

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SIMPANAN
PELAJAR (SIMPEL)
DI BANK BRI SYARIAH KC PURWOKERTO**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya

Oleh :
IAIN PURWOKERTO
SANDY RHEZA PRIBADI
1223204019

**PROGRAM DIPLOMA III
MANAJEMEN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PURWOKERTO
2016**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sandy Rheza Pribadi
NIM : 1223204019
Jenjang : D III
Fakultas Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/MPS
Judul Tugas Akhir :Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan
Pelajar (Simpel) di Bank BRI Syariah KC
Purwokerto

Menyatakan bahwa naskah tugas akhir ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, Agustus 2016

IAIN PURWI

Yang menyatakan,



Sandy Rheza Pribadi
NIM. 1223204019



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No.40A Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

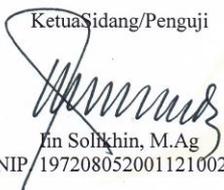
PENGESAHAN

Tugas Akhir berjudul

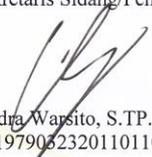
**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SIMPANAN PELAJAR (SIMPEL)
DI BANK BRI SYARIAH KC PURWOKERTO**

Yang disusun oleh Saudara/i **Sandy Rheza Pribadi** NIM.1223204019 Program Studi **D-III Manajemen Perbankan Syariah**, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada Hari Selasa tanggal 30 Agustus 2016 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Ahli Madya** dalam **Ilmu Perbankan Syariah** oleh **Sidang Dewan Penguji Tugas Akhir**.

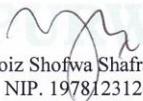
Ketua Sidang/Penguji


Fin Solikhin, M.Ag
NIP. 197208052001121002

Sekretaris Sidang/Penguji


Chandra Warsito, S.TP., M.Si
NIP.197903232011011007

Pembimbing/Penguji


Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si
NIP. 197812312008012027

Purwokerto, September 2016
Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Dr. H. Fatmuh Aminudin Aziz, M.M.
NIP. 19680403 199403 1 004

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, karya sederhana ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT, Segala puji bagi Engkau ya Allah, berkat rahmat dan kuasaMu akhirnya aku bisa menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga ini menjadi salah satu bentuk ibadah yang dapat bermanfaat bagi semesta. Aamiin.
2. Kepada kedua orang tua ku, Ibunda Sri Harti dan Ayahanda Supriyono yang penulis banggakan. Dengan penuh harapanku mulai karya tulis ini dengan satu tekad sebagai semangat. Semoga pengorbanan dan kebaikannya dalam mendidik anak-anaknya diberikan balasan yang terbaik oleh Allah SWT. Amiin.
3. Untuk adiku Mutiarani Pribadi dan Prastika Arum Pribadi (Almarhum) yang selalu memberikan dorongan dan semangat untuk penulis menyelesaikan tugas akhir dan doa kepada penulis, untuk keponakanku Ganesha Richi AN yang selalu menghadirkan tawa di setiap mengerjakan tugas akhir.
4. Kepada Bu Yoiz yang telah membimbing saya selama penyelesaian tugas akhir ini. Saya ucapkan terima kasih atas ilmu, nasihat yang telah Ibu beri pada saya. Terima kasih atas kesabaran Ibu selama masa bimbingan saya walau saya banyak kekurangan dan kelalaian.

5. Untuk kamu Nur Bani Wijayanti yang selalu ada di setiap cerita. Kamu yang selalu menjadi alasan aku tersenyum dan terus melangkah walau goyah untuk terus berusaha dan pantang menyerah. Teruntuk kamu yang selalu mendampingi di kala susah dan senang. Teruntuk kamu yang selalu berbagi cerita dan tawamu. Aku berterima kasih kepadaNya karena mengizinkanmu untuk menemaniku.
6. Untuk Sahabatku Mustafa Dhanang Purboyo dan Trima Evantoro yang selalu memberikan semangat dan motivasi dalam hal apapun untuk penulis mencapai kesuksesan dalam menyelesaikan tugas akhir ini
7. Untuk Sri Murniati dan Agis Faradilla Isna terimakasih telah menjadi partner PKL yang baik.
8. Keluarga besar MPS angkatan 2012 terimakasih atas segalanya, kalian adalah keluarga yang baik, kompak yang aku miliki.

Permohonan maaf penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis namun sampai saat ini penulis belum mampu untuk membalasnya. Semoga Allah meridhoi segala kebaikan yang diberikan. Amiin.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penyusun dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul : “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) di Bank BRI Syariah KC Purwokerto”. Shalawat serta salam selalu tercurahkan bagi Rasulullah SAW, keluarga dan para sahabat hingga akhir zaman.

Penyusun menyadari bahwa kesempurnaan hanya milik Allah, kekurangan merupakan bagian dari kehidupan manusia yang tak terbantahkan, begitu pula dengan karya-karyanya. Namun manusia wajib berusaha menuju kearah mendekati kesempurnaan. Demikian dengan sajian penulis ini tentu masih banyak hal yang perlu disempurnakan. Tetapi untuk melangkah sampai disini, penyusun tidaklah berjalan sendiri, melainkan dengan dukungan dari berbagai pihak yang sangat berjasa dalam penulisan tugas akhir maupun keseharian kehidupan penyusun.

Oleh karena itu, penyusun menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M.Ag. Rektor IAIN Purwokerto.
2. Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M.Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si. Ketua Jurusan Perbankan Syariah
4. H. Sochimin, Lc., M.Si. Ketua Program Diploma III Manajemen Perbankan Syari'ah.

5. Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.Pembimbing laporan Tugas Akhir.
6. Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.Pembimbing Akademik Program Diploma III Manajemen Perbankan Syariah angkatan 2012.
7. Dian Risdianto, Pimpinan Cabang Bank BRI Syariah KC Purwokerto yang telah menyediakan tempat Praktik Kerja bagi penulis.
8. Teguh Ariyanto, Pembimbing Lapangan dari Bank BRI Syariah KC Purwokerto yang telah memberikan bimbingan dan arahan di dunia lapangan kerja khususnya bidang perbankan.
9. Segenap pimpinan dan karyawan Bank BRI Syariah KC Purwokerto yang selalu memberikan pengarahan selama Praktik Kerja.
10. Seluruh dosen IAIN Purwokerto atas ilmu yang diberikan selama masa perkuliahan.

