

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN
BSI MITRAGUNA ONLINE PT BANK SYARIAH INDONESIA TBK
KANTOR CABANG PEMBANTU AMBARUKMO**

Laporan Magang



Disusun Oleh:

Latifa Dwi Handayani

19213021

PROGRAM STUDI DIPLOMA III PERBANKAN DAN KEUANGAN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2022

HALAMAN JUDUL

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN
BSI MITRAGUNA ONLINE PT BANK SYARIAH INDONESIA TBK
KANTOR CABANG PEMBANTU AMBARUKMO**

Laporan Magang

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

Universitas Islam Indonesia

Disusun Oleh:

Latifa Dwi Handayani

19213021

Program Studi Diploma III Perbankan Dan Keuangan

Fakultas Bisnis Dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

2022

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN MAGANG
STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN
BSI MITRAGUNA ONLINE PT BANK SYARIAH INDONESIA TBK
KANTOR CABANG PEMBANTU AMBARUKMO



Disusun Oleh:

Nama : Latifa Dwi Handayani
No. Mahasiswa : 19213021
Program Studi : D3 Perbankan dan Keuangan

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

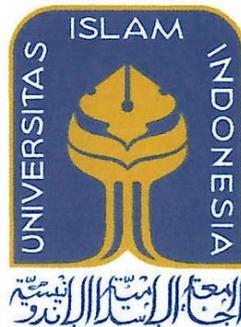
Pada tanggal 14 Juli 2022

Dosen Pembimbing



Rizqi Adhyka Kusumawati, SE., MBA.

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN MAGANG
STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN
BSI MITRAGUNA ONLINE PT BANK SYARIAH INDONESIA TBK
KANTOR CABANG PEMBANTU AMBARUKMO



Disusun Oleh:

Nama : Latifa Dwi Handayani

No Mahasiswa : 19213021

Dosen Pembimbing

Rizqi Adhyka Kusumawati, SE., MBA.

Dosen Penguji

Nur Ellyanzwati Esty R, S.E., MM

Yogyakarta, 23 September 2022

Universitas Islam Indonesia

Ketua Program Studi



Dr. P.H. Nini Sri Rahayu, S.E., M.M.

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

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

Yogyakarta, 26 Juli 2022

Penulis



Latifa Dwi Handayani

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji bagi Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan BSI MitraGuna Online PT Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo”. Penulisan laporan magang ini disusun untuk memenuhi syarat ketentuan kelulusan Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Dalam kata pengantar ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan, serta bimbingan selama penyusunan laporan tugas akhir dan menyelesaikan studi di Program Studi D3 Perbankan dan Keuangan Universitas Islam Indonesia, diantaranya:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan serta kelancaran dalam menyusun tugas akhir ini.
2. Untuk kedua orang tua, Ibu dan Bapak dan Kakak Anisa yang telah memberi dukungan, memberi semangat, serta do'a sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan tugas akhir ini.
3. Ibu Dra. Diana Wijayanti, M. Si., selaku Ketua Program Studi D3 Perbankan dan Keuangan sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama perkuliahan,

4. Ibu Rizqi Adhyka Kusumawati, SE., MBA. selaku Dosen Pembimbing Magang dan Tugas Akhir yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun laporan tugas akhir ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Perbankan dan Keuangan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Untuk semua teman-teman yang telah memberikan semangat dan dorongan dalam menyusun tugas akhir ini.
7. Seluruh karyawan BSI KCP Ambarukmo yang telah menerima, memberikan pengalaman, dan memberikan ilmu baru untuk penulis.

Dalam menyusun Tugas Akhir ini, penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan yang dibuat baik sengaja maupun tidak sengaja dikarenakan keterbatasan ilmu pengetahuan, wawasan, dan pengalaman yang penulis miliki. Untuk itu penulis meminta maaf atas segala kekurangan yang dimiliki penulis dalam menyusun laporan Tugas Akhir ini.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 26 Juli 2022

Penulis



Latifa Dwi Handayani

ABSTRAK

Tugas akhir ini menggambarkan hasil penelitian penulis mengenai Strategi Pemasaran Produk BSI Mitraguna Online pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Ambarukmo. Tujuan penulisan ini untuk mengetahui produk dan strategi pemasaran pada produk BSI Mitraguna Online.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi deskriptif yaitu metode studi yang dapat memperoleh gambaran sistematis, factual, dan akurat dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan dan praktik kerja lapangan dengan teknik observasi langsung dan wawancara.

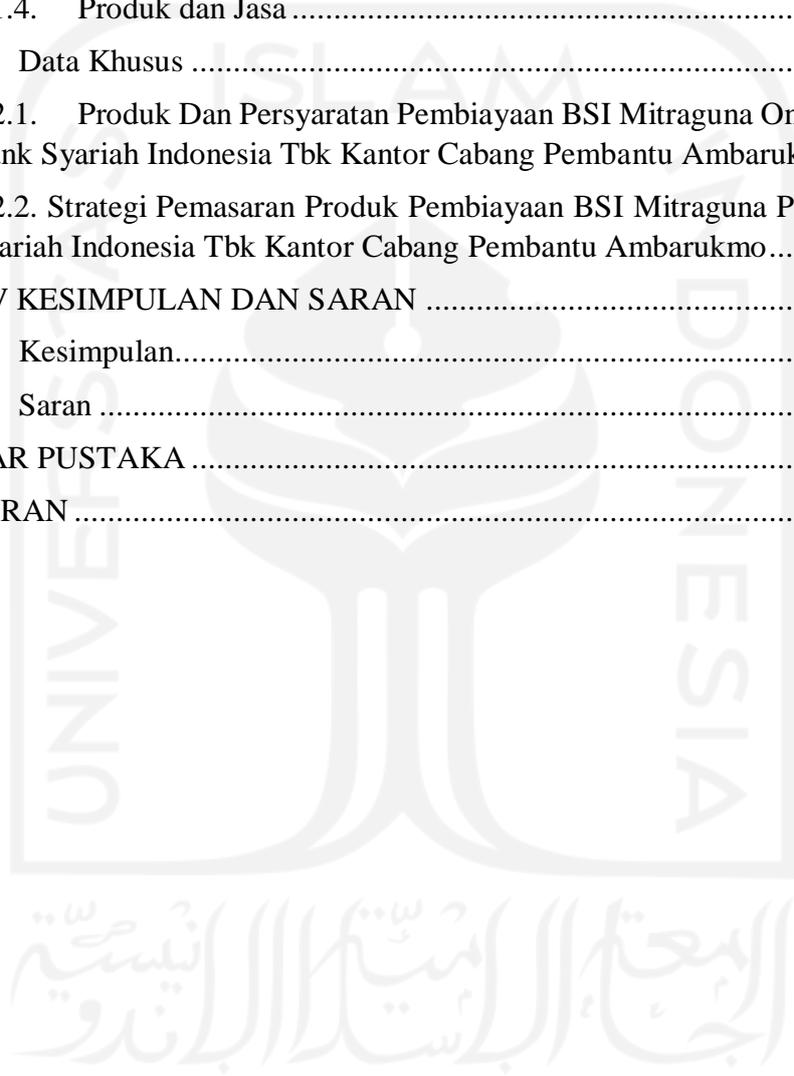
Dari hasil observasi secara langsung dan wawancara, dapat diketahui bahwa produk BSI Mitgauna Online merupakan pembiayaan yang diberikan kepada nasabah yang melakukan payroll BSI, nasabah prioritas, bank operasional 2, BUMN, pegawai rumah sakit, dokter, pensiunan ASN, dan swasta terpilih dengan syarat dengan jangka waktu pembayaran sampai dengan 3 tahun dengan minimal pembiayaan sebesar Rp10.000.000,00 dan maksimum pembiayaan sebesar Rp50.000.000,00. Kemudian strategi pemasaran pada produk pembiayaan BSI Mitraguna Online menggunakan komponen bauran pemasaran atau *marketing mix* (7P) yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*prommotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*).

