiatan promosi merupakan cara yang tepat untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan dari promosi adalah untuk menginformasikan jenis produk yang tersedia dan mencoba untuk menarik calon nasabah baru.

5. *People* (Orang)

People merupakan penggabungan target pasar dan orang-orang yang terkait langsung dengan bisnis. Pegawai bank merupakan aspek penting dalam pemasaran karena merekalah yang memberikan layanan tersebut. Penting untuk memilih dan melatih orang yang tepat untuk memberikan layanan kepada nasabah. Ketika perbankan menemukan orang-orang yang benar-benar percaya pada produk dan layanan yang diberikan, sangat mungkin bahwa pegawai bank akan melakukan yang terbaik semampu mereka. Selain itu, mereka akan lebih terbuka untuk memberikan tanggapan yang jujur tentang layanan dan masukan mereka yang dapat meningkatkan skala dan mengembangkan bisnis perbankan.

6. *Process* (Proses)

Proses merupakan seluruh kegiatan yang melibatkan tindakan dalam bekerja, jadwal, tugas, mekanisme aktivitas dan rutinitas dengan produk jasa yang disalurkan ke pelanggan. Sistem dan proses dari organisasi mempengaruhi pelaksanaan layanan. Jadi perbankan harus memastikan bahwa perbankan

memiliki proses yang disesuaikan dengan baik untuk meminimalkan biaya. Bisa jadi keseluruhan sistem penjualan, sistem pembayaran, sistem distribusi dan prosedur dan langkah sistematis lainnya untuk memastikan bisnis kerja berjalan dengan efektif. Dengan proses yang baik maka perbankan akan mendapatkan hasil yang baik seperti meminimalkan pengeluaran dan memaksimalkan keuntungan.

7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Bukti fisik merupakan bentuk lingkungan suatu tempat kerja dimana jasa diciptakan dan terdapat interaksi secara langsung dengan konsumen yang bersangkutan. Menurut Zeithaml dan Bitner (2003:282) dikutip dalam Supriyanto dan Taali (2018) lingkungan fisik merupakan jasa yang dimana disalurkan secara langsung melalui interaksi dengan pelanggan dan dimana setiap komoditas yang memfasilitasi lingkungan performa dan komunikasi jasa itu sendiri.

Dalam industri jasa, harus ada pembuktian bahwa pelayanan itu sudah banyak dipakai yang disebut sebagai *testimoni* dari konsumen yang sudah pernah memakai jasa tersebut.

2.3 **Tabungan Wadiah**

2.3.1 Pengertian Tabungan

Tabungan merupakan simpanan yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang telah disepakati tetapi tidak dapat ditarik dengan *cek/bilyet giro* dan alat pembayaran lainnya yang dipersamakan dengan itu. (UU RI No. 10 tahun 1998 tentang perbankan). Dimana yang dimaksud dengan syarat penarikan

tertentu adalah sesuai dengan kesepakatan yang telah dilakukan diawal antara bank dengan nasabah. Selain itu dalam hal sarana penarikan juga tergantung dengan kesepakatan antara keduanya yaitu bank dan penabung. Alat penarikan yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Buku Tabungan

Buku tabungan merupakan salah satu bukti bahwa nasabah tersebut adalah nasabah penabung di bank, setiap nasabah tabungan akan diberikan buku tabungan yaitu merupakan buku yang menggambarkan mutasi setoran penarikan dan saldo atas transaksi yang terjadi.

2. Slip Penarikan

Slip penarikan adalah formulir yang telah disediakan oleh pihak bank untuk nasabah yang mempunyai kepentingan untuk melakukan penarikan tabungannya melalui kantor bank yang menerbitkan tabungan. Slip penarikan harus ditandatangani dengan memasukan nama pemilik rekening, nomor rekening, dan jumlah uang yang akan ditarik baik angka maupun huruf. Setelah menyerahkan slip penarikan dan menyerahkan buku tabungan, bank akan membayar sejumlah uang yang tertera pada slip penarikan yang ditandatangani nasabah dan diserahkan kepada *teller*.

3. ATM

Sarana lain yang dapat digunakan untuk melakukan penarikan rekening tabungan adalah ATM. ATM dalam perkembangan dunia modern merupakan sarana yang harus disediakan bank untuk bersaing dalam menawarkan produk

tabungan. Hampir semua bank umumnya menawarkan fasilitas ATM dalam menawarkan produk tabungan kepada masyarakat.

4. Sarana Lainnya

Sarana penarikan lainnya yang ditawarkan oleh bank adalah formulir transfer. Formulir transfer merupakan sarana yang ditawarkan oleh bank untuk nasabah yang akan melakukan pemindahbukuan baik antar bank ataupun ke bank lainnya. Beberapa bank dapat memberikan layanan kepada nasabah yang akan melakukan penarikan atau memindahkan dananya dari rekening tabungan tanpa harus membawa buku tabungan. Fasilitas ini diberikan oleh bank kepada nasabah yang dikenal memiliki loyalitas yang tinggi kepada bank syariah.

Sarana penarikan lainnya yang dapat digunakan adalah seperti bagi nasabah dengan jumlah saldo yang besar, nasabah prima, penarikan dari rekening tabungan mereka dapat diantar oleh pihak bank. Jadi dalam melakukan penarikan nasabah cukup menghubungi pihak bank tanpa harus datang ke bank dan membawa buku tabungan dan pegawai dari bank tersebut akan mengantarkan dana sesuai dengan jumlah penarikannya yang telah diisi oleh nasabah. Nasabah dapat melakukan tanda tangan pada slip penarikan di rumah ataupun di kantor. Fasilitas ini juga hanya diberikan kepada nasabah tertentu yang loyal kepada bank dan bank telah mengenal dengan baik.

2.3.2 Pengertian *Wadiah*

Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor: 7/46/PBI/2005 Tentang Akad Penghimpunan dan Penyaluran Dana Bagi Bank Yang Melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah, *wadiah* merupakan penitipan dana atau

barang dari pemilik dana atau barang kepada penyimpan dana atau barang dengan kewajiban pihak yang menerima titipan untuk mengembalikan dana atau barang titipan sewaktu-waktu. *Wadiah* juga dapat diartikan sebagai titipan dana yang diamanahkan kepada orang dan orang tersebut mempunyai kewajiban untuk mengembalikannya pada saat pemiliknya meminta kembali.

Wadiah merupakan simpanan yang berupa titipan pada bank syariah. Prinsip dari akad *wadiah* adalah titipan murni yang dilakukan oleh satu pihak ke pihak lain, baik itu dilakukan oleh perorangan maupun badan hukum yang wajib dijaga dan dikembalikan kapan saja apabila dari pihak yang melakukan penitipan menghendaki. Penerima simpanan disebut *yad al-amanah* yang mempunyai arti tangan amanah. Apabila terjadi kehilangan atau kerusakan selama hal itu bukan akibat dari kelalaian atau kecerobohan dari pihak penyimpan dana dalam memelihara barang titipan maka si penyimpan dana tidak bertanggung jawab atas kerusakan dan kehilangan tersebut. Titipan murni yang dimaksud adalah seperti uang, barang, dokumen surat berharga.