Secara khusus terima kasih yang tak terhingga disampaikan kepada semua teman-teman D III MPS yang telah memberikan semangat, dukungan, saran dan masukannya atas terselesaikannya Laporan Tugas Akhir ini. Semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat memberi manfaat bagi penulis sendiri dan bagi pembaca sekalian serta mampu meningkatkan mutu dan efektivitas pembelajaran. Akhir kata, semoga dukungan, dorongan, bantuan yang telah diberikan kepada penulis selama ini, mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT. Amiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 9 Agustus 2016



Sandy Rheza Pribadi
NIM. 1223204019

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 158 tahun 1987 Nomor 0543 b/u/1987 tanggal 10 September 1987 tentang pedoman transliterasi Arab-Latin dengan beberapa penyesuaian menjadi berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	s\a	s\	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	h{a	h{a	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	z\al	z\	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Za	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	s}ad	s}	es (dengan titik di bawah)
ض	d{ad	d{	de (dengan titik di bawah)

ط	t}a	t}	te (dengan titik di bawah)
ظ	z{a	z{	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain '....	Koma terbalik keatas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

1) Vokal tunggal (monoftong)

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
ـَ	fath}ah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	d}amah	U	U

Contoh: كَتَبَ -kataba يَذْهَبُ - yaz\habu

فَعَلَ -fa'ala سُئِلَ -su'ila

2) Vokal rangkap (diftong)

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama@	Gabungan Huruf	Nama
ـِي	<i>Fath}ah dan ya</i>	<i>Ai</i>	a dani
ـُو	<i>Fath}ah dan wawu</i>	<i>Au</i>	a dan u

Contoh: كَيْفَ - kaifa هَوْلٌ - haula

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ـِا	<i>fath}ah dan alif</i>	<i>Ā</i>	a dan garis di atas
ـِي	<i>Kasrah dan ya</i>	<i>Ī</i>	i dan garis di atas
ـُو	<i>d}amah dan wawu</i>	<i>Ū</i>	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla قِيلَ - qīla

رَمَى - ramā يَقُولُ - yaqūlu

4. *Ta Marbu>t}ah*

Transliterasi untuk *ta marbu>t}ah* ada dua:

1) *Ta marbu>t}ah*hidup

ta marbu>t}ah yang hidup atau mendapatkan *h}arakat fath}ah*, *kasrah* dan *d}ammah*, transliterasinya adalah /t/.

2) *Ta marbu>t}ah* mati

Ta marbu>t}ah yang mati atau mendapat *h}arakat sukun*, transliterasinya adalah /h/.

3) Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *tamarbu>t}ah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbu>t}ah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h)

contoh:

روضة الأطفال	<i>Raud}ah al-At}fāl</i>
المدينة المنورة	<i>al-Madīnah al-Munawwarah</i>
طلحة	<i>T}alh}ah</i>

5. *Syaddah (tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut di lambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

رَبَّنَا - *rabbānā*

نَزَّلَ - *nazzala*

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* dengan kata sandang yang diikuti huruf *qamariyyah*.

- 1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah*, kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
- 2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyyah*, ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf *syamsiyyah* maupun huruf *qamariyyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung atau hubung.

Contoh:

الرجل - al-rajulu

القلم - al-qalamu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. Namun itu, hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila Hamzah itu terletak di awal kata, ia dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Hamzah di awal	أكل	Akala
----------------	-----	-------

Hamzah di tengah	تأخذون	<i>ta'khuz ūna</i>
Hamzah di akhir	التّوء	<i>an-nau'u</i>

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dua cara; bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan. Namun penulis memilih penulisan kata ini dengan perkata.

Contoh:

وان الله هو خير الرازقين : *wainnalla@halahuwakhairar-ra@ziqi@n*

فاوفوا الكيل والميزان : *faaufu@al-kailawaal-mi@zan*

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan arab huruf kapital tidak dikenal, transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandang.

Contoh:

وما محمد الا رسول

Wa ma> Muh}ammadun illa> rasu>l.

ولقد راه بالافق المبين

Wa laqad raa>hu bi al-ulfuq al-
mubi>n

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SIMPANAN PELAJAR (SIMPEL) DI BANK BRI SYARIAH KC PURWOKERTO

ABSTRAK

Bank berdasarkan prinsip syariah belum lama berkembang di Indonesia, namun sudah menunjukkan tanda-tanda yang mengembirakan sejak hadirnya bank syariah saat ini yang berjumlah sekitar empat ratusan lebih kantornya. Salah satunya yaitu Bank BRI Syariah KC Purwokerto yang mempunyai strategi pemasaran didalam memasarkan produknya. Produk Simpanan Pelajar (Simpel) adalah suatu produk yang dimiliki oleh Bank BRI Syariah KC Purwokerto. Prinsip yang digunakan oleh Bank BRI Syariah KC Purwokerto dalam mengelola tabungan simpanan pelajar (Simpel) yaitu prinsip wadiah. Prinsip wadiah yang digunakan dalam Bank BRI Syariah adalah prinsip wadiah yad dhamanah. Prinsip wadiah yad dhamanah yaitu simpanan dari nasabah yang memerlukan jasa penitipan dana dengan tingkat keleluasaan tertentu untuk menariknya kembali. Bank memperoleh izin dari nasabah untuk menggunakan dana tersebut selama mengendap di bank. Produk tabungan simpanan pelajar (Simpel) satu produk yang masih dikatakan masih baru, tetapi antusias masyarakat ini dibuktikan sejak peluncuran program simpanan pelajar dari bulan juni 2015 yang mengalami peningkatan.