Kata Kunci: Produk, Bauran Pemasaran

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Laporan Tugas Akhir	1
1.2. Tujuan dan Manfaat Penulisan Laporan Tugas Akhir	2
1.2.1. Tujuan Penulisan Laporan Tugas Akhir	2
1.2.2. Manfaat Penulisan Laporan Tugas Akhir	3
1.3. Target Penulisan Laporan Tugas Akhir	3
1.4. Sistematika penulisan.....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1. Tinjauan Tentang Bank Umum	6
2.1.1. Produk Dana Pihak Ketiga.....	6
2.1.2. Produk Kredit	7
2.2. Tinjauan Tentang Bank Syariah	8
2.2.1. Prinsip-prinsip bank syariah.....	9
2.2.2. Produk Bank Syariah	10
2.2.3. Larangan Bank Syariah.....	12
2.3. Pembiayaan Syariah.....	13
2.3.1. Pembiayaan Dengan Prinsip Jual-Beli (<i>Ba'i</i>).....	13
2.3.2. Pembiayaan Prinsip Sewa (<i>Ijarah</i>).....	14
2.3.3. Pembiayaan Prinsip Bagi Hasil (<i>Syirkah</i>)	14
2.3.4. Akad Pelengkap.....	14
2.4. Pemasaran	15
2.5. Bauran Pemasaran	16

BAB III ANALISIS DESKRIPTIF	19
3.1. Data Umum	19
3.1.1. Sejarah Bank Syariah Indonesia	19
3.1.2. Visi dan Misi	20
3.1.3. Struktur Organisasi	20
3.1.4. Produk dan Jasa	22
3.2. Data Khusus	27
3.2.1. Produk Dan Persyaratan Pembiayaan BSI Mitraguna Online Pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo.....	27
3.2.2. Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan BSI Mitraguna Pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo.....	30
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	37
4.1. Kesimpulan.....	37
4.2. Saran	38
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN	42



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur Organisasi BSI KCP Ambarukmo	20
Gambar 3.2 Skema Pembiayaan BSI Mitraguna Online.....	28



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Laporan Tugas Akhir

Praktik perbankan sudah berlangsung sejak zaman Rasulullah SAW dan sahabat Rasul. Dahulu pada zaman Rasulullah SAW, beliau diberi julukan *al-amin* yang berarti orang yang dipercaya. Karena julukannya itu Rasulullah dipercaya oleh masyarakat Makkah untuk menerima simpanan harta. Praktik perbankan yang dilakukan Rasulullah SAW pada zaman itu adalah menerima titipan harta, melakukan pengiriman uang, dan meminjamkan kepada masyarakat untuk keperluan konsumsi maupun keperluan bisnis. Seiring dengan meluasnya perdagangan antar negeri Syam dan Yaman mulai digunakannya cek dan pada masa Khalifah Umar bin al-Khattab cek digunakan untuk alat transaksi pembayaran tunjangan kepada orang yang berhak. Dengan cek mereka dapat mengambil gandum di Baitul Mal. Disamping penggunaan cek pada masa Khalifah Umar, praktik perbankan yang dilakukan adalah pemberian modal kerja dengan menggunakan akad bagi hasil seperti *mudharabah* kepada masyarakat yang membutuhkan dana (Karim, 2014).

Berkembang pesatnya perbankan tidak terlepas dari berkembangnya lembaga perbankan. Perbankan dapat dibedakan menjadi Bank Sentral, Bank Umum, maupun Bank Perkreditan Rakyat. Perbankan saat ini terus-menerus melakukan penyesuaian terhadap kebutuhan masyarakat. Hal tersebut bertujuan untuk mengoptimalkan usaha agar mampu bertahan dan bersaing

pada pasar global. Semakin ketatnya persaingan membuat perubahan tak hanya pada produk-produk perbankan tetapi pada strategi pemasaran juga ikut mengalami perubahan. Strategi pemasaran yang awal mulanya menggunakan pendekatan melalui produk dengan menyesuaikan kebutuhan nasabah, menjadi pendekatan *konsultif* dimana seorang *marketer* membutuhkan kemampuan untuk mendengarkan nasabah maupun calon nasabah dengan tujuan untuk membangun hubungan dengan nasabah atau calon nasabah dan dapat memahami kebutuhan nasabah (Ikatan Bankir Indonesia, 2017).

Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo memiliki produk pembiayaan BSI Mitraguna Online. Produk pembiayaan BSI Mitraguna Online memiliki keunggulan yaitu pembiayaannya dapat dicairkan tanpa menggunakan agunan. Pengajuan pembiayaan tanpa harus ke kantor cabang tetapi melalui *Mobile Banking*. Produk pembiayaan BSI Mitraguna Online dapat menyesuaikan kebutuhan nasabahnya (Bank Syariah Indonesia, 2021). Berdasarkan uraian diatas, maka tugas akhir laporan magang ini akan mengangkat judul **“Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan BSI Mitraguna Online PT Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo”**

1.2. Tujuan dan Manfaat Penulisan Laporan Tugas Akhir

1.2.1. Tujuan Penulisan Laporan Tugas Akhir

Tujuan dalam penulisan laporan tugas akhir di PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Ambarukmo antara lain:

1. Untuk mengetahui produk dan persyaratan pembiayaan BSI Mitraguna Online pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk pembiayaan BSI Mitraguna Online pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo.

1.2.2. Manfaat Penulisan Laporan Tugas Akhir

Manfaat dalam penulisan laporan tugas akhir di PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Ambarukmo antara lain:

1. **Bagi Univeristas Islam Indonesia**, Dapat menghasilkan sumber daya manusia yang berkompeten dan siap kerja, serta menjalin hubungan kerja sama dengan PT Bank Syariah Indonesia dalam pengembangan pendidikan dan diharapkan dapat menyumbangkan ilmu serta pengalaman.
2. **Bagi PT Bank Syariah Indonesai Tbk**, Laporan tugas akhir ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk menguraikan beberapa permasalahan.
3. **Bagi Pembaca**, Laporan tugas akhir ini dapat dijadikan acuan atau sumber inspirasi yang bermanfaat di kemudian hari.

1.3. Target Penulisan Laporan Tugas Akhir

Target dalam penulisan laporan tugas akhir di PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Ambarukmo antara lain:

1. Dapat menjelaskan produk dan persyaratan pembiayaan BSI Mitraguna Online pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo.
2. Dapat menjelaskan strategi pemasaran produk pembiayaan BSI Mitraguna Online pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo.

1.4. Sistematika penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir ini dibagi menjadi 4 bab, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi pengantar permasalahan mengenai gambaran isi laporan yang terdiri dari latar belakang laporan tugas akhir, tujuan dan manfaat penulisan laporan tugas akhir, target penulisan laporan tugas akhir, dan sistematika penulisan laporan tugas akhir.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi dasar-dasar teori yang diangkat dalam penulisan laporan tugas akhir terutama penjelasan mengenai pembiayaan syariah dan pemasaran.

BAB III ANALISIS DESKRIPTIF

Pada bab ini berisi mengenai data umum dan data khusus. Data umum berisi mengenai sejarah, visi, misi, struktur organisasi, maupun produk dan

jasa pada PT Bank Syariah Indonesia. Data khusus menjelaskan produk, syarat, dan strategi pemasaran produk pembiayaan BSI Mitraguna Online.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dari data BSI KCP Ambarukmo maupun dari sumber-sumber lainnya. Bab ini juga berisi saran untuk perkembangan BSI KCP Ambarukmo.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Tinjauan Tentang Bank Umum

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 tahun 1998, bank merupakan badan usaha yang kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat berupa simpanan kemudian menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana berupa kredit atau bentuk lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Selain melayani simpan-pinjam, bank melayani penukaran uang dan menerima transaksi pembayaran maupun setoran seperti membayar pajak, premi asuransi, uang kuliah, dan pembayaran lainnya. Perbankan merupakan semua aktivitas yang bersangkutan dengan bank, seperti kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usaha (UU RI, 1998).