2.3.3 Tabungan *Wadiah*

Tabungan *wadiah* merupakan simpanan dengan menggunakan akad *wadiah* yang penarikannya dapat dilakukan dengan syarat tertentu yang telah disepakati sebelumnya dan dalam penarikannya tidak dapat dilakukan dengan menggunakan cek/bilyet giro atau sarana lainnya yang dipersamakan dengan itu. Menurut Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008, tabungan merupakan simpanan dengan menggunakan akad *wadiah* dan/ atau penanaman dana dengan menggunakan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak

melanggar prinsip syariah yang dalam melakukan penarikannya dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang telah disepakati di awal, tetapi tidak dapat ditarik dengan menggunakan cek, bilyet/ giro, dan alat pembayaran lainnya yang dipersamakan dengan itu. Berkaitan dengan produk tabungan bank syariah dalam tabungan *wadiah*, bank syariah biasanya menggunakan akad *wadiah yad dhamanah*, yang dimana dalam akad tersebut nasabah bertindak sebagai pemilik dana atau penitip yang memberikan hak untuk mengelola dan memanfaatkan dana atau barang yang dititipkan tersebut kepada bank syariah dan bank syariah bertindak sebagai pihak yang dititipi dana atau barang milik nasabah yang dimana bank mempunyai hak untuk memanfaatkan dana atau barang tersebut (Karim, 2001:345).

2.3.4 Landasan Syariah

1. Al-Quran

اَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا
 أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu (QS: An-Nisa ayat: 29)

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا
 يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.

2. Al-hadist

“Abu Hurairah diriwayatkan bahwa Rasulullah SAW bersabda, sampaikanlah (tunaikanlah) amanah kepada yang berhak menerimanya dan jangan membalas khianat kepada orang yang telah menghianatimu” HR Abu Dawud.

2.3.5 Jenis-Jenis *Wadiah*

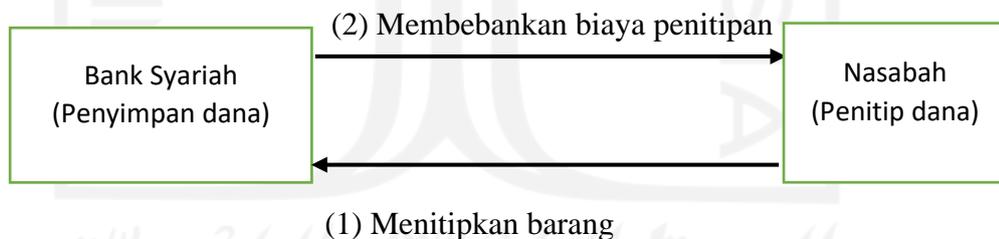
1. *Wadiah Yad Amanah*

Wadiah yad amanah merupakan titipan murni yang diberikan oleh pihak yang mempunyai dana kepada pihak penyimpan yang diberikan amanah untuk menjaga dana yang telah dititipkan dengan sebaik-baiknya dan dikembalikan apabila pemilik dana menghendakinya. Dengan akad *wadiah yad amanah* pihak penerima titipan tidak boleh menggunakan dana titipan, tetapi hanya boleh menjaganya saja, selain itu dana atau aset yang dititipkan juga tidak boleh dicampurkan dengan dana atau aset milik pihak lain.

Dalam keadaan seperti ini pihak yang dititipi tidak mempunyai kewajiban untuk menanggung kerugian apabila ada barang yang dititipkan rusak atau hilang kecuali dari pihak bank bertindak dengan sengaja atau lalai. Aplikasi dalam perbankan akad *wadiah yad amanah* ini dapat diterapkan dalam *safe deposit box* menurut fatwa DSN No. 24/DSN-MUI/III/2002 adalah

menyediakan tempat penyimpanan barang-barang berharga (sertifikat tanah, surat perjanjian, akte kelahiran, ijazah, saham, obligasi, emas, mutiara, berlian, intan, dan benda yang dianggap berharga lainnya).

Rukun *wadiah* dan syaratnya, rukun *wadiah* terdiri dari (1) pihak yang mengadakan akad (orang yang menyimpan dan penerima titipan), (2) benda yang akan diakad kan (barang/harta yang akan dititipkan di bank syariah), (3) akad (kesepakatan antara keduanya pada saat serah terima). Syarat-syarat akad *wadiah* adalah (1) syarat yang berhubungan dengan penitip dan penerima titipan harus cakap hukum. (2) kebebasan dalam melakukan transaksi. (3) akad *wadiah* tidak sah jika dilakukan oleh anak di bawah umur (anak kecil), (4) akad *wadiah* tidak sah apabila dilakukan oleh seseorang yang tidak berakal, (5) bank syariah boleh memberikan bonus (tidak diperjanjikan sebelumnya).

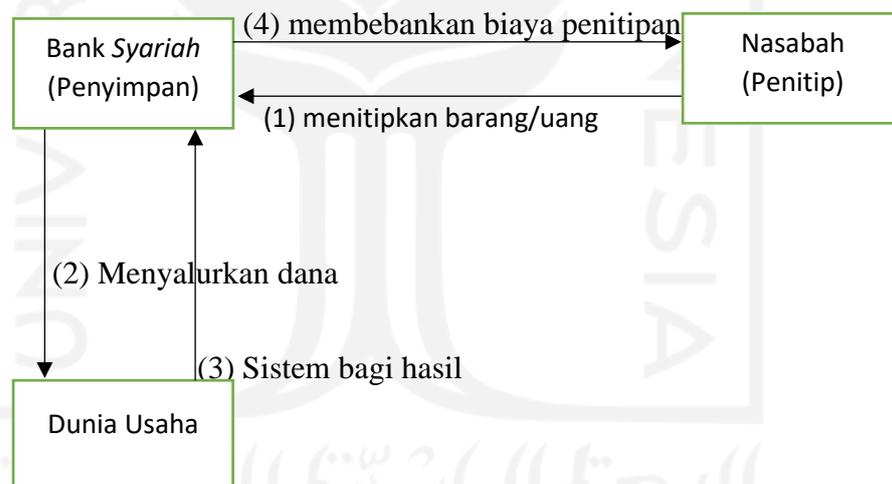


Gambar 2. 1 Skema *Wadiah Yad Al-amanah*

2. Prinsip *Wadiah Yad Dhamanah*

Wadiah yad dhamanah merupakan titipan murni yang berupa aset atau uang dari pihak penitip kepada pihak penyimpan yang diberikan amanah untuk menjaga aset atau uang dengan sebaik-baiknya dan dikembalikan kapan saja