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (simpl) di Bank BRI Syariah KC Purwokerto. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian dilaksanakan di Bank BRI Syariah KC Purwokerto, disimpulkan bahwa Startegi Pemasaran yang digunakan Bank BRI Syariah KC Purwokerto dalam mendapatkan nasabah strategi lokasi dan *layout* adalah bank yang letaknya strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank, penetapan *layout* yang baik dan benar juga akan menambah kenyamanan nasabah dalam berhubungan dengan bank. Strategi Promosi bank adalah kegiatan bank untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik secara langsung maupun tidak langsung. Strategi Jemput bola adalah strategi mendatangi satu per satu nasabah/calon nasabah dari pintu ke pintu untuk menawarkan produk, sehingga dapat langsung menjelaskan tentang produk bank kepada nasabah secara rinci.

Kata kunci : *Strategi Pemasaran, Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel)*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	viii
ABSTRAK.....	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penulisan Tugas Akhir	7
D. Manfaat Penelitian Laporan Tugas Akhir	8
E. Penegasan Istilah	8
F. Metode Penelitian Tugas Akhir.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Produk Funding	13
B. Strategi Pemasaran..	19

C. Strategi Pemasaran Produk Jasa.....	24
D. Penelitian Terdahulu.....	29
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum.....	31
1. Sejarah Singkat Bank BRI Syariah KC Purwokerto.....	31
2. Visi Misi Bank BRI Syariah KC Purwokerto.....	33
3. Tujuan.....	34
4. Struktur Organisasi Bank BRI Syariah KC Purwokerto.....	36
5. Produk Tabungan Bank BRI Syariah KC Purwokerto.....	47
6. Produk Penghimpun Dana Bank BRI Syariah KC Purwokerto.....	49
B. Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) dan Strategi Pemasarannya di Bank BRI Syariah KC Purwokerto.....	52
C. Pembahasan Penerapan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) di Bank BRI Syariah KC Purwokerto.....	54
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Dana Pihak Ketiga Per Produk Bank BRI Syariah KC Purwokerto..

Tabel 1.2 Pertumbuhan Jumlah Nasabah Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) Bank BRI Syariah KC Purwokerto..



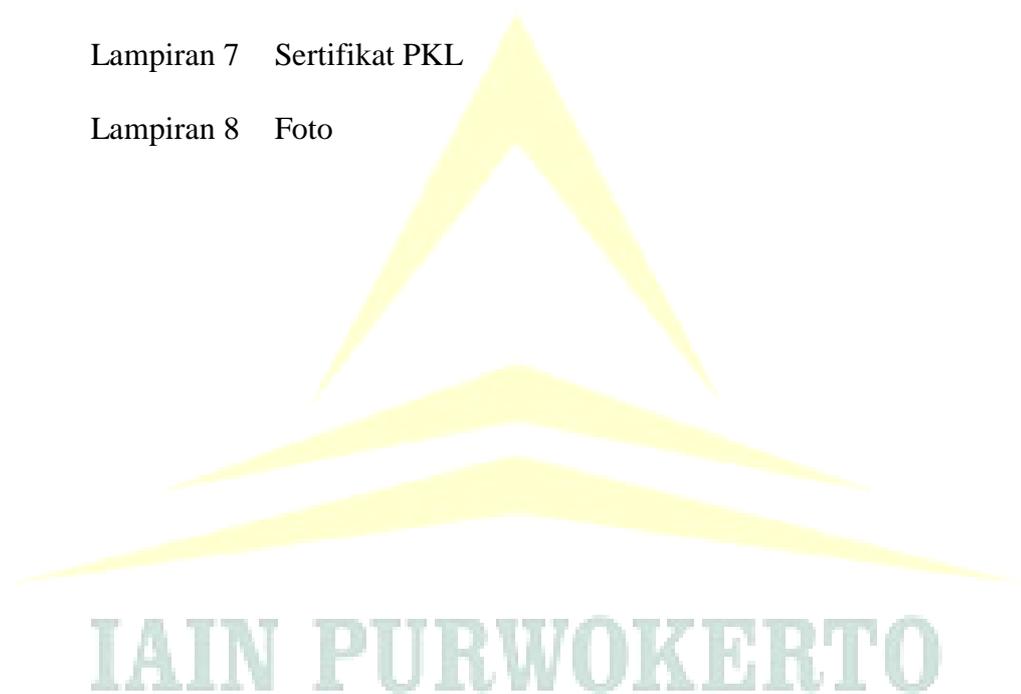
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Struktur Organisasi Bank BRI Syariah KC Purwokerto..



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Biodata Mahasiswa
- Lampiran 2 Blangko Bimbingan Tugas Akhir
- Lampiran 3 Brosur Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel)
- Lampiran 4 Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab dan Bahasa Inggris
- Lampiran 5 Sertifikat OPAK
- Lampiran 6 Sertifikat Komputer
- Lampiran 7 Sertifikat PKL
- Lampiran 8 Foto



IAIN PURWOKERTO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank berdasarkan prinsip syariah belum lama berkembang di Indonesia, namun sudah menunjukkan tanda-tanda yang mengembirakan sejak hadirnya bank syariah saat ini yang berjumlah sekitar empat ratusan lebih kantornya. Keluarnya fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang mengharamkan bunga bank konvensional tahun 2003 lalu memperkuat kedudukan bank syariah.

Bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah dalam penentuan harga produknya sangat berbeda dengan bank berdasarkan prinsip konvensional. Bank berdasarkan prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dengan pihak lain untuk menyimpan dana atau pembiayaan usaha atau kegiatan perbankan lainnya.¹ Bank sebagai perusahaan yang bergerak di bidang keuangan produk yang diperjualbelikan yang merupakan jasa keuangan. Oleh karena itu, perlakuan pemasaran terhadap dunia perbankan pun sedikit berbeda dengan perusahaan lainnya.² Maka dari itu, dunia perbankan membutuhkan sistem pemasaran untuk menjual produk dan jasanya guna memperoleh keuntungan.