2.1.1. Produk Dana Pihak Ketiga

Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2017), aktivitas perbankan pada awalnya adalah menghimpun dana dari masyarakat (*funding*) dalam bentuk simpanan. Produk simpanan pada bank meliputi:

a. Tabungan

Tabungan merupakan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan dengan syarat tertentu sesuai dengan peraturan tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau alat yang dipersamakan.

b. Giro

Giro merupakan simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, atau alat yang dipersamakan.

c. Deposito

Deposito merupakan simpanan yang penarikannya dapat dilakukan pada waktu tertentu sesuai perjanjian antara nasabah penyimpan dengan bank.

2.1.2. Produk Kredit

Dalam menarik minat masyarakat untuk menanamkan dananya ke bank, bank akan memberikan balas jasa berupa bunga, pelayanan prima, hadiah, dan balas jasa lainnya. Kemudian dana yang diperoleh dari masyarakat akan diputar oleh bank kembali ke masyarakat yang membutuhkan dana berupa pinjaman atau *lending*. Pemberian pinjaman akan dikenakan jasa pinjaman dalam bentuk bunga dan biaya administrasi. Besarnya bunga pinjaman dipengaruhi oleh besarnya bunga simpanan, jika bunga simpanan besar maka bunga pinjaman semakin besar. Keuntungan dari bisnis perbankan konvensional berasal dari selisih bunga simpanan (Kasmir, 2016). Berikut beberapa contoh produk yang ditawarkan bank kepada nasabah sebagai debitur yaitu:

a. Kredit investasi adalah pinjaman yang diberikan kepada pelaku usaha seperti pengusaha. Kredit investasi diberikan untuk kebutuhan investasi atau penanaman modal. Jangka waktu pengembalian dana kredit investasi relatif panjang yaitu di atas satu tahun.

- b. Kredit modal kerja adalah pinjaman yang diberikan untuk kebutuhan modal usaha. berbeda dengan kredit investasi, jangka waktu kredit modal kerja relatif pendek yaitu tidak lebih dari satu tahun.
- c. Kredit perdagangan adalah pinjaman yang diberikan kepada pedagang dengan tujuan untuk kelancaran proses perdagangan, memperluas perdagangan, atau memperbesar aktivitas perdagangan.
- d. Kredit produktif adalah pinjaman yang diberikan untuk meningkatkan usaha, produksi, atau investasi untuk menghasilkan barang atau jasa.
- e. Kredit konsumtif merupakan kredit yang diperlukan untuk kebutuhan pribadi seperti sandang, pangan, maupun papan (Ikatan Bankir Indonesia, 2017).

2.2. Tinjauan Tentang Bank Syariah

Kegiatan usaha yang dilakukan bank syariah menggunakan prinsip syariah. Operasional bank dengan prinsip syariah ini menjadi pembeda dengan bank konvensional. Kegiatan perbankan dengan prinsip syariah mengacu pada syariah Islam yang berpedoman pada Hadist dan Al Quran. Berbeda dengan perbankan konvensional, perbankan yang berprinsip syariah tidak menggunakan sistem bunga. Perbankan dengan prinsip syariah, keuntungan di dapat berdasarkan prinsip syariah yang digunakan, seperti pembiayaan berdasar prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musyrakah*), pembiayaan barang modal dengan prinsip sewa menyewa tanpa kepemindahan kepemilikan (*ijarah*), dan pembiayaan barang modal dengan prinsip sewa menyewa

dengan opsi kepemindaahan kepemilikan (*ijarah mutahiyyah bit tamlik*) (Kasmir, 2016). Pembiayaan yang menggunakan prinsip syariah dalam prosesnya menggunakan dasar kesepakatan atau persetujuan antara bank dengan nasabah, kesepakatan itu dilakukan pada saat akad. Kesepakatan tersebut bertujuan agar nasabah dapat mengembalikan dana kepada bank dengan tepat waktu sesuai kesepakatan yang telah disepakati ditambah dengan margin atau bagi hasil (UU RI, 1998).

2.2.1. Prinsip-prinsip bank syariah

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2017) mengenai konsep dasar dan prinsip perbankan syariah dalam kegiatan usaha bank syariah wajib sesuai dengan prinsip syariah yang meliputi:

- a. Keadilan yaitu bank mengambil keuntungan berdasarkan penjualan yang sesungguhnya sesuai risiko dan kontribusi pihak.
- b. Kemitraan yaitu posisi nasabah pada bank baik nasabah investor, pengguna dana, maupun lembaga setara dengan mitra yang saling bersinergi untuk mendapat keuntungan.
- c. Transparansi yaitu dalam memberikan laporan keuangan lembaga keuangan syariah dilaporkan secara terbuka agar mitra atau investor mudah dalam mengetahui kondisi dananya.
- d. Universal yaitu bank syariah tidak membeda-bedakan antara agama, suku, ras, maupun suatu golongan dalam masyarakat. Hal ini sesuai dengan prinsip syariah yaitu *rahmatan lil alamin*.

2.2.2. Produk Bank Syariah

Menurut Muhamad (2017) konsep dan prinsip dalam operasional bank syariah meliputi:

a. Penghimpunan dana (*funding*)

Penghimpunan dana (*funding*) pada bank syariah berupa deposito, tabungan, maupun giro. Dengan konsep operasionalnya menggunakan beberapa prinsip syariah, yaitu:

- a) *Wadi'ah*, pada rekening giro prinsip yang digunakan yaitu *wadi'ah yad dhamanah amanah* dimana pihak bank bertanggung jawab atas harta titipan sehingga bank boleh memanfaatkan dananya. Sedangkan *wadi'ah amanah* bank tidak boleh memanfaatkan dana nasabahnya.
- b) *Mudharabah* adalah akad penghimpunan dana dimana penyimpan atau *shahibul maal* dan bank sebagai pengelola atau *mudharib*. Keuntungan yang didapat dari kegiatan tersebut akan dibagikan berdasar nisbah yang disepakati.

Berdasarkan kewenangan yang diberikan *shahibul maal*, prinsip *mudharabah* dibagi mejadi 2 yang meliputi:

- i. *Mudharabah mutlaqah* atau tidak ada batasan dalam menggunakan dana.
- ii. *Mudharabah muqayyadah* akad ini terdapat batasan dengan memberikan syarat tertentu yang harus ditaati oleh bank

b. Penyaluran dana

Menurut Karim (2014) penyaluran dana dapat dibedakan menjadi 4 yang meliputi:

- a) Prinsip jual beli (*Ba'i*) yaitu akad yang terdapat perpindahan kepemilikan benda atau barang dengan keuntungan yang sudah ditetapkan pada saat akad. Transaksi menurut prinsip jual beli dapat dibedakan menjadi pembiayaan *murabahah*, pembiayaan *salam*, dan pembiayaan *isthisna*.
- b) Prinsip sewa (*Ijarah*) yaitu akad sewa berupa jasa, Prinsip sewa dengan opsi berpindah kepemilikan disebut *ijarah muntahhiyah bittamlik*.
- c) Prinsip bagi hasil (*Syirkah*) produk pembiayaan menggunakan prinsip bagi hasil yang meliputi pembiayaan *musyarakah* yaitu akad kerjasama dimana *mudharib* maupun *shahib al-maal* saling memberikan dananya dan pembiayaan *mudharabah* yaitu akad kerjasama dimana seluruh dana berasal dari *shahib al-maal*.

c. Akad pelengkap

Layanan pada bank syariah sebagai lembaga intermediasi yang meliputi:

- a) *Wakalah* atau perwakilan untuk menyelesaikan suatu perkara sesuai permintaan nasabah.