ketika pihak penitip menghendaki. Pada prinsip *wadiah yad dhamanah* pihak perbankan dapat menggunakan manfaat dari aset atau uang yang dititipkan. Artinya pihak perbankan sudah mendapatkan izin dari pihak penitip untuk menggunakan atau memanfaatkan aset atau uang tersebut. Dengan prinsip *wadiah yad dhamanah* pihak perbankan syariah boleh mencampurkan aset atau uang milik pihak penitip dengan tujuan untuk menjalankan operasional (penghimpunan dana, penyaluran dana dan jasa) perbankan syariah. Dana yang sudah terkumpul tersebut akan digunakan untuk tujuan produktif mencari keuntungan. Pihak perbankan diperbolehkan memberikan bonus kepada penitip, dengan prinsip bonus tidak diperjanjikan di awal akad.



Gambar 2. 2 Skema *Wadiah yad dhamanah*

BAB III

ANALISIS DESKRIPTIF

3.1 Data Umum

3.1.1 Sejarah Bank Syariah Indonesia

Indonesia merupakan negara yang dikenal dengan penduduk yang mayoritasnya muslim dan terbesar di dunia, hal tersebut merupakan potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan syariah. Seiring berjalannya waktu, kesadaran terhadap *halall matter* masyarakat di Indonesia meningkat serta adanya dukungan yang kuat oleh *stakeholder* yang merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia.

Bank syariah menjadi pihak yang memberikan fasilitas di dalam aktivitas ekonomi pada industri halal. Dalam kurun waktu tiga *decade* keberadaan industri perbankan di Indonesia mengalami perkembangan dan peningkatan yang signifikan. Bank syariah menunjukkan *trend* yang positif dengan dilakukannya peningkatan dari segi layanan dan juga pengembangan jaringan. Bahkan semangat untuk melakukan percepatan tercermin dari banyaknya bank syariah yang melakukan aksi korporasi. Tak kecuali dengan bank syariah milik BUMN, yang terdiri dari Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah, BNI Syariah.

Tepatnya tanggal 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H, Bank syariah milik BUMN ini bergabung menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia, hal tersebut bertujuan untuk dapat memberikan layanan yang lebih lengkap, jangkauan yang lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan

yang lebih baik dengan cara menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah tersebut, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global dengan dukungan sinergi dari perusahaan induk serta komitmen dari pemerintah melalui Kementerian BUMN.

Penggabungan menjadi Bank Syariah Indonesia tersebut merupakan Ikhtiar untuk melahirkan bank syariah yang akan menjadi kebanggaan umat, yaitu diharapkan dapat berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas serta menjadi energi baru untuk pembangunan ekonomi sosial.

3.1.2 Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

Visi

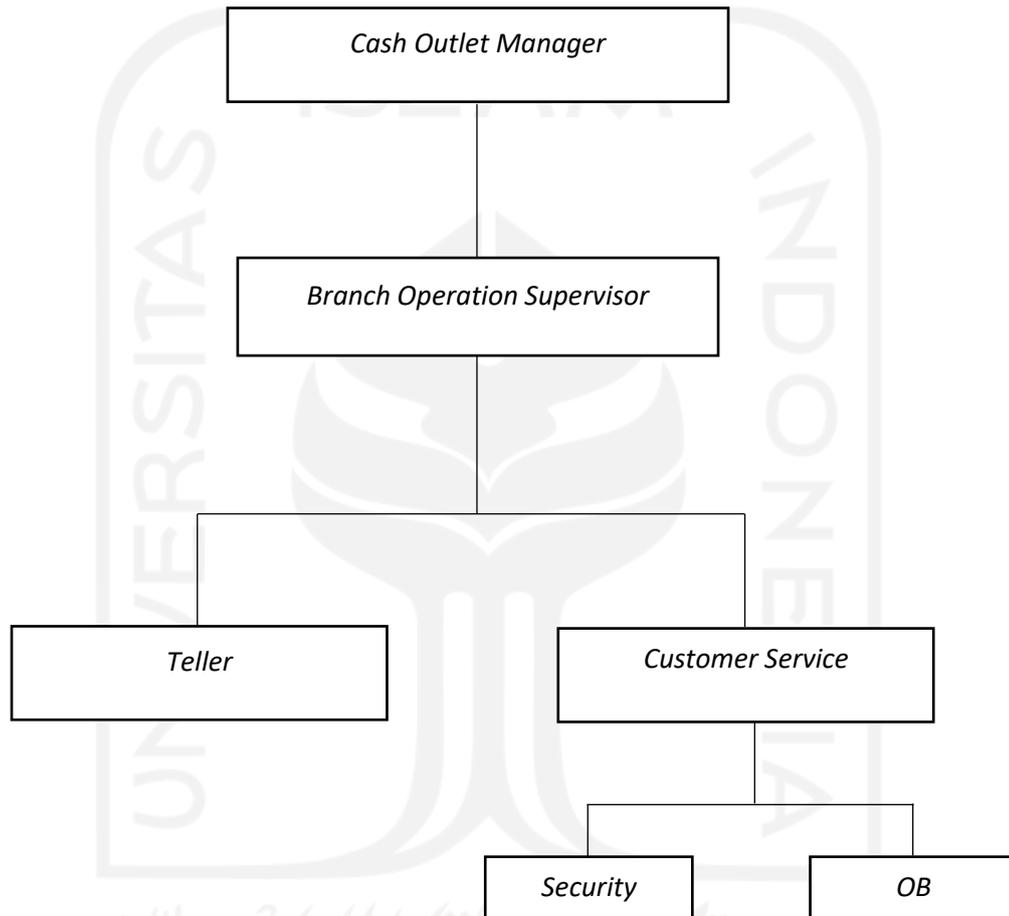
Menjadi Top 10 *Global Islamic Bank*

Misi

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia. Melayani > 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.
Top 5 bank yang paling *profitable* di Indonesia (Roe 18%) dan valuasi kuat (PBB>2).
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia
Perusahaan dengan nilai kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

3.1.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi Bank Syariah Indonesia Kantor Kas FTS UII Yogyakarta sebagai berikut.



Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Bank BSI KK Yogyakarta FTS UII

Struktur organisasi Bank Syariah Indonesia Kantor Kas FTS UII terdiri dari:

1. *Cash Outlet Manager*
 - a. Mengkoordinasi, mengarahkan, dan memantau rencana kerja dan anggaran tahunan yang berada di wilayah kerja.
 - b. Bertanggung jawab untuk pekerjaan, baik dari bisnis maupun operasional unit kerja yang berada dibawahnya.