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang mencakup individu dan kelompok guna mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan

¹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2008), hal. 21

² *Ibid*, hal. 54.

inginkan dengan cara menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan jasa yang bernilai dengan pihak lain. Pemasaran berusaha menghasilkan laba dari jasa yang diciptakan sesuai dengan tujuan perusahaan. Menurut William J. Stanton, pemasaran adalah suatu sistem dalam kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, serta mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan *existing customer* dan *potensial customer*.³

Dalam peranan strateginya, pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya dalam rangka mencari pemecahan atas masalah penentuan dua pertimbangan pokok. Pertama, bisnis apa yang digeluti. Kedua, bagaimana bisnis yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan sukses dalam lingkungan yang kompetitif atas dasar perspektif produk, harga, promosi, dan distribusi (*bauran pemasaran*) untuk melayani pasar sasaran.

Untuk mendukung kesuksesan strategi pemasaran yang diinginkan maka perlu dirancang suatu rencana pemasaran (*marketing plan*) yang benar – benar mumpuni. Rencana pemasaran adalah instrumen sentral untuk mengarahkan dan mengoordinasikan usaha pemasaran. Rencana pemasaran beroperasi pada dua level: strategis dan taktis. Rencana pemasaran stratejik membentangkan pasar sasaran dan proporsi nilai yang akan ditawarkan, berdasarkan pada suatu analisis peluang pasar terbaik. Rencana pemasaran

³ Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015), hal. 115-116

taktis memspesifikasikan taktik pasar, termasuk fitur produk, promosi, perdagangan, penetapan harga, saluran penjualan, dan layanan.

Strategi pemasaran tertuang dalam empat posisi marketing mix, yaitu strategi harga (*price*), strategi promosi (*promotion*), strategi tempat (*place*), strategi produk (*product*). Keempat dimensi ini bersifat saling berkaitan satu sama lainnya. Dengan begitu suatu pola marketing yang baik adalah bersifat bergerak secara seimbang dan dengan keseimbangan tersebut kekuatan marketing akan muncul secara jangka panjang.⁴

Sebagai salah satu perbankan syariah, Bank BRI Syariah KC Purwokerto sebagai Lembaga Keuangan mempunyai strategi produk dalam Penghimpunan Dana, salah satunya adalah Tabungan dengan akad wadi'ah. Tabungan (*saving deposit*) merupakan jenis simpanan yang sangat populer di lapisan masyarakat Indonesia mulai dari masyarakat kota hingga masyarakat di pedesaan. Menurut Undang-Undang Perbankan No.10 Tahun 1998, tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.⁵ Akad wadi'ah adalah transaksi penitipan dana atau barang dari pemilik kepada penyimpan dana atau barang dengan kewajiban bagi pihak yang menyimpan untuk mengembalikan dana atau barang titipan sewaktu-waktu.⁶ Tabungan wadi'ah merupakan jenis simpanan yang menggunakan akad wadi'ah/titipan yang penarikannya dapat

⁴ Fahmi Irham, *Manajemen Strategis Teori dan Praktek*, (Bandung: ALFABETA 2014), hal. 70-72

⁵ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: KENCANA 2011), hal 74

⁶ Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2014), hal. 35.

dilakukan sesuai perjanjian. Menurut Undang-Undang Perbankan Syariah No.21 Tahun 2008:

“Tabungan adalah simpanan berdasarkan wadiah dan/atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lain yang dipersamakan dengan itu.”⁷

Strategi Pemasaran perbankan hendaknya diimplementasikan secara konsisten dan bijaksana, salah satu produk Bank BRI Syariah KC Purwokerto adalah Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel). Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) yaitu tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) menggunakan akad Wadi'ah, dengan setoran awal minimal Rp1.000, Minimal setoran selanjutnya Rp1.000, dan Saldo minimum Rp1.000.⁸ Produk tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) salah satu produk yang bisa dikatakan masih baru karena produk ini direalisasikan pada tahun 2015, tetapi antusias masyarakat sangat bagus dan dibuktikan dengan bertambahnya nasabah pada setiap tahunnya.⁹ Dan ini dibuktikan sejak peluncuran program tabungan simpanan pelajar (Simpel) di bank BRI Syariah sejak bulan juni 2015 sampai bulan desember 2015 sudah mencapai 75 nasabah.

⁷ Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: KENCANA 2011, hal 74

⁸ <http://www.BRIsyariah.co.id/?q=simpanan-pelajar-simpel-BRIsyariah-ib> dikutip pada tanggal 17 maret 2016

⁹ <http://www.imq21.com/news/read/305461/20150615/151617/BRI-Syariah-Luncurkan-Tabungan-Simpel-iB.html> dikutip pada tanggal 23 maret 2016

Tabel 1.1
Data DPK Per Produk¹⁰

No	Produk	Kategori	Type Nasabah	CCY	Saldo	Jumlah Rekening	Jumlah Nasabah
ID 0010124-KCPurwokerto Sudirman							
1	Deposito	21031- Deposito Pesat iB	01- Individu	IDR	14,894,922,118	106	85
2	Deposito	21033-Term Deposito iB- Deposito iB	01- Individu	IDR	4,790,456,956	150	117
3	Deposito	21033-Term Deposito iB- Deposito iB	02-Non Individu	IDR	2,900,000,000	6	5
4	Giro	1001-Wadia iB Current Account~Giro Ib	01- Individu	IDR	88,947,786	18	18
5	Giro	1001-Wadia iB Current Account~Giro iB	02-Non Individu	IDR	693,000,549	54	36
6	Giro	2001-Giro wadiah Bank iB	02-Non Individu	IDR	507,373,816	1	1
7	Tabungan	6001- Tabungan BRI Syariah iB	01- Individu	IDR	29,259,857,189	13191	12560
8	Tabungan	6002- Tabungan BRI Syariah Mikro iB	01- Individu	IDR	1,002,521,555	237	237
9	Tabungan	6004- Tabungan Haji iB	01- Individu	IDR	7,737,478,503	3951	3932
10	Tabungan	6013- Tabungan Impian	01- Individu	IDR	433,319,659	192	180

¹⁰Data DPK Per Produk, bagian Manager Operasional Frantis Ardhini tanggal 11 Feb 2016