- b) *Kafalah* atau jaminan untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung.
- c) *Sharf* atau jual beli valuta asing.
- d) *Qardh* atau dana talangan.
- e) *Rahn* atau jaminan atas pinjaman.
- f) *Hiwalah* atau mengalihkan utang piutang.

2.2.3. Larangan Bank Syariah

Prinsip syariah yang dilarang dalam kegiatan usaha bank syariah yaitu kegiatan yang mengandung unsur sebagai berikut:

- a. *Meisir* atau perjudian.
- b. *Gharar* atau sesuatu yang tidak jelas kualitas dan kuantitasnya.
- c. Riba atau kelebihan atau pertambahan harga pokok atau modal secara bathil. Jenis-jenis riba sebagai berikut:
 - a) Riba *Fadhl* yaitu riba karena tukar menukar dua barang yang jenisnya sama tetapi timbangan atau takaran yang diisyaratkan tidak sama.
 - b) Riba *Qardh* yaitu pinjaman dengan persyaratan berupa keuntungan seperti tambabahan bagi yang meminjami.
 - c) Riba *Yad* yaitu barang di jual sebelum menerima barang dari penjual.
 - d) Riba *Nasi'ah* yaitu tukar menukar barang yang sejenis maupun tidak sejenis dengan pembayaran yang telah diisyaratkan terlebih dahulu.

2.3. Pembiayaan Syariah

Produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dibagi menjadi tiga bagian yaitu produk penyaluran dana, produk penghimpunan dana, dan produk jasa. Salah satunya yaitu produk-produk penyaluran dana atau pembiayaan. Menurut Karim (2014) terdapat beberapa akad dalam pembiayaan, yaitu:

2.3.1. Pembiayaan Dengan Prinsip Jual-Beli (*Ba'i*)

Pembiayaan dengan prinsip jual-beli didasarkan pada perpindahan kepemilikan objek dengan keuntungan yang menjadi milik bank ditentukan di depan saat melakukan akad dan menjadi bagian dari harga objek pembiayaan yang dijual. Pembiayaan berdasarkan prinsip jual beli dapat dibedakan berdasarkan waktu pembayaran, yaitu:

- a. Pembiayaan *murabahah* yaitu bank bertindak sebagai penyedia dana dan nasabah sebagai pembeli. Harga jual untuk objek akad yaitu harga beli bank ditambah keuntungan (margin) yang disepakati. Untuk pembayaran dilakukan secara cicil atau tunai setelah barang diserahkan.
- b. Pembiayaan *salam* yaitu transaksi jual beli dimana barang belum ada sehingga barang diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dibayar secara tunai terlebih dahulu.
- c. Pembiayaan *isthisna'* seperti akad *salam* perbedaannya berada pada pembayaran yang dapat dilakukan sesuai dengan kesepakatan atau pembayaran dalam beberapa termin.

2.3.2. Pembiayaan Prinsip Sewa (*Ijarah*)

Pembiayaan ini biasanya digunakan untuk produk jasa. Terdapat dua jenis pembiayaan menggunakan prinsip sewa yang meliputi:

- a. *Ijarah* yaitu sewa yang tidak terjadi perpindahan opsi kepemilikan.
- b. *Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik* (IMBT) yaitu akad sewa dengan opsi perpindahan kepemilikan di akhir

2.3.3. Pembiayaan Prinsip Bagi Hasil (*Syirkah*)

Pembiayaan ini dibedakan menjadi berikut:

- a. Pembiayaan *musyarakah* yaitu transaksi atas dasar kerjasama yang melibatkan dua belah pihak atau lebih dimana saling memadukan sumber daya baik berwujud maupun tidak berwujud, seperti aset, kepemilikan (*property*), peralatan, bahkan kepercayaan.
- b. Pembiayaan *mudharabah* yaitu transaksi atas dasar kerjasama antara dua orang atau lebih pihak dimana pemilik dana mempercayakan seluruh dananya kepada pengelola dengan perjanjian pembagian keuntungan.

2.3.4. Akad Pelengkap

Untuk mempermudah proses pembiayaan. Berikut merupakan akad-akad pelengkap yaitu:

- a. *Hiwalah* (alih utang-piutang) merupakan akad pemindahan utang piutang untuk mengantisipasi kerugian yang mungkin timbul.
- b. *Rahn* (gadai) merupakan jaminan pembayaran kepada bank apabila nasabah wanpresatasi atau gagal bayar.

- c. *Qardh* (pinjaman uang) merupakan dana untuk talangan bagi nasabah.
- d. *Kafalah* (garansi bank) merupakan garansi yang diberikan bank dengan tujuan untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban pembayaran.
- e. *Wakalah* merupakan perwakilan untuk menyelesaikan perkara
- f. *Sharf* merupakan jual beli valuta asing

2.4. Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi bahkan memuaskan kebutuhan atau keinginan manusia melalui proses pertukaran (Assauri, 2013). Pemasaran juga diartikan sebagai proses sosial baik individu maupun kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan dengan menawarkan produk maupun jasa yang bernilai bagi pihak lain (Ikatan Bankir Indonesia, 2017). Strategi pemasaran merupakan serangkaian kebijakan atau aturan untuk memberi arah pada masing-masing tingkatan atau acuan sebagai tanggapan untuk menghadapi perubahan lingkungan dan keadaan pesaing yang akan selalu berubah. Keberhasilan pemasaran dilihat dari pencapaian sasaran melalui tingkat keuntungan yang telah ditetapkan (Assauri, 2013). Hal-hal yang diperhatikan dalam menyusun strategi pemasaran yaitu sebagai berikut:

- a. *Segmentation* merupakan proses pengelompokan nasabah berdasar keinginan, daya beli, dan kekuatan yang akan memberikan kemudahan untuk memasarkan produk sesuai kebutuhan dari nasabah.

- b. *Targeting* merupakan proses menentukan nasabah yang akan ditawarkan produk yang akan di jual dan kesesuaian produk yang akan di jual.
- c. *Positioning* merupakan proses penentuan posisi produk sehingga nasabah atau pasar menjadi tepat sasaran dalam mengenal produk.

2.5. Bauran Pemasaran

Pemasaran merupakan pintu untuk mengalirnya dana kembali ke perusahaan, oleh karena itu pemasaran merupakan berperan penting untuk mencapai keuntungan perusahaan. Kegiatan pemasaran memungkinkan perusahaan mencapai tingkat keuntungan dalam jangka panjang untuk keberlangsungan dan pengembangan perusahaan. Sehingga pemasar berperan dalam menjamin kelancaran usaha perusahaan agar terhindar dari kebangkrutan. Untuk mencapai target pemasaran harus memperhatikan elemen-elemen yang dapat dikendali oleh perusahaan yaitu konsep bauran pemasaran (*marketing mix*). *Marketing mix* dikelompokkan menjadi 4 variable yang biasa disebut 4P yang diperlukan dalam keberhasilan pemasaran, yang meliputi (Ikatan Bankir Indonesia, 2017):

- a. Produk (*Product*) merupakan kualitas, keragaman produk, nama merek, ciri, benefit dari produk, dan pelayanan, garansi. Produk yang baik yang mampu memenuhi kebutuhan akan memberikan peluang keberhasilan dalam penjualan.
- b. Tempat (*Place*) merupakan cakupan pasar, lokasi, atau pengelompokan dimana letak yang strategis yang akan menunjang keberhasilan proses penjualan.

- c. Harga (*Price*) merupakan unsur yang penting, yang termasuk kedalam harga produk meliputi potongan harga atau sistem pembayaran periodik seperti pembayaran secara cicil. Hal tersebut merupakan penunjang keberhasilan dalam menjual produk.
- d. Promosi (*Promotion*) merupakan proses memperkenalkan produk. Promosi dapat dengan cara seperti promosi penjualan khusus, iklan, atau pemasaran secara langsung. Hal tersebut penting untuk mengenalkan produk kepada nasabah dan membangun image produk yang berdaya jual tinggi.