- c. Menjaga hubungan baik internal maupun eksternal, *stakeholder* unit kerja yang berada di bawahnya.

2. *Branch Operation Supervisor*

- a. Memastikan standar kualitas dalam pemrosesan dan manajemen transaksi.
- b. Memastikan produktivitas karyawan dalam kegiatan operasional.
- c. Mengelola operasional harian pada kantor kas.

3. *Teller*

- a. Melakukan transaksi awal hari.
- b. Melakukan pengimputan modal awal pada menu *Teller*.
- c. Melakukan pelayanan kepada nasabah.
- d. Setelah jam pelayanan selesai/ kas berakhir, *Teller* melakukan penghitungan kas dan memastikan saldo pada menu sistem dan uang fisik sesuai.
- e. Melakukan penyetoran/pengembalian saldo kas kepada *supervisor*.
- f. Mencetak laporan akhir hari.

4. *Customer Service*

- a. Melakukan pelayanan kepada nasabah sebagai petugas *customer service*.
- b. Melakukan pemeliharaan segala jenis tabungan.
- c. Melakukan pelayanan administrasi berbagai jenis tabungan.
- d. Memberikan penawaran produk kepada nasabah.

5. *Security*

- a. Menjaga keamanan bank.
- b. Membantu nasabah yang akan melakukan transaksi.
- c. Membantu nasabah dalam menginformasikan tata cara melakukan transaksi.

6. OB

- a. Menjaga kebersihan kantor.
- b. Menjaga kerapian dari bank.

3.1.4 Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia

1. Tabungan

a. Tabungan Easy BSI

Tabungan *Easy* BSI merupakan produk simpanan dana yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat sesuai dengan ketentuan dari bank pada saat jam pelayanan Bank BSI dibuka atau dapat melalui mesin ATM dan menggunakan mata uang Rupiah . di Bank BSI terdapat dua jenis tabungan *easy*, yaitu Tabungan *Easy Wadiah* dan Tabungan *Easy Mudharabah*.

b. BSI Tabungan Valas

Merupakan tabungan dalam mata uang dollar yang penarikannya dan setorannya dapat dilakukan setiap saat sesuai ketentuan bank. BSI Tabungan Valas merupakan tabungan dengan pilihan akad *wadiah yad dhamanah* atau *mudharabah*.

c. BSI Tabungan Haji Indonesia

Tabungan perencanaan haji dan umroh berlaku untuk seluruh usia berdasarkan prinsip syariah dengan menggunakan akad *wadiah* dan *mudharabah*. Tabungan haji ini tidak dikenakan biaya administrasi bulanan dan dilengkapi dengan fasilitas ATM dan fasilitas *E-Channel* apabila telah terdaftar di Siskohat (mendapatkan porsi).

d. BSI TabunganKu

Merupakan tabungan untuk nasabah perorangan yang bertujuan untuk menumbuhkan kesejahteraan masyarakat dengan persyaratan yang mudah dan ringan yang diterbitkan bersama bank-bank di Indonesia. BSI TabunganKu menggunakan akad *wadiah yad dhamanah*.

e. BSI Tabungan Pensiun

Tabungan yang diperuntukan untuk nasabah perorangan yang sudah terdaftar pada Lembaga Pengelola Pensiun yang sudah bekerja sama dengan bank menggunakan akad *wadiah yad dhamanah*.

2. Deposito

a. Deposito Rupiah

Merupakan simpanan berjangka dengan menggunakan mata uang Rupiah yang penarikannya tidak dapat dilakukan setiap waktu. Deposito Rupiah dikelola dengan menggunakan prinsip *mudharabah* bagi nasabah perorangan dan perusahaan dengan setoran awal mulai dari Rp 2000.000 dengan biaya *break* deposito sebesar Rp 25.000 dan juga dengan biaya penggantian *bilyet* rusak Rp 10.000

b. Deposito Valas

Deposito valas merupakan simpanan berjangka dengan mata uang USD yang penarikannya tidak dapat dilakukan setiap saat. Dengan setoran awal USD 1000 dengan biaya *break* deposito sebesar USD 10 dan biaya penggantian *bilyet* rusak sebesar Rp 10.000.

3. Giro

a. BSI Giro Rupiah

Merupakan titipan dana dari pihak ketiga yang dikelola dengan menggunakan akad *wadiah yad dhamanah* atau *mudharabah mutlaqah* dan dapat ditarik sewaktu-waktu dengan menggunakan debit, cek, bilyet giro, dan sarana perintah pembayaran lainnya dengan cara pemindahbukuan untuk mendukung bisnis usaha milik perorangan atau non perorangan dengan menggunakan mata uang Rupiah.

b. BSI Giro Valas

Merupakan titipan dana pihak ketiga yang dikelola oleh bank dengan menggunakan akad *wadiah yad dhamanah* atau *mudharabah mutlaqah* dan dapat ditarik sewaktu-waktu dengan menggunakan debit, cek, bilyet giro, dan sarana perintah pembayaran lainnya dengan cara pemindahbukuan untuk mendukung bisnis usaha milik perorangan atau non perorangan dengan menggunakan mata uang Valas.

4. Produk Pembiayaan

Dalam hal menyalurkan dananya, PT Bank Syariah Indonesia Tbk juga mengeluarkan produk pembiayaan antara lain:

a. BSI Griya

Merupakan pembiayaan yang dikhususkan untuk pembelian sebuah rumah baik itu baru maupun bekas. BSI Griya juga melakukan pembiayaan dalam pembelian ruko/ apartemen, pembelian kavling siap bangun, pembangunan/renovasi rumah, ambil alih pembiayaan dari bank lain (*take*

over), dan juga *refinancing* untuk pemenuhan kebutuhan nasabah yang berada di lingkungan *developer* dalam jangka waktu pendek, menengah, atau panjang dengan prinsip *mudharabah*.

b. BSI Multiguna Hasanah

Merupakan layanan pembiayaan konsumtif untuk pembelian barang-barang rumah tangga, pembelian jasa seperti *wedding organizer*, perawatan rumah sakit, pendidikan, jasa perjalanan wisata, dan penagihan/pemindahan utang pembiayaan konsumtif pada lembaga keuangan lainnya yang memiliki *underlying asset*. Produk pinjaman ini dapat menggunakan jaminan rumah atas nasabah, pasangan, orang tua, dan anak kandung dengan menggunakan akad yang disesuaikan.

c. BSI OTO

BSI OTO merupakan layanan pembiayaan kendaraan (mobil baru, mobil bekas, dan motor baru) dengan cara mudah dan angsuran tetap.

d. BSI Pensiun Berkah

Merupakan layanan pembiayaan yang diberikan kepada para penerima manfaat pensiun bulanan seperti pensiunan ASN dan pensiunan janda ASN, Pensiunan BUMN/BUMD yang belum memasuki TMT pensiunan namun telah menerima SK pensiun.

e. Pembiayaan Gadai Emas

Merupakan pembiayaan bagi nasabah yang ingin melakukan penggadaian namun dalam bentuk emas.

f. *Pembiayaan Cicil Emas*

Merupakan pembiayaan yang diperuntukan bagi nasabah yang berupa pembelian emas dalam bentuk emas batangan.