11	Tabungan	6014- Tabunganku iB	01- Individu	IDR	996,887	13	2
12	Tabungan	6015- Tabungan BRIS iB Non Individu	02-Non Individu	IDR	446,024,127	13	13
13	Tabungan	6021- Tabungan Karyawan	01- Individu	IDR	783,216,378	503	503
14	Tabungan	6022- Tabungan BRISYARIAH iB Siswa	01- Individu	IDR	1,536,696,507	1475	1474
15	Tabungan	6024-Tab. Simpanan Pelajar iB (SIMPEL)	01- Individu	IDR	13,950,299	75	75
Total ID0010124 – KCPURWOKERTO SUDIRMAN					65,089,442,389	19985	19238
TOTAL DPK					65,089,442,389	19985	19238

Bank BRI Syariah KC Purwokerto didalam memasarkan produk tabungan Simpanan Pelajar (Simpel), salah satunya untuk menggunakan strategi jemput bola. Karena target yang dituju adalah pelajar/mahasiswa, Bank BRI Syariah KC Purwokerto melakukan perjanjian terlebih dahulu dengan sekolah-sekolah yang berada dibawah naungan kemendikbud maupun kemenag. Dengan produk tabungan simpanan pelajar (Simpel) diharapkan Bank BRI Syariah KC Purwokerto dapat meningkatkan jumlah nasabah lebih banyak dari tahun ke tahun.

Prinsip yang digunakan oleh Bank BRI Syariah KC Purwokerto dalam mengelola tabungan simpanan pelajar (Simpel) yaitu prinsip wadiah. Prinsip wadiah yang digunakan adalah wadiah yad dhamanah. Prinsip wadiah yad dhamanah yaitu simpanan dari nasabah yang memerlukan jasa penitipan dana

dengan tingkat keleluasaan tertentu untuk menariknya kembali. Bank memperoleh izin dari nasabah untuk menggunakan dana tersebut selama mengendap di bank. Nasabah dapat menarik sebagian atau seluruh saldo simpanannya sewaktu-waktu atau sesuai dengan perjanjian yang disepakati. Bank menjamin pembayaran kembali simpanan mereka. Semua keuntungan atas pemanfaatan dana tersebut adalah milik bank, tetapi, atas kehendaknya sendiri, bank dapat memberikan imbalan keuntungan yang berasal dari sebagian keuntungan bank.¹¹

Dari uraian di atas peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul “ Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) di Bank BRI Syariah KC Purwokerto “.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) di Bank BRI Syariah KC Purwokerto.

C. Tujuan

Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (simpl) di Bank BRI Syariah KC Purwokerto.

¹¹ Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2014), hal. 121-122

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penelitian

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menambah wawasan keilmuan dan untuk menerapkan ilmu yang didapat di bangku kuliah kedalam kehidupan masyarakat.

2. Bagi BRI Syariah KC Purwokerto

Dengan adanya penelitian ini untuk memberikan gambaran tentang strategi pemasaran produk tabungan simpel di BRI Syariah KC Purwokerto sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan pengambilan kebijakan perusahaan.

3. Bagi Akademisi

Untuk menambah pengetahuan di bidang Ekonomi Islam dan untuk dapat berguna sebagai bahan informasi untuk peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (Simpel) di BRI Syariah KC Purwokerto.

4. Bagi Masyarakat

Mudah-mudahan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi akan pentingnya fungsi dan peranan lembaga perbankan.

E. Penegasan Istilah

1. Strategi Pemasaran

Stategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas

dalam kurun waktu tertentu.¹² Pemasaran merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa.¹³ Strategi pemasaran merupakan alat fundamental yang dirancang atau direncanakan untuk mencapai tujuan suatu perusahaan dengan melakukan pengembangan keunggulan bersaing yang berkesinambungan lewat pasar yang dimasuki dan program yang digunakan untuk melayani pasar sasarannya.¹⁴

2. Produk

Produk merupakan salah satu variabel yang menentukan dalam kegiatan suatu usaha, karena tanpa produk, suatu perusahaan tidak dapat melakukan kegiatan untuk mencapai hasil yang di harapkan.¹⁵ Didalam produk ada tabungan simpanan pelajar (Simpel) adalah tabungan untuk siswa yang di terbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.¹⁶

3. BRI Syariah KC Purwokerto

Bank yang berdasarkan pada prinsip Syariah yang beralamat di Jalan. Jend. Sudirman No. 393, Purwokerto.

¹²<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Strategi>, diakses pada tanggal 21 Maret 2016

¹³ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group 2008), hal.53

¹⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI 1997, hal.6

¹⁵<http://blog-definisi.blogspot.co.id/2015/05/pengertian-produk-menurut-para-ahli.html?m=1>, diakses pada tanggal 21 Maret 2016

¹⁶ Brosur tabungan simpel dikutip pada tanggal 22 Maret 2016

F. Metode Penelitian Tugas Akhir

1. Jenis Penelitian

Jika dilihat dari tempatnya, jenis penelitian ini dikategorikan sebagai jenis penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif dinamakan sebagai metode baru, karena popularitasnya belum lama, dinamakan metode *post positivistic* karena berlandaskan pada filsafat *post positivisme*. Metode ini disebut juga sebagai metode *artistic*, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurangpola), dan disebut sebagai metode *interpretive* karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan.¹⁷

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Tempat penelitian tersebut dilakukan di BRI Syariah KC Purwokerto yang beralamat di Jln. Jend.Sudirman Ruko Kranji Megah No.393 Purwokerto.

b. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai pada tanggal 04 Januari 2016 sampai 04 Februari 2016.

3. Subyek dan Obyek

Subyek penelitiannya yaitu di Bank BRI Syariah KC Purwokerto (*field Research*), sedangkan untuk obyek penelitiannya yaitu untuk

¹⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 13.

meneliti tentang strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (simpler) di Bank BRI Syariah KC Purwokerto.