Karena perkembangan zaman yang semakin maju menyebabkan elemen *marketing mix* meluas menjadi 7P, dengan tambahan sebagai berikut:

- a. Orang (*People*) yaitu pelaku yang berperan penting dalam industri jasa seperti sumber daya manusia memberi pengaruh untuk baik atau buruknya suatu perusahaan. Oleh karena itu, sumber daya manusia harus memiliki pengetahuan yang baik. Tidak hanya pengetahuan sumber daya manusia harus berperilaku atau memiliki sikap yang baik, sehingga nasabah akan merasa puas dan diharapkan dapat meningkatkan loyalitas.
- b. Proses (*Process*) Berhubungan mengenai semua kegiatan yang akan menggerakkan aktivitas perusahaan. Aktivitas perusahaan melibatkan prosedur, jadwal, mekanisme, dan aktivitas rutin.
- c. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Bukti fisik menjadi salah satu pengaruh bagi nasabah untuk mengambil keputusan dalam penggunaan jasa. Lingkungan, warna, fasilitas merupakan hal penunjang mencapainya sebuah strategi.



BAB III

ANALISIS DESKRIPTIF

3.1. Data Umum

3.1.1. Sejarah Bank Syariah Indonesia

Indonesia dengan penduduk muslim terbesar di dunia merupakan potensi untuk industri keuangan syariah. Masyarakat yang mulai menggunakan transaksi yang sesuai dengan prinsip syariah merupakan faktor utama perkembangan industri keuangan syariah di Indonesia. Bank syariah bertugas sebagai perantara untuk seluruh aktivitas ekonomi pada sektor industri halal. Berkembangnya industri perbankan syariah menumbuhkan inovasi produk, peningkatan layanan, dan pengembangan jaringan untuk menunjang perkembangan menuju arah yang positif dari tahun ke tahun.

Oleh karena itu 3 bank syariah besar milik BUMN yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah pada tanggal 1 Februari 2021 melakukan merger menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Dengan menyatukan kelebihan dari ketiga bank, Bank Syariah Indonesia (BSI) diharapkan dapat menghadirkan layanan yang lebih lengkap dengan jangkauan yang lebih luas serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih besar. Bank Syariah Indonesia (BSI) didukung oleh induk bank (BNI, BRI, dan Mandiri) diharapkan dapat bersaing di tingkat global dan diharapkan dapat menjadi energi baru untuk membangun ekonomi syariah sehingga berkontribusi untuk

kesejahteraan masyarakat yang akan membawa kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil'Alamin*).

3.1.2. Visi dan Misi

Visi dan Misi PT Bank Syariah Indonesia Tbk adalah sebagai berikut:

a. Visi

TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK

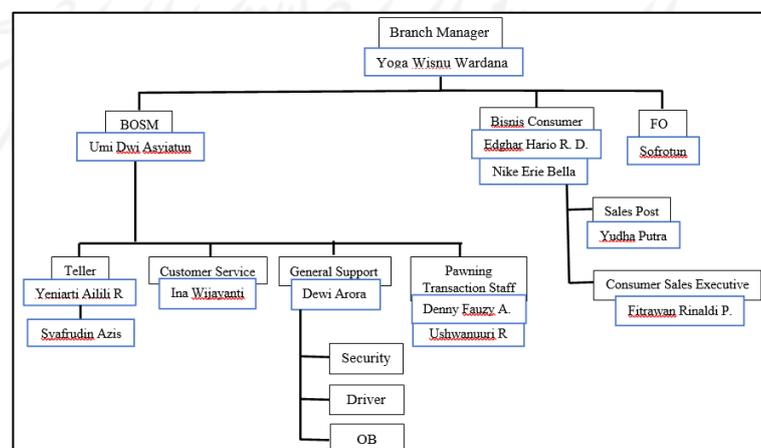
Menciptakan Bank Syariah yang masuk ke dalam 10 besar menurut kapitalisasi pasar secara global dalam waktu 5 tahun ke depan

b. Misi

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.

3.1.3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi pada BSI KCP Ambarukmo:



Gambar 3.1 Struktur Organisasi BSI KCP Ambarukmo
Sumber: BSI KCP Ambarukmo (2022)

Pembagian tugas masing-masing jabatan pada BSI KCP Ambarukmo tersebut di uraikan antara lain sebagai berikut:

1. *Branch Manager* bertugas memimpin dan bertanggung jawab seluruh aktivitas cabang dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Kemudian merencanakan rencana kerja dan anggaran untuk mencapai tujuan cabang.
2. *Branch Operation & Service Manager* bertanggung jawab untuk kegiatan pelayanan administrasi di *front office* maupun *back office*. Kemudian memberikan *override* dan memberikan konsultasi yang berkaitan dengan administrasi transaksi maupun pembiayaan. BOSM membawahi unit Teller, *Customer Service*, *General support* dan *Pawning Transaction Staff*.
 - a. Teller bertugas memproses transaksi tunai maupun non tunai serta warkat sesuai dengan wewenang, meyakini keaslian maupun kesesuaian jumlah fisik uang, dan menyediakan uang tunai di ATM
 - b. *Customer Service* bertugas menerima permohonan pembukaan maupun penutupan rekening, memberikan informasi mengenai produk, menerima keluhan, dan melakukan pekerjaan administratif.
 - c. *General Support* bertugas untuk membuat laporan anggaran dan pembayaran, mengurus perizinan maupun legalitas, dan

melakukan pengelolaan maupun pengembangan SDM termasuk satpam, *driver*, dan *office boy*

d. *Pawning Transaction Staff* bertugas menerima permohonan gadai emas dan memberikan informasi mengenai gadai maupun memberikan informasi mengenai cicil emas.

3. *Bisnis Consumer* bertugas melakukan kegiatan pemasaran produk pembiayaan dan melakukan analisis kelayakan nasabah pembiayaan. Kemudian bersama *Sales Post* menggali kebutuhan nasabah dan memberikan solusi bagi nasabah yang membutuhkan dana. *Bisnis Consumer* membawahi *sales post* dan *consumer sales executive*.

a. *Sales Post* bertugas memperkenalkan produk perbankan kepada nasabah dan menggali kebutuhan nasabah.

b. *Consumer Sales Executive* bertugas membina hubungan yang baik dalam rangka menggali kebutuhan nasabah.

4. *Funding Officer* bertugas mempromosikan dan memperkenalkan produk penyimpanan dana dari bank.

3.1.4. Produk dan Jasa

Produk pendanaan dan pembiayaan BSI KCP Ambarukmo

1. Produk Pendanaan (*Funding*)

a. Tabungan

a) BSI Tabungan Valas

Merupakan tabungan yang simpanannya dalam mata uang dollar yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menyesuaikan ketentuan bank. Tabungan Valas menggunakan dua akad yaitu *Wadiah Yad Dhamanah* atau *Mudharabah Mutlaqah*.

b) BSI Tabungan Haji Indonesia

Merupakan tabungan untuk merencanakan ibadah haji dan umroh. Tabungan Haji Indonesia menggunakan akad *Wadiah* atau akad *Mudharabah*.

c) BSI Tabungan Haji Muda Indonesia

Merupakan tabungan untuk merencanakan ibadah haji dan umroh untuk masyarakat yang belum memiliki KTP atau dibawah usia 17 tahun.

d) BSI Tabungan Easy

Merupakan tabungan yang simpanannya dalam mata uang rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam operasional atau melalui ATM untuk penarikan dibawah 5 juta. Tabungan Easy menggunakan dua akad yaitu akad *Wadiah* dan akad *Mudharabah*.

e) BSI Tabungan Pensiun

Merupakan tabungan bagi nasabah perorangan yang terdaftar pada lembaga pengelola pensiun yang berkerjasama dengan

bank. Tabungan ini menggunakan akad *Wadiah Yad Dhamanah* atau *Mudharabah Mutlaqah*.

b. Deposito

a) BSI Deposito Valas

Merupakan investasi berjangka menggunakan akad *Mudhrabah* dalam bentuk mata uang asing yaitu USD dengan jangka waktu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan.

b) Deposito Rupiah

Merupakan investasi berjangka menggunakan akad *Mudharabah* dalam mata uang rupiah dengan jangka waktu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan.

c. Giro

a) BSI Giro Optima

Merupakan rekening giro menggunakan akad *Mudharabah* dengan keuntungan imbal hasil yang optimal berdasarkan rata-rata saldo.

b) BSI Giro Pemerintah

Merupakan rekening giro menggunakan akad *Mudharabah* dengan keuntungan bagi hasil sesuai saldo rata-rata, mendapat *account statement* setiap bulan, dan dapat digunakan sebagai agunan.