5. *Jasa PT Bank Syariah Indonesia Tbk*

a. *BSI Mobile Banking*

Merupakan bentuk layanan yang diberikan oleh Bank BSI dalam melalui aplikasi *mobile banking* kepada nasabah yang bertujuan untuk mempermudah transaksi nasabah yang dapat digunakan oleh nasabah kapanpun dan dimanapun dengan menggunakan koneksi data internet.

b. *BSI Net Banking*

Merupakan layanan yang diberikan oleh Bank BSI untuk bertransaksi melalui internet yang dapat diakses oleh nasabah. *Net banking* berbeda dengan *mobile banking*, yang membedakan adalah *net banking* tidak dapat diakses secara gratis. *BSI net banking* dikenakan biaya Rp. 2.500 perbulan. Alamat *website* yaitu <https://bsmnet.syariahamandiri.co.id>

c. *BSI Electronic Payroll*

Merupakan produk layanan dari PT Bank Syariah Indonesia Tbk yang memberikan kemudahan, keamanan, dan *fleksibilitas* dalam membayar karyawan perusahaan tertentu yang bekerja sama dengan Bank BSI melalui teknologi terkini.

d. *BSI Jual Beli Valas*

Merupakan jasa yang diberikan oleh PT Bank Syariah Indonesia Tbk untuk menukar uang Rupiah ke mata uang asing dan begitu juga

sebaliknya.

e. *Hasanah Card*

Merupakan kartu yang memiliki fungsi sama seperti kartu kredit yang memiliki hubungan hukum berdasarkan sistem yang ada antara pemangku kepentingan yang mengacu pada Fatwa DSN MUI.

3.2 Data Khusus

3.2.1 Produk dan Persyaratan Pembukaan Rekening BSI Tabungan *Easy*

Wadiah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Yogyakarta FTS UII

Tabungan *Easy Wadiah* merupakan produk tabungan perorangan dengan menggunakan akad *wadiah yad dhamanah*, yang dimana nasabah menitipkan dananya (menyimpan dananya) ke pada bank dan bank mengelola dana yang disimpan oleh nasabah. Produk Tabungan *Easy Wadiah* memiliki keunggulan tanpa biaya administrasi bulanan dan cocok untuk nasabah yang tidak ingin saldonya terpotong setiap bulannya. Selain itu Tabungan *Easy Wadiah* memiliki keunggulan lain seperti bebas biaya tarik tunai di seluruh ATM Bank Mandiri, seluruh EDC Bank Mandiri, seluruh EDC bank di Indonesia, dan bebas biaya administrasi di EDC berjaringan PRIMA. Satu-satunya mata uang yang digunakan dalam produk tabungan ini adalah Rupiah. Fasilitas yang didapatkan nasabah ketika memiliki tabungan ini seperti buku tabungan, ATM, dan *mobile banking*.

Bank BSI KK Yogyakarta FTS UII memberikan rincian biaya yang nasabah perlu keluarkan sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Rincian Biaya Rekening BSI Tabungan *Easy Wadiah*

Keterangan	Penjelasan
Biaya administrasi	Nasabah tidak dikenakan biaya administrasi setiap bulannya.
Setoran awal	Setiap nasabah yang membuka rekening wajib membayar setoran awal sebesar Rp 100.000,-
Saldo minimal	Saldo minimal yang harus ada di rekening sudah otomatis mengendap dalam rekening sebesar Rp 50.000,-
Biaya tutup rekening	Nasabah yang akan melakukan penutupan rekening maka nasabah akan dikenakan biaya sebesar Rp 25.000,-
Biaya penggantian kartu ATM	Apabila ada nasabah yang kartu ATM nya hilang/rusak maka nasabah harus membayar biaya sebesar Rp 25.000,- untuk penggantian kartu ATM yang baru

Adapun syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk pembukaan Tabungan BSI *Easy Wadiah* tersebut adalah sebagai berikut:

- 1 Bagi warga negara Indonesia: memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP), memiliki NPWP (jika ada), memiliki kartu Pelajar/Mahasiswa (bagi Pelajar/Mahasiswa), memiliki kuota internet untuk melakukan pendaftaran calon nasabah, memiliki pulsa untuk mengaktifkan *mobile banking* minimal Rp 1000,-. Bagi calon nasabah yang belum mempunyai KTP, pendaftaran rekening dapat dilakukan atas nama orang tua/wali serta diperlukan Akte Kelahiran dan Kartu Keluarga.
- 2 Untuk warga negara asing: mempunyai paspor, mempunyai Kartu Izin Menetap Sementara (KIMS/KITAS), mempunyai kuota internet untuk melakukan pendaftaran calon nasabah, mempunyai pulsa untuk mengaktifkan *mobile banking* minimal Rp 1000,-.
- 3 Melakukan pendaftaran melalui aplikasi BSI *Mobile Banking* secara gratis atau dapat juga melakukan pendaftaran melalui <https://webform.bankbsi.co.id> secara gratis dan mendapatkan nomor reservasi yang berlaku selama 14 hari.
- 4 Mendatangi kantor Bank BSI terdekat untuk menyelesaikan pendaftaran dengan menyerahkan kode tiket apabila terjadi kendala pada saat mendaftar menggunakan aplikasi BSI *Mobile Banking* atau menyerahkan nomor reservasi ketika mendaftar menggunakan web form BSI dan melakukan setoran awal.

3.2.2 Strategi Pemasaran Produk Tabungan *Easy Wadiah* di Bank Syariah

Indonesia Kantor Kas Yogyakarta FTS UII

Pada masa saat ini persaingan di dunia perbankan syariah sangat ketat, hal tersebut akan berdampak pada pendapatan bank syariah itu sendiri. Untuk itu

suatu bank syariah dituntut untuk memperluas *market share* agar mampu bersaing dengan bank yang lain. Perbankan syariah agar dapat bersaing dengan bank yang lainnya dibutuhkan strategi pemasaran yang efektif dan sesuai, untuk itu pemasaran menjadi hal yang sangat penting dalam menjalankan suatu usaha, agar tujuan-tujuan yang ingin diraih dapat terwujud. Dengan kerja sama yang baik dan kompak di setiap komponen perusahaan maka pemasaran akan berjalan dengan baik juga.