4. Data dan Sumber

a. Data Primer

Data Primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden atau obyek yang diteliti ada hubungannya dengan obyek yang diteliti. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi dan wawancara kepada pihak BRI Syariah KC Purwokerto yang memahami langsung tentang strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (Simpler) pada Bank BRI Syariah KC Purwokerto.

b. Data sekunder

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari atau berasal dari bahan kepustakaan. Data sekunder dalam penelitian ini adalah berupa dokumen-dokumen, buku-buku, arsip-arsip serta informasi lain yang tertulis dan berkaitan dengan strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (Simpler) di Bank BRI Syariah KC Purwokerto.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan suatu obyek dengan sisi tematika fenomena yang diselidiki. Dalam penelitian ini penulis melakukan pengamatan terhadap semua yang berkaitan dengan

Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan pelajar (Simpel) yang dicatat secara sistematis sesuai dengan tujuan penulisan.

b. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah suatu proses Tanya jawab lisan dimana 2 orang atau lebih berhadapan secara fisik, dimana penulis melakukan pengumpulan data dengan cara bertanya langsung kepada pihak BRI Syariah KC Purwokerto untuk mendapat informasi atau keterangan yang berkaitan dengan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan pelajar (Simpel).

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan file-file seperti gambar, video, berkas-berkas atau dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

6. Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif analisis, yakni merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang subyek penelitian berdasarkan data dan *variable* yang diperoleh dari kelompok subyek yang diteliti.

Data-data yang diperoleh kemudian penulis analisis antara data strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (Simpel) dengan teori dan konsep yang ada.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Produk Funding

Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk di konsumsi dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaannya. Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan, garansi, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut.

Produk secara umum diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Philip Kotler mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan.¹⁸ Dapat disimpulkan bahwa produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen.¹⁹ Produk terdiri dari dua jenis yaitu yang berkaitan dengan fisik atau benda berwujud dan tidak berwujud. Benda berwujud merupakan produk yang dapat dilihat, diraba, dirasakan. Contohnya meja, kursi, rumah, mobil, dan lain-lain. Sedangkan produk yang tidak berwujud biasanya disebut jasa. Jasa menurut Kotler adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak

¹⁸ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta : PT.RajaGrafindo Persada 2003, hal.186

¹⁹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta : KENCANA 2004, hal. 123

lain yang ada dasarnya tidak memiliki wujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Adapun ciri-ciri karakteristik jasa antara lain :

1. Tidak berwujud (*intangibility*), artinya tidak dapat dirasakan atau dinikmati sebelum jasa tersebut dibeli.
2. Tidak terpisahkan (*Inseparability*), artinya antara si pembeli jasa dengan si penjual jasa saling berkaitan.
3. Beraneka ragam (*Variability*) artinya jasa dapat diperjualbelikan dalam berbagai bentuk.
4. Tidak tahan lama (*Perishability*) artinya jasa tidak dapat disimpan begitu jasa dibeli maka akan segera dikonsumsi.

Sebaliknya Lovelock berpendapat lain, beliau menyebutkan jasa merupakan :

1. Suatu proses, artinya sebagai suatu proses adalah jasa yang dihasilkan dari tiga proses input, yaitu *people*, material, dan informasi yang saling berkaitan satu sama lain.
2. Suatu sistem, artinya suatu sistem bisnis jasa merupakan kombinasi antara *service operating system* dan *service delivery system*, yaitu yang menekankan pada *service delivery system*, yaitu bagaimana suatu perusahaan menyampaikan jasa kepada pelanggan secara cepat dan tepat.²⁰

Produk yang diinginkan pelanggan, baik berwujud maupun tidak berwujud adalah produk yang berkualitas tinggi. Produk yang berkualitas tinggi yang dihasilkan oleh bank akan memberikan berbagai keuntungan baik

²⁰*Ibid*, hal.121-122

dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Keuntungan produk berkualitas tinggi antara lain :

1. Dapat meningkatkan penjualan, mengingat nasabah tertarik untuk membeli dan mempertahankan produk yang memiliki nilai lebih dengan terus melakukan transaksi.
2. Menimbulkan rasa bangga bagi nasabah yang memiliki produk berkualitas ditengah-tengah masyarakat.
3. Menimbulkan rasa kepercayaan yang tinggi sehingga dapat mempertahankan nasabah lama dan menggaet nasabah baru.
4. Menimbulkan kepuasan tersendiri bagi nasabah yang bersangkutan.

Dalam menciptakan produk yang berkualitas tinggi bukan hal yang mudah. Banyak faktor yang harus dipertimbangkan untuk dapat menghasilkan produk yang bagus. Produk yang berkualitas sangat bergantung dari :

1. Pelayanan yang prima, artinya pelayanan terhadap produk yang dijual harus dilakukan secara baik, sehingga nasabah cepat mengerti dan memahami produk tersebut.
2. Pegawai yang profesional, artinya memiliki kemampuan untuk menjelaskan dan mempengaruhi nasabah sehingga mau membeli produk yang ditawarkan.
3. Sarana dan prasarana yang dimiliki harus dapat menunjang kelebihan dari produk yang dimiliki, seperti kecanggihan dan kelengkapan teknologi.
4. Lokasi dan *layout* gedung dan ruangan. Hal ini sangat berpengaruh terhadap kenyamanan dan keamanan nasabah selama berhubungan dengan

bank. Lokasi yang tidak strategis akan membuat nasabah malas untuk mendatangi bank, *layout* ruangan tidak baik juga menyebabkan nasabah mudah merasa bosan untuk berhubungan dengan bank.

5. Nama baik bank, menjadi jaminan bagi nasabah untuk membeli produk bank, oleh karena itu bank harus pandai dalam menjaga nama baik, mengingat jasa bank yang ditawarkan merupakan bisnis kepercayaan.²¹

Ada berbagai jenis produk bank yang ditawarkan kepada masyarakat. Kelengkapan jenis produk dilihat dari kemampuan bank itu sendiri, semakin banyak produk yang ditawarkan kepada masyarakat maka semakin baik bank tersebut. Dalam kegiatan usaha bank syariah diatur didalam Peraturan Bank Indonesia nomor 6/24/PBI/2004 tanggal 14 Oktober 2004 tentang bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Bank wajib menerapkan prinsip syariah dan prinsip kehati-hatian dalam melakukan kegiatan usahanya, yakni meliputi :²²

- a. Menghimpun dana (*Funding*).
- b. Menyalurkan dana (*Financing*).
- c. Pemberian jasa pelayanan (*service*).