Produk Pembiayaan (*Lending*)

a. BSI Griya

Produk pembiayaan yang membantu nasabah untuk mewujudkan rumah. Produk BSI Griya melayani beragam kebutuhan seperti pembelian rumah baru/rumah *second*/ruko/rukan/apartemen, pembelian *kaveling*, renovasi rumah, ambil alih (*take over*) pembiayaan dari bank lain, dan *refinancing* pemenuhan kebutuhan.

b. BSI Multiguna Hasanah

Produk pembiayaan yang membantu nasabah untuk memenuhi segala kebutuhan seperti fasilitas pembiayaan konsumtif yang meliputi pembelian barang kebutuhan konsumtif (pembelian *furniture*), pembelian manfaat jasa (*wedding organizer* untuk pernikahan atau ulang tahun), atau pengalihan/pemindaahan utang pembiayaan konsumtif.

c. BSI OTO

Produk pembiayaan yang membantu nasabah untuk memiliki kendaraan seperti mobil baru/bekas maupun motor baru sesuai dengan prinsip syariah.

d. Mitraguna Online

Produk pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan tanpa agunan.

Pembiayaan Mitraguna Online hanya diberikan bagi pegawai yang masuk dalam segmentasi.

e. BSI Mitraguna Berkah

Pembiayaan Mitraguna Berkah hanya diberikan bagi pegawai yang masuk dalam segmentasi. Keunggulan pembiayaan Mitraguna Berkah yaitu limit pembiayaan sampai dengan Rp1.500.000.000,00 dengan tenor sampai dengan 15 tahun.

f. BSI Gadai Emas

BSI Gadai Emas merupakan produk pembiayaan dengan jaminan berupa emas.

g. BSI Cicil Emas

BSI Cicil Emas merupakan produk untuk melakukan cicil emas dengan jenis emas batangan dengan minimal berat 10 gram.

Produk jasa BSI KCP Ambarukmo

a. BSI Mobile

Layanan aplikasi *mobile banking* yang dapat diakses selama 24 jam.

BSI Mobile dilengkapi dengan fitur islami seperti lokasi masjid, waktu shalat, dan arah kiblat. Tidak hanya itu BSI Mobile juga dilengkapi dengan fitur berbagi seperti zakat, wakaf, infaq, dan shadaqah.

b. BSI QRIS

Layanan pembayaran digital dengan cara scan QR Code.

c. BSI Net

Layanan transaksi melalui web yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun. Keunggulan BSI Net yaitu dapat dimonitoring mutasi rekening hingga 2 tahun dengan limit transaksi lebih dari Rp1 miliar.

d. BSI Hasanah *Card*

Kartu pembiayaan BSI Hasanah *Card* berfungsi seperti kartu kredit.

Limit penggunaan BSI Hasanah *Card* dibedakan berdasarkan tingkatannya.

3.2. Data Khusus

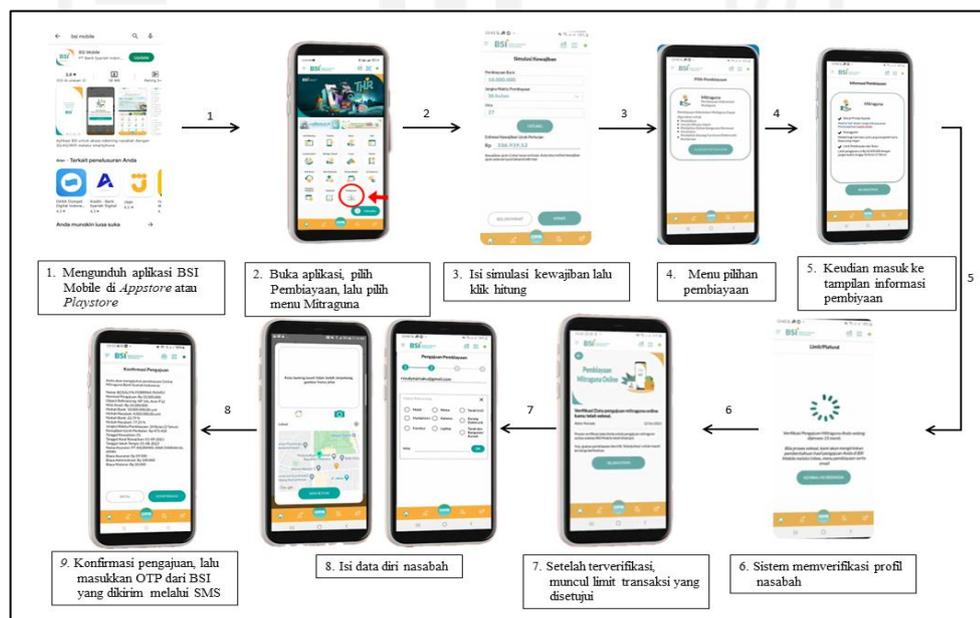
3.2.1. Produk Dan Persyaratan Pembiayaan BSI Mitraguna Online Pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo

Produk pembiayaan BSI Mitraguna Online merupakan produk pembiayaan untuk nasabah perorangan. Akad yang digunakan dalam produk pembiayaan ini yaitu akad *refinancing* dengan skema *Al-Ba'I* dalam rangka *Musyarakah Mutanaqisoh*. Produk pembiayaan BSI Mitraguna Online memiliki jangka waktu pembayaran sampai dengan 3 tahun dengan minimal pembiayaan sebesar Rp10.000.000,00 dan maksimum pembiayaan sebesar Rp50.000.000,00. Keunggulan dari pembiayaan BSI Mitraguna Online yaitu dapat memenuhi segala kebutuhan nasabah yang halal, akses yang mudah tanpa datang ke kantor bank untuk proses pencairannya, dan proses *approval* yang cepat (*real time approval*). Mata uang yang digunakan pada produk pembiayaan BSI Mitraguna Online yaitu rupiah dengan sistem pembayaran angsuran untuk pembiayaan ini yaitu dengan sistem autodebet dari rekening.