Bank Syariah Indonesia dalam melakukan kegiatan pemasaran, diperlukan adanya bauran pemasaran. Bank Syariah Indonesia memiliki beberapa strategi untuk menunjang kegiatan pemasaran tersebut yaitu:

1. *Product* (Produk)

Tabungan *Easy Wadiah* merupakan salah satu produk pendanaan (*funding*) yang ditawarkan oleh Bank BSI. Tabungan *Easy Wadiah* menggunakan akad *wadiah yad dhamanah*, *wadiah yad dhamanah* merupakan titipan murni yang dimana nasabah menitipkan dananya dan bank dapat mengelola atau memanfaatkan dana tersebut yang bertujuan untuk melangsungkan kegiatan-kegiatan perbankan.

Tabungan *Easy Wadiah* mempunyai keunggulan yang dapat menjadikan tabungan ini dapat diminati oleh calon nasabah dan nasabah sehingga dapat bersaing dengan perbankan yang lainnya, diantaranya yaitu:

- a. Tidak ada biaya administrasi setiap bulannya.
- b. Gratis biaya tarik tunai apabila nasabah menggunakan ATM mandiri.
- c. Bebas biaya transaksi di seluruh EDC Bank Mandiri, semua EDC Bank

di Indonesia dan EDC berjaringan PRIMA.

- d. Kemudahan yang didapat nasabah ketika bertransaksi menggunakan *mobile banking* dan *net banking*.
- e. Kartu ATM dapat digunakan di seluruh ATM BSI, Bank Mandiri, ATM Bersama, ATM Prima, ATM Link, dan ATM berlogo VISA

Di samping itu juga proses pembuatan rekening juga dapat dilakukan dimana saja, seperti yang kita tahu bahwa kebanyakan masyarakat pada saat ini menginginkan sesuatu yang serba mudah. Oleh karena itu Bank BSI mempermudah calon nasabah yang ingin melakukan pembukaan rekening dengan dapat dilakukannya pembukaan rekening dimana saja dan kapan saja, jadi nasabah tidak perlu datang lagi ke bank untuk melakukan pembukaan rekening. Nasabah cukup melakukan pembukaan rekening melalui aplikasi *BSI Mobile Banking* atau melalui <https://webform.bankbsi.co.id> . Selanjutnya nasabah datang ke bank hanya untuk mengambil buku rekening, kartu ATM, dan juga pembuatan PIN ATM. Hal tersebut merupakan kemudahan yang ditawarkan oleh Bank BSI bagi nasabah yang ingin melakukan pembukaan rekening.

2. *Price* (Harga)

Dalam menentukan harga Bank BSI memerlukan pertimbangan agar harga yang ditentukan tersebut tidak terlalu memberatkan nasabah. Pertimbangan dalam menentukan harga tersebut ditentukan berdasarkan perekonomian dari masyarakat, yang dimana target dari Tabungan *Easy Wadiah* ini adalah Pelajar/Mahasiswa dan juga masyarakat dari kalangan menengah ke bawah.

Maka dari itu harga yang ditentukan oleh Bank BSI KK Yogyakarta FTS UII relative ringan dengan rincian sebagai berikut:

- a. Tidak ada biaya administrasi setiap bulannya
- b. Setoran awal terjangkau yaitu sebesar Rp 100.000,-
- c. Saldo minimal sebesar Rp 50.000,-
- d. Biaya untuk penutupan rekening sebesar Rp 25.000,-
- e. Biaya untuk penggantian kartu rusak/hilang sebesar Rp 25.000,-

Dengan rincian harga tersebut dapat dikatakan Bank BSI mempunyai harga (*price*) yang terjangkau bagi masyarakat. Hal tersebut merupakan strategi yang efektif untuk memasarkan produk tabungan ini. Dengan harga yang terjangkau diharapkan meningkatkan minat masyarakat untuk menabung dengan membuka tabungan BSI *Easy Wadiah*.

3. *Place* (Tempat)

Pemilihan tempat yang strategis memudahkan nasabah untuk menjangkau tempat tersebut. Bank BSI KK Yogyakarta FTS UII terletak di lingkungan Kampus Terpadu FTSP UII yang beralamat di Jalan Kaliurang KM 14,5.

Pemilihan tempat tersebut sangatlah tepat karena tempat tersebut mudah untuk dijangkau oleh nasabah ditambah lagi dengan tempat yang berada di lingkungan kampus akan memudahkan mahasiswa untuk melakukan transaksi di bank tersebut. Hal tersebut merupakan point tambahan bagi Bank BSI KK Yogyakarta FTS UII untuk memasarkan produknya. Dengan lingkungan yang mudah dilewati kendaraan maka Bank BSI mudah untuk diketahui dan juga dengan lingkungan yang nyaman akan membuat nasabah

merasa nyaman ketika datang ke bank.

4. *Promotion* (Promosi)

Untuk dapat memberitahu tentang produk tabungan *easy wadiah* maka Bank BSI KK Yogyakarta FTS UII melakukan yang dinamakan dengan promosi. Promosi dilakukan bertujuan agar calon nasabah mengetahui tentang manfaat dan keunggulan Tabungan *Easy Wadiah*. Jika tidak ada promosi jangan mengharapkan nasabah mengenal bank tersebut. Promosi yang dilakukan oleh Bank BSI KK Yogyakarta FTS UII yaitu:

a. Iklan (*advertising*)

Bank BSI KK Yogyakarta FTS UII menggunakan media iklan untuk mempromosikan produknya karena media iklan mempunyai jangkauan yang lebih luas. Dengan jangkauan yang lebih luas maka akan lebih mudah untuk nasabah mengetahui tentang produk-produk yang terdapat di Bank BSI KK Yogyakarta FTS UII. Bank BSI KK Yogyakarta FTS UII memanfaatkan beberapa media seperti poster, benner, brosur yang dibagikan kepada masyarakat dan calon nasabah, memasang spanduk di tempat-tempat yang strategis, dan juga menggunakan media sosial seperti facebook, Instagram, dan juga whatsapp. Dengan memanfaatkan media periklanan tersebut, bank tidak harus terjun langsung ke daerah-daerah. Media periklanan sudah sangat membantu menginformasikan mengenai manfaat dan juga keunggulan dari produk-produk yang ditawarkan.

b. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan terdiri dari setiap kegiatan untuk merangsang penjualan dengan cepat atau pembelian dengan waktu yang singkat. Dapat dikatakan juga Bank BSI KK Yogyakarta FTS UII melakukan promosi penjualan untuk menarik nasabah untuk segera membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Bank BSI KK Yogyakarta FTS UII melakukan kegiatan promosi penjualan yaitu dengan membagikan souvenir seperti dompet, *thumblr*, bantal, payung, kalender, dan lain-lain. Kegiatan tersebut sangat efektif karena dapat menarik dan juga meningkatkan loyalitas nasabah terhadap Bank BSI KK Yogyakarta FTS UII.