Dalam sistem perbankan syariah dikenal istilah menghimpun dana (*funding*) dan menyalurkan dana (*financing*) sebagai pokok kegiatan syariah. Menghimpun dana (*funding*) menurut bahasa berasal dari kata *fund* yang artinya persediaan, menjadi kata *funding* (kata kerja) yang artinya pendanaan. Menurut istilah menghimpun dana (*funding*) adalah kegiatan penempatan uang

²¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta : PT.RajaGrafindo Persada 200, hal.188

²² Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, Jakarta : PT. Grasindo 2005, hal. 15-16

kedalam investasi atau jenis dana cadangan lainnya seperti giro dan tabungan.²³ Dalam bank syariah menghimpun dana dari masyarakat yang dilakukan tidak membedakan nama produk, tetapi melihat pada prinsip, yaitu prinsip wadiah dan mudharabah.

1. Prinsip Wadi'ah

Wadiah dapat diartikan sebagai titipan dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penyimpan menghendakinya. Adapun rukun dalam transaksi prinsip wadiah adalah sebagai berikut:

- a. Barang yang dititipkan,
- b. Orang yang menitip
- c. Orang yang menerima titipan/penerima titipan, dan
- d. Ijab Qobul²⁴

Prinsip wadiah terdiri dari dua jenis, yaitu prinsip wadiah yad al amanah dan wadiah yad al dhamanah. Di dalam bank syariah prinsip wadiah yang digunakan adalah prinsip wadiah yad al dhamanah. Prinsip wadiah yad al dhamanah merupakan pengembangan dari wadiah yad al amanah yang disesuaikan dengan aktifitas perekonomian. Penerima titipan diberikan izin untuk menggunakan dan mengambil manfaat dari titipan tersebut. Semua keuntungan yang diperoleh dari titipan tersebut menjadi hak penerima titipan. Sebagai imbalan kepada pemilik barang/dana dapat

²³<http://afirdauz.blogspot.co.id/2012/04/aplikasi-fundng-dan-financing.html?m=1> dikutip tgl 4 juni 2016

²⁴Wirosa, *Penghimpun Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2005), hal. 18

diberikan semacam insentif berupa bonus yang tidak disyaratkan sebelumnya.

Wadiah yad al dhamanah di bank syariah dapat diaplikasikan pada rekening giro (*current account*) dan rekening tabungan (*saving account*) yaitu bank syariah boleh menggunakan barang/dana itu dalam proyek jangka pendek.²⁵

2. Prinsip Mudharabah

Prinsip mudharabah adalah deposit atau penyimpan bertindak sebagai *shahibul mal* dan bank sebagai *mudharib*. Dana ini digunakan bank untuk melakukan pembiayaan akad jual beli maupun *syirkah*. Jika terjadi kerugian maka bank bertanggungjawab atas kerugian yang terjadi.

Rukun Mudharabah:

- Ada pemilik dana
- Ada usaha yang akan dibagihasilkan
- Ada nisbah
- Ada ijab kabul

Aplikasi prinsip mudharabah:

- Tabungan berjangka
- Deposito berjangka

Berdasarkan kewenangannya, prinsip mudharabah dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Mudharabah mutlaqah

²⁵*Ibid*, hal 22-23

Penerapan mudharabah mutlaqah dapat berupa tabungan dan deposito sehingga terdapat dua jenis penghimpun dana yaitu: tabungan mudharabah dan deposito mudharabah. Berdasarkan prinsip ini tidak ada pembatasan bagi bank dalam menggunakan dana yang dihimpun.

2. Mudharabah muqayadah *on balance sheet*

Jenis mudharabah ini merupakan simpanan khusus (*restricted investment*) dimana pemilik dana dapat menetapkan syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank.

3. Mudharabah muqayadah *off balance sheet*

Jenis mudharabah ini merupakan penyaluran dana mudharabah langsung kepada pelaksana usahanya, dimana bank bertindak sebagai perantara yang mempertemukan antara pemilik dana dengan pelaksana usaha. Pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank dalam mencari kegiatan usaha yang akan dibiayai dan pelaksana usahanya.²⁶

B. Strategi Pemasaran

Dalam memasarkan produk bank syariah dan memantapkan posisi bank syariah sebagai salah satu upaya dalam strategi pemasaran diperlukan adanya tenaga pemasar yang harus pandai membaca situasi pasar sekarang dan di masa yang akan datang. Artinya pemasar harus cepat tanggap apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen. Disamping itu, tenaga pemasar harus

²⁶Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN 2011), hal. 92-95

mampu mengkomunikasikan keberadaan dan kelebihan produk dibandingkan dengan produk lainnya dari pesaing. Produsen juga harus pandai menarik minat dan merayu konsumen untuk terus membeli dan mengonsumsi produk yang ditawarkan melalui berbagai strategi.²⁷

Istilah Strategi berasal dari kata Yunani *Strategia* (*Stratos*=militer, dan *ag*=memimpin), yang artinya seni atau ilmu menjadi seorang jenderal. Konsep ini relevan pada zaman dahulu yang sering terjadi perang, di mana jenderal dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang. Strategi juga bisa diartikan sebagai suatu rencana agar pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi militer didasarkan pada pemahaman akan kekuatan dan penempatan posisi lawan, karakteristik fisik medan perang, kekuatan dan karakter sumber daya yang tersedia, sikap orang-orang yang menempati teritorial tertentu, serta antisipasi terhadap setiap perubahan yang mungkin terjadi.

Menurut Stoner, Freeman, dan Gilbert, Jr. (1995), konsep strategi dapat didefinisikan berdasarkan dua perspektif yang berbeda, yaitu (1) dari perspektif apa yang suatu organisasi ingin lakukan (*intends to do*) dan (2) dari perspektif apa yang organisasi akhirnya lakukan (*eventually does*). Berdasarkan perspektif yang pertama, strategi didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya. Makna dalam strategi yang pertama ini adalah bahwa manajer

²⁷ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada 2012), hal.189

memainkan peranan yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi. Berdasarkan perspektif yang kedua, strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Pada definisi ini, setiap organisasi pasti memiliki strategi.²⁸

Bagi dunia perbankan strategi sangat diperlukan, perbankan merupakan badan usaha yang berorientasi *profit*, kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan utama dan sudah merupakan suatu keharusan untuk dijalankan. Tanpa kegiatan pemasaran kebutuhan dan keinginan pelanggan tidak akan terpenuhi. Pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal. Oleh karena itu pemasaran memainkan peranan penting dalam pengembangan strategi.