Syarat pengajuan pembiayaan BSI Mitraguna Online yaitu khusus untuk nasabah payroll BSI, nasabah prioritas, bank operasional 2, BUMN, pegawai rumah sakit, dokter, pensiunan ASN, dan swasta terpilih dengan syarat dan biaya administrasi sebagai berikut:

- a. WNI yang cakap hukum
- b. Usia minimal pengajuan pembiayaan 21 tahun sampai dengan maksimal 55 tahun pada saat jatuh tempo pembiayaan
- c. Biaya administrasi 0,5%
- d. Biaya asuransi
- e. Nasabah pengguna aktif BSI Mobile
- f. Nasabah yang menerima pengajian atau *payroll* melalui BSI

Skema pengajuan pembiayaan BSI Mitraguna Online pada BSI KCP Ambarukmo adalah sebagai berikut:



Gambar 3.2 Skema Pembiayaan BSI Mitraguna Online

Sumber: Youtube BSI Area Surabaya Kota (2021)

Berikut tahapan pengajuan pembiayaan BSI Mitraguna Online melalui BSI Mobile:

1. Nasabah mengunduh aplikasi BSI Mobile melalui *Appstore* atau *Playstore*.
2. Setelah itu buka aplikasi BSI Mobile kemudian memilih menu “pembiayaan”. Setelah itu pilihan opsi “Mitraguna” kemudian akan masuk ke menu simulasi kewajiban.
3. pada simulasi kewajiban isikan jumlah pembiayaan, jangka waktu pembiayaan, dan usia. Kemudian klik “hitung” setelah itu muncul estimasi kewajiban *ujrah* perbulan. Setelah itu klik tombol “minat”.
4. Setelah itu akan masuk ke menu pilihan pembiayaan yang dapat digunakan kemudian klik “ajukan pembiayaan”.
5. Setelah itu masuk ke tampilan informasi pembiayaan, tampilan ini berisi mengenai informasi mengenai akad, keunggulan, dan limit pembiayaan kemudian klik “selanjutnya”.
6. setelah klik “selanjutnya” sistem akan memverifikasi profil nasabah. Setelah pengajuan pembiayaan di setujui oleh sistem. Nasabah akan mendapat pesan melalui inbox pada BSI Mobile.
7. Kemudian akan tertampil limit pembiayaan beserta informasi mengenai jangka waktu maksimal pembiayaan dan akad yang digunakan.

8. Kemudian isi data diri mulai dari tahap 1 menginput data pembiayaan, tahap 2 checklist pilihan mengajukan pembiayaan, tahap 3 ambil foto barang yang menjadi *refinancing*.
9. Setelah itu masukkan pin dan konfirmasi pengajuan. Jika sudah sesuai klik “konfirmasi” dan akan dikirim kode OTP melalui SMS untuk verifikasi yang terakhir.

3.2.2. Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan BSI Mitraguna Pada PT Bank

Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo

Semakin ketatnya persaingan di perbankan syariah untuk mempertahankan keberlangsungan perbankan di butuhnya strategi. Strategi pemasaran merupakan hal yang penting dalam melaksanakan usaha agar tujuan perusahaan tercapai. Agar proses strategi pemasaran berlangsung secara efektif dan efisien. Dalam hal ini, terdapat tujuh komponen bauran pemasaran atau *marketing mix (7P)* yaitu:

Marketing Mix (7P)						
1. Produk/ <i>Product</i>	2. Harga/ <i>Price</i>	3. Tempat/ <i>Place</i>	4. Promosi/ <i>Promotion</i>	5. Orang/ <i>People</i>	6. Proses/ <i>Process</i>	7. Bukti Fisik/ <i>Physical Evidence</i>

1. Produk (*Product*)

Produk pembiayaan BSI Mitraguna Online merupakan salah satu produk pembiayaan berskala kecil dengan minimal pembiayaan Rp10.000.000,00 dan maksimal pembiayaan Rp50.000.000,00 yang ditawarkan oleh PT Bank Syariah

Indonesia Tbk. Produk ini menggunakan akad *Al-Ba'I* dalam rangka *Musyarakah Mutanaqisoh*. Kunggulan produk pembiayaan BSI Mitraguna Online dari produk pembiayaan lainnya yaitu:

- a. Pembiayaan tanpa agunan
- b. Pengajuan pembiayaan melalui BSI Mobile tanpa datang ke kantor cabang terdekat
- c. *Real-time approval*

Dengan kemudahan tanpa perlu datang ke kantor cabang memberikan kemudahan bagi nasabah. Apalagi dengan adanya pandemi Covid-19 produk pembiayaan BSI Mitraguna Online bermanfaat untuk mengurangi kontak dengan masyarakat lainnya. Namun kendala yang dihadapi apabila melakukan pembiayaan online yaitu dapat terjadi kegagalan saat verifikasi atau pencairan dana karena *trouble system*.

2. Harga (*Price*)

Biaya yang diperlukan untuk proses pengajuan pembiayaan menjadi pertimbangan penting bagi nasabah. Oleh karena itu, BSI KCP Ambarukmo memberikan harga dengan rincian untuk produk pembiayaan BSI Mitraguna Online sebagai berikut:

1. Biaya asuransi
2. Biaya administrasi sebesar 0,5 %
3. Biaya materai (Rp10.000,00)

Biaya ini dibanding dengan produk pembiayaan lainnya cukup menguntungkan karena biaya administrasi yang relatif ringan, dan pembayaran angsuran autodebet dari rekening. Untuk biaya asuransi untuk pembiayaan Rp10.000.000,00 asuransi yang dibebankan sekitar Rp59.500,00.

3. Tempat (*Place*)

BSI KCP Ambarukmo memiliki letak yang strategis. Karena letak yang strategi menjadi pertimbangan bagi calon nasabah maupun nasabah. BSI KCP Ambarukmo beralamat di Jl. Laksda Adisucipto No 167, Ambarukmo, Caturtunggal, Depok, Sleman, DI Yogyakarta. Lokasi tersebut berada di sekitar pertokoan, perkantoran, pusat perbelanjaan, dan rumah penduduk sehingga mudah dijangkau. Dalam menyalurkan informasi mengenai produk *marketer* BSI KCP Ambarukmo biasanya langsung mendatangi nasabah di rumah atau tempat bekerja. Dengan begitu *marketer* akan lebih leluasa dalam menjelaskan produk pembiayaan BSI Mitraguna Online dan bukti pelayanan prima bagi nasabah.

4. Promosi (*Promotion*)

BSI KCP Ambarukmo melakukan strategi promosi menggunakan beberapa metode yang meliputi:

a. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Dilakukan dengan datang secara langsung seperti datang ke kantor atau rumah dan dengan menghubungi melalui media komunikasi seperti *Whatsapp*. *Marketer* BSI KCP Ambarukmo menawarkan produk pembiayaan BSI Mitraguna Online kepada nasabah melalui perantara *sales post* atau *marketing sales executive*. Namun pada bulan Februari 2022 kasus covid-19 kembali naik, hal tersebut memberikan kendala bagi *marketer* dalam proses *personal selling* karena banyak instansi yang menerapkan *work from home*.

b. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan merupakan alat yang digunakan untuk menarik minat. Dengan periklanan nasabah bisa mengetahui produk-produk yang ditawarkan. BSI KCP Ambarukmo dalam memperkenalkan produk pembiayaan BSI Mitraguna Online kepada nasabah dilakukan dengan memanfaatkan media cetak seperti banner, brosur, dan melakukan periklanan melalui media sosial seperti *Instagram* dan *Whatsapp*. Namun kurang aktif karena tidak ada bagian yang bertanggung jawab khusus untuk promosi melalui media cetak maupun media sosial.

c. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Strategi yang dilakukan BSI KCP Ambarukmo yaitu dengan cara mengadakan program-program seperti pesta hadiah dan dengan cara memberikan *souvenir* seperti payung, kalender, dan lainnya. Hal tersebut berperan efektif untuk menarik minat nasabah dan untuk meningkatkan loyalitas nasabah terhadap BSI KCP Ambarukmo.

5. Orang (*People*)

Perbankan yang bergerak di bidang jasa faktor sumber daya manusia yaitu karyawan menjadi unsur penting. Unsur penting dalam sumber daya manusia adalah *attitude* atau sikap sebagai upaya perbankan memberikan pelayanan yang optimal dan memberikan kenyamanan bagi nasabah. Dalam mewujudkan unsur penting itu BSI KCP Ambarukmo menerapkan perilaku 5S (senyum, sapa, salam, sopan, dan santun) yang berlaku untuk semua karyawan yang meliputi satpam, teller, *customer service*, maupun *marketer* kepada nasabah. Di masa pandemi karyawan BSI KCP Ambarukmo selalu menerapkan protokol kesehatan sehingga nasabah merasa nyaman dan aman.