c. Penjualan Perorangan (*Personal Selling*)

Penjualan perorangan merupakan bentuk dari promosi dimana yang melakukan promosi adalah para pegawai bank. Di Bank BSI KK Yogyakarta FTS UII kegiatan promosi ini dilakukan oleh *branch outlet supervisor* dan juga *customer service*. Kegiatan tersebut bertujuan untuk menawarkan kepada nasabah yang sudah ada dengan cara menawarkan produk lainnya yang berbeda.

d. Pemasaran *Sponsorship* (*Marketing Sponsorship*)

Pemasaran *sponsorship* merupakan kegiatan untuk mempromosikan mengenai bank melalui kegiatan-kegiatan tertentu. Bank BSI KK Yogyakarta FTS UII melakukan kegiatan pemasaran *sponsorship* dengan melalui kegiatan-kegiatan seperti perlombaan, kajian yang diadakan di masjid, kegiatan-kegiatan mahasiswa, dan lain-lain.

5. *People* (Orang)

Orang yang dimaksud disini adalah pegawai dari Bank BSI KK Yogyakarta FTS UII. Para pegawai dituntut untuk memberikan pelayanan sebaik-baiknya kepada nasabah dan calon nasabah. Pegawai merupakan unsur yang penting dalam hal ini karena perbankan syariah adalah bisnis yang bergerak dibidang jasa. Oleh karena itu penting bagi perbankan untuk mempekerjakan dan melatih orang-orang yang mampu memberikan layanan terbaik bagi nasabah.

Dalam prakteknya yang terlibat langsung dengan nasabah yaitu *teller*, *customer service*, *branch outlet supervisor*, dan *security*. Para pegawai tersebut harus memberikan pelayanan kepada nasabah dengan baik. Karena ketika nasabah sudah merasa senang dan nyaman dengan layanan yang diberikan kemungkinan nasabah akan memberitahu kepada orang lain mengenai layanan yang diberikan. Hal tersebut merupakan sesuatu yang menguntungkan bagi perbankan. Karena perbankan tidak perlu mengeluarkan biaya untuk melakukan promosi dan juga biasanya masyarakat lebih percaya mengenai suatu hal dari mulut ke mulut.

6. *Process* (Proses)

Proses merupakan keseluruhan kegiatan dalam operasional bank yang melibatkan prosedur, waktu, mekanisme, dan rutinitas produk jasa yang disalurkan kepada *customer*. Proses yang diberikan oleh Bank BSI KK Yogyakarta FTS UII adalah untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi calon nasabah maupun nasabah. Pelayanan yang dimaksud adalah

pelayanan yang diberikan oleh *customer service* meliputi kegiatan dimulai dari pembukaan rekening Tabungan *Easy Wadiah* sampai dengan pelayanan keluhan. Dengan memberikan pelayanan yang terbaik diharapkan akan mendapatkan respon yang baik juga dari calon nasabah dan juga nasabah seperti mengajak teman atau saudara untuk membuka rekening di Bank BSI KK Yogyakarta FTS UII.

7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Bukti fisik merupakan wujud dari lingkungan fisik tempat jasa terjadi dan terdapat interaksi langsung dengan nasabah. Bukti fisik dapat berupa tentang fasilitas yang ada di ruangan bank, fasilitas seperti tempat duduk bagi nasabah yang tersusun rapi, aroma harum yang ada pada setiap sudut, bersih atau tidaknya lingkungan bank, dan juga tentang kerapihan meja para karyawan yang terdapat di Bank BSI KK Yogyakarta FTS UII. Dengan bukti fisik yang baik maka nasabah atau calon nasabah akan nyaman ketika datang ke bank.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan-pembahasan di atas, terdapat beberapa kesimpulan antara lain:

1. Tabungan *Easy Wadiah* yang dimiliki Bank BSI KK Yogyakarta FTS UII merupakan tabungan yang menggunakan akad *wadiah yad dhamanah*. Akad *wadiah yad dhamanah* merupakan akad titipan dimana nasabah menitipkan dananya dan Bank BSI KK Yogyakarta FTS UII dapat memanfaatkannya. Tabungan *Easy Wadiah* hanya menggunakan mata uang Rupiah. Tabungan *Easy Wadiah* memiliki banyak keunggulan seperti tidak ada biaya administrasi yang harus dibayarkan setiap bulannya, tidak ada biaya tarik tunai di seluruh ATM Bank Mandiri dan juga bebas biaya transaksi di seluruh EDC Bank Mandiri, semua EDC bank di Indonesia dan EDC berjaringan PRIMA. Dengan membuka rekening Tabungan *Easy Wadiah* maka nasabah dapat menikmati berbagai fasilitas yang terdapat di Bank BSI KK Yogyakarta FTS UII. Fasilitas tersebut terdiri dari buku tabungan, ATM, dan *mobile banking*.
2. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank BSI KK Yogyakarta FTS UII menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia KK Yogyakarta FTS UII itu sendiri
3. menggunakan bauran pemasaran 7P karena berupa produk jasa, bauran pemasaran 7P yaitu: *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat),

promotion (promosi), *people* (orang), *process* (proses), *physical evidence* (bukti fisik). Strategi yang digunakan oleh Bank BSI KK Yogyakarta FTS UII sudah efektif agar dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan produk-produk yang terdapat di Bank BSI KK Yogyakarta FTS UII.

4.2 Saran

Adapun saran-saran berdasarkan hasil dari pembahasan yakni sebagai berikut:

1. Strategi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KK Yogyakarta FTS UII sudah dilakukan dengan efektif, namun harus mempunyai jaringan yang lebih luas agar dapat memasarkan produk Tabungan *Easy Wadiah* secara maksimal dengan cara melakukan kegiatan promosi yang terjadwal agar tabungan ini semakin dikenal oleh banyak kalangan.
2. Mengenalkan kepada masyarakat luas mengenai keunggulan dari produk Tabungan *Easy Wadiah* dengan cara meningkatkan kegiatan promosi melalui sosial media seperti Instagram, facebook, dan whatsapp atau dapat juga dilakukan secara langsung.
3. Lebih banyak melakukan pemanfaatan sosial media agar profil dari bank BSI dan juga produk-produknya yang dimiliki terutama Tabungan *Easy Wadiah* lebih dikenal oleh masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ikatan Bankir Indonesia. 2014. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kasmir. 2014. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Shim, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Halim, Fitria, dkk. 2021. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yayasan Kita Menulis. Retrieved from <https://www.google.co.id/books/edition/id&gbpv=1&dq>
- Pasaribu, Vetta Lidya Delimah, dkk. 2021. *Pemasaran Kontemporer*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung. <https://www.google.co.id/books/edition/>
- Fawzi, Marissa Grace Haque, dkk. 2021. *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Banten: Pascal Books Retrived from <https://www.google.co.id/books/edition/BAJ?hl=id&gbpv=1&dq2&printse>
- Kasmir. 2003. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana Retrieved from <https://www.google.co.id/books/edition/BAJ?hl=id&gbpv=1&dq>
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah Dari Teori Praktik*. Jakarta: Gema Insania Retrieved from <https://www.google.co.id/books/edition/>
- Ifham, Ahmad. 2015. *Ini Lho Bank Syariah Memahami Bank Syariah dengan Mudah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Retrieved from <https://www.google.co.id/books/edition/BAJ?hl=id&gbpv=1&dq>
- Haryanti, Rudy. 2020. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Duta media Publishing Retrieved from <https://www.google.co.id/books/edition/>
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group. Retrieved from <https://www.google.co.id/books/edition/BAJ?hl=id&gbpv=1&dq>
- Mutchtar, Bustari, dkk. 2016. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: KENCANA. Retrieved from <https://www.google.co.id/books/edition/>
- Saleh, Muhammad Yusuf dan Miah Said. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media. Retrieved from <https://www.google.co.id/books/edition/BAJ?hl=id&gbpv=1&dq>
- <https://webform.bankbsi.co.id>
- <https://www.bankbsi.co.id/>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Magang

BSI BANK SYARIAH
INDONESIA

PT. Bank Syariah Indonesia Tbk
Kantor Area Yogyakarta
Ged. Bank Syariah Indonesia
Jl. Jend. Sudirman No.42
Yogyakarta
Telp. (0274) 555022 - 26
Fax. (0274) 555021

SURAT KETERANGAN
No 02/032-3/0408

PT Bank Syariah Indonesia KK Yogyakarta UII yang berkedudukan di Gedung FTSP UII Jl Kaliurang km 14.5 dengan ini menyatakan bahwa:

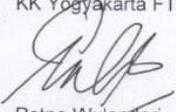
Nama : Ficky Anwar
Tempat, Tanggal Lahir: Purworejo, 14 Mei 2000
No KTP : 3306071405000004
Universitas : Universitas Islam Indonesia
Prodi : Diploma III Perbankan dan Keuangan

Telah melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di PT Bank Indonesia KK Yogyakarta UII pada periode 1 Maret s.d. 31 Mei 2022.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta 6 Juni 2022

PT BANK SYARIAH INDONESIA, Tbk
KK Yogyakarta FTS UII


Retno Wulandari
Cash Outlet Manager


Onne Cavestania Pratiwi
Branch Outlet Supervisor

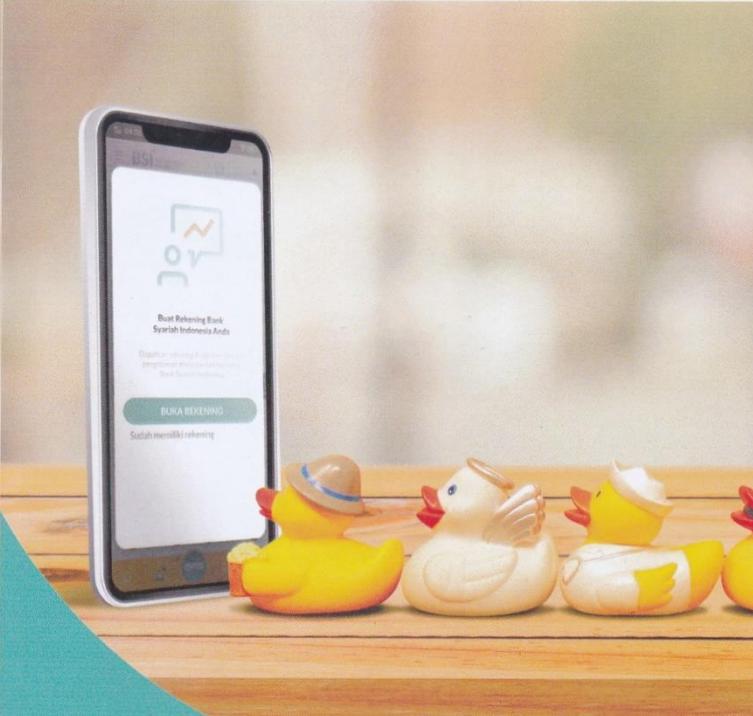
Lampiran 2 Brousur Pembukaan Rekening Secara Online



BSI BANK SYARIAH
INDONESIA

BSI Mobile
**Buka Rekening Online
Jadi Lebih Praktis**

Buka rekening secara online di BSI Mobile.
Lebih mudah, gak pake ngantri!
Kapan aja, dimana aja!



The image shows a promotional flyer for BSI Mobile. The top section is white with a yellow curved border on the right. It features the BSI logo (a yellow star above the letters 'BSI') and the text 'BANK SYARIAH INDONESIA'. Below this, the text reads 'BSI Mobile' followed by the main headline 'Buka Rekening Online Jadi Lebih Praktis' in a large, bold, black font. Underneath the headline, there is a short paragraph: 'Buka rekening secara online di BSI Mobile. Lebih mudah, gak pake ngantri! Kapan aja, dimana aja!'. The bottom half of the flyer is a photograph. On the left, a smartphone is propped up, displaying the BSI Mobile app's 'Buka Rekening' (Open Account) screen. The screen shows a green 'BUKA REKENING' button and the text 'Sudah memiliki rekening'. In the foreground of the photo, several yellow rubber ducks are lined up on a wooden surface. A large, faint watermark of the BSI logo and the text 'INDONESIA' is visible on the right side of the flyer.

Langkah Buka Rekening Bank Syariah Indonesia secara online



Buka Rekening

Download dan buka BSI Mobile, lalu klik buka rekening



Jenis Rekening

Pilih jenis rekening yang diinginkan



Upload Dokumen

Upload dokumen foto KTP, NPWP, foto tanda tangan dan isi data diri



Video Call

- Lakukan Video Call untuk verifikasi tanpa harus datang ke Cabang, atau
- Jika dilakukan di Cabang, cukup tunjukkan kode reservasi ke petugas Bank (CS)
- Pilih Cabang KK Yogyakarta UII



Rekening Berhasil

Rekening berhasil dibuat, bisa langsung bertransaksi

Aktivasi & Setoran

- Nasabah menerima kode aktivasi BSI Mobile & bisa bertransaksi.
- Setoran bisa dengan transfer bank
- Kartu ATM diambil di kantor cabang terdekat



Download Aplikasinya, Buka Rekeningnya



www.bankbsi.co.id

Bank Syariah Indonesia Call 14040

BSI KK Yogyakarta UII
0274 898 549 / 0854 0153 2052