6. Proses (*Process*)

Proses merupakan cara perbankan untuk melayani permintaan nasabah. Proses juga mencerminkan kreativitas dan

inovasi untuk mendapat nasabah baru maupun menjalin hubungan jangka panjang dengan nasabah.

Pelayanan untuk pembiayaan BSI Mitraguna Online relatif mudah dan cepat karena dapat diajukan melalui BSI Mobile.

Pada BSI KCP Ambarukmo pengajuan pembiayaan BSI Mitraguna Online biasanya dipandu oleh *marketer*. Berikut proses atau prosedur yang dilakukan oleh *marketer* BSI KCP Ambarukmo, yaitu:

- a. Nasabah menghubungi pihak *marketer* melalui media komunikasi atau datang langsung ke kantor BSI KCP Ambarukmo.
- b. *Marketer* menemui nasabah, kemudian menanyakan kebutuhan pembiayaan nasabah. Jika pembiayaan kurang dari Rp50.000.000,00 dan termasuk kedalam segemntasi syarat pengajuan pembiayaan BSI Mitraguna Online, *marketer* akan mengarahkan untuk menggunakan BSI Mitraguna Online melalui BSI Mobile.
- c. *Marketer* akan memandu langkah-langkah pengajuan pembiayaan dan menjelaskan kembali mengenai produk BSI Mitraguna seperti akad, sistem pembayaran, biaya administrasi, biaya asuransi, dan besar angsuran setiap bulannya.

- d. Setelah pembiayaan diverifikasi dan disetujui oleh sistem dan telah mengisi data pembiayaan dana akan di transfer ke rekening nasabah kurang dari 1x 24 jam.

7. Bukti fisik (*Physical Evidence*)

Bukti fisik (*Physical Evidence*) merupakan lingkungan, tata letak, serta fasilitas yang berkaitan dengan produk atau jasa. Untuk lingkungan yang meliputi gedung dan interior BSI KCP Ambarukmo didesain untuk menunjukkan identitas dari PT Bank Syariah Indonesia Tbk yaitu bernuansa hijau, putih, dan kuning. BSI KCP Ambarukmo mempunyai gedung yang cukup luas memiliki 2 ruangan yang nyaman untuk nasabah yang akan mengajukan pembiayaan. BSI KCP Ambarukmo dilengkapi dengan fasilitas wifi yang memudahkan nasabah mengakses BSI Mobile. BSI KCP Ambarukmo juga dilengkapi dengan kamar mandi khusus nasabah dan mushola sehingga nasabah yang datang ke kantor cabang diharapkan dapat merasa nyaman.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan pada halaman sebelumnya maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Produk pembiayaan BSI Mitraguna Online merupakan produk pembiayaan tanpa agunan yang dapat diakses dengan mudah melalui BSI Mobile tanpa harus datang ke kantor bank dan proses *approval* yang cepat (*real time approval*) dengan limit sampai dengan Rp50.000.000,00.

Syarat pengajuan pembiayaan BSI Mitraguna Online yang harus nasabah penuhi antara lain merupakan WNI yang berusia minimal 21 tahun sampai dengan 55 tahun, membayar biaya administrasi, membayar biaya asuransi, dan merupakan nasabah yang termasuk dalam segmentasi penerima pembiayaan BSI Mitraguna Online.

2. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BSI KCP Ambarukmo pada produk pembiayaan BSI Mitraguna Online yaitu dengan mengembangkan *marketing mix* atau bauran pemasaran, antara lain:
 - a. Produk pembiayaan BSI Mitraguna Online memiliki keunggulan pada sistem pencairan dana yang cepat dan *real-time approval*,
 - b. Produk pembiayaan BSI Mitraguna Online dapat dicairkan tanpa agunan, serta biaya administrasi yang terjangkau,

- c. Dalam menawarkan produk pembiayaan BSI Mitraguna Online dilakukan oleh *sales post* dengan melakukan *personal selling*,
- d. Selain itu, melalui *marketing sales executive* yang membantu kelancaran proses pengajuan pembiayaan BSI Mitraguna Online,
- e. BSI KCP Ambarukmo mengiklankan produk yang ditawarkan melalui berbagai platform online maupun media cetak. Namun, proses promosinya masih kurang aktif sehingga banyak nasabah yang belum mengetahui produk BSI Mitraguna Online.

4.2. Saran

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

1. Produk BSI Mitraguna Online dapat diakses dengan mudah menggunakan BSI Mobile dan proses *approval* yang cepat (*real time approval*), diharapkan dengan sistem *real time approval* dan pemakaian BSI Mobile sebagai alat pengajuan pembiayaan dapat didukung dengan sistem atau *software* yang mumpuni.
2. Syarat pengajuan pembiayaan BSI Mitraguna Online hanya dapat diajukan oleh nasabah yang masuk segmentasi (bank operasional 2, BUMN, Payroll BSI, pegawai rumah sakit, dokter, Pensiunan PNS, dan swasta terpilih) diharapkan pembiayaan BSI Mitraguna Online dapat menjangkau seluruh nasabah.
3. Pemasaran produk BSI Mitraguna Online pada BSI KCP Ambarukmo perlu lebih aktif dalam melakukan promosi melalui media cetak, media

elektronik, dan media sosial sehingga masyarakat lebih mengenal produk pembiayaan BSI Mitraguna Online dan dibutuhkannya wadah untuk mempromosikan produk-produk pada BSI terutama BSI Mitraguna Online seperti *marketing communications* (marcom) atau membentuk tim yang bertanggung jawab untuk proses promosi.



DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran* (pertama). Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Bank Syariah Indonesia. (2021). *Mitraguna Online*. Bank Syariah Indonesia. Retrieved from <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/1614587813mitraguna-online>
- Ikatan Bankir Indonesia. (2017). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan* (1st ed.). Jakarta: PT Gramedia Pustaka utama.
- Karim, A. A. (2014a). *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan* (5th ed.). Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Karim, A. A. (2014b). *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan* (kelima). Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kasmir. (2016a). *Bank dan Lembaga keuangan Lainnya*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kasmir. (2016b). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Muhamad. (2017). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Prinsip dan Konsep Dasar Perbankan Syariah*. Otoritas Jasa Keuangan. Retrieved from

<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Prinsip-dan-Konsep-PB-Syariah.aspx>

UU RI, N. 10 T. 1998. (1998). Undang-Undang RI No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan. *Lembaran Negara Republik Indonesia*, 182. Retrieved from <http://www.bphn.go.id/data/documents/98uu010.pdf>



LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Magang



PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk
KCP Ambarukmo
Jl. Laksda Adisucipto No. 167
Yogyakarta
T : +62 274 484202
F : +62 274 484859
www.bankbsi.co.id

SURAT KETERANGAN

No. 02/0247-3/0244

PT Bank Syariah Indonesia KCP Ambarukmo yang berkedudukan di Jalan Laksda Adi
Sucipto No. 167 Yogyakarta, dengan ini menerangkan bahwa :

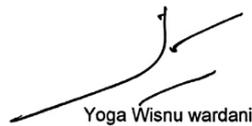
Nama : LATIFA DWI HANDAYANI
Tempat Tanggal Lahir : SLEMAN, 30 September 2001
No KTP : 3404177009010002
Universitas : Universitas Islam Indonesia
Prodi : D3 Perbankan dan Keuangan

Telah melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di PT Bank Syariah Indonesia KCP
Ambarukmo Yogyakarta pada periode 24 Januari s.d. 15 April 2022.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 24 Mei 2022

PT BANK SYARIAH INDONESIA
KCP AMBARUKMO



Yoga Wisnu wardani
Branch Manager



Umi Dwi Asyiatun
Branch Operation & Service Manager

Lampiran 2 BSI Mobile



Lampiran 3 Proses *canvassing* bersama *marketer*