Dalam peranan strateginya, pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya dalam rangka mencari pemecahan atas masalah penentuan dua pertimbangan pokok. Pertama, bisnis apa yang digeluti. Kedua, bagaimana bisnis yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan sukses dalam lingkungan yang kompetitif atas dasar perspektif produk, harga, promosi, dan distribusi (*bauran pemasaran*) untuk melayani pasar sasaran.²⁹

Bank sebagai lembaga keuangan yang menghasilkan jasa keuangan juga membutuhkan strategi pemasaran untuk memasarkan produknya. Produk yang ditawarkan kepada nasabahnya menjadi lebih cepat dan efisien.³⁰

Strategi Pemasaran merupakan pernyataan baik (secara implisit maupun

²⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta : ANDI,2002),hal.3

²⁹ *Ibid*, hal.6

³⁰ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada,2012), hal.189

eksplisit) mengenai bagaimana suatu merek dan lini produk mencapai tujuannya (Bennett, 1988). Sementara itu, Tull dan Kahle (1990) mendefinisikan strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Pada dasarnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, *positioning*, elemen bauran pemasaran, dan biaya bauran pemasaran.³¹ Oleh karena itu, dalam era teknologi yang berkembang demikian cepat ini, Bank BRI Syariah melakukan strategi pemasaran menjemput bola dengan mengejar nasabah bukan menunggu nasabah seperti zaman dulu. Bank juga harus pandai membaca keinginan dan kebutuhan nasabahnya melalui berbagai cara seperti melalui riset pemasaran.

Menurut Corey (dalam Dolan, 1991), Strategi Pemasaran terdiri atas lima elemen yang saling berkaitan. Kelima elemen tersebut adalah :

1. Pemilihan pasar, yaitu memilih pasar yang akan dilayani. Keputusan ini didasari pada faktor-faktor sebagai berikut (Jain, 1990):
 - a. Persepsi terhadap fungsi produk dan pengelompokan teknologi yang dapat diproteksi dan didominasi.
 - b. Keterbatasan sumber daya internal yang mendorong perlunya pemusatan (fokus) yang lebih sempit.

³¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta : ANDI,2002),hal.6

- c. Pengalaman kumulatif yang didasarkan pada *trial and error* didalam menanggapi peluang dan tantangan.
- d. Kemampuan khusus yang berasal dari akses terhadap sumber daya langka atau pasar yang terproteksi.

Pemilihan pasar dimulai dengan melakukan segmentasi pasar dan kemudian memilih pasar sasaran yang paling memungkinkan untuk dilayani oleh perusahaan.

2. Perencanaan produk, meliputi produk spesifik yang dijual, pembentukan lini produk, dan desain penawaran individual pada masing-masing lini. Produk itu sendiri menawarkan manfaat total yang dapat diperoleh pelanggan dengan melakukan pembelian. Manfaat tersebut meliputi produk itu sendiri, nama merk produk, ketersediaan produk, jaminan atau garansi, jasa reparasi, dan bantuan teknis yang disediakan penjual, serta hubungan *personal* yang mungkin terbentuk di antara pembeli dan penjual.
3. Penetapan harga, yaitu menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pelanggan.
4. Sistem distribusi, yaitu saluran perdagangan grosir dan eceran yang dilalui produk hingga mencapai konsumen akhir yang membeli dan menggunakannya.
5. Komunikasi pemasaran (promosi) yang meliputi periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, *direct marketing*, dan *public relations*.³²

³²*Ibid*, hal. 6-7

C. Strategi Pemasaran Produk Jasa

Pada dasarnya dunia perbankan dalam menjual produk jasa yaitu dengan strategi pemasaran jasa. Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai satu dengan yang lain. (Kotler, 2000).³³ Sedangkan jasa dapat didefinisikan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Adapun klasifikasi jasa menurut Lovelock (1992) sebagai berikut:³⁴

1. Berdasarkan sifat tindakan jasa

Jasa dikelompokkan ke dalam sebuah matriks yang terdiri atas dua sumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan sifat tindakan jasa (*tangible action* dan *intangible action*), sedangkan sumbu horizontalnya merupakan penerima jasa (manusia dan benda).

2. Berdasarkan hubungan dengan pelanggan

Jasa dikelompokkan ke dalam sebuah matriks yang terdiri dari dua sumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan tipe hubungan perusahaan jasa dan pelanggannya. Sedangkan, sumbu horizontalnya sifat penyampaian jasa (penyampaian secara berkesinambungan/kontinu dan penyampaian diskrit).

3. Berdasarkan tingkat *customization* dan kemampuan mempertahankan standar konstan dalam penyampaian jasa

³³Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Malang:Bayumedia Publishing,2004), hal.2

³⁴*Ibid*, hal.23-24

Jasa diklasifikasikan kedalam dua sumbu utama, yaitu tingkat *customization* karakteristik jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan individu (tinggi dan rendah) dan tingkat kemampuan penyedia jasa dalam mempertahankan standar yang konstan (tinggi dan rendah).

4. Berdasarkan sifat permintaan dan penawaran jasa

Jasa diklasifikasikan ke dalam sebuah matriks yang terdiri atas dua sumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan sejauh mana penawaran jasa menghadapi masalah sehubungan dengan terjadinya permintaan puncak (permintaan puncak dapat dipenuhi tanpa penundaan berarti dan permintaan puncak biasanya melampaui penawaran). Sedangkan sumbu horizontalnya adalah tingkat fluktuasi permintaan sepanjang waktu (tinggi dan rendah).

5. Berdasarkan metode penyampaian jasa

Jasa dikelompokkan ke dalam sebuah matriks yang terdiri atas dua sumbu, di mana sumbu vertikalnya menunjukkan sifat interaksi antara pelanggan dan perusahaan jasa (pelanggan mendatangi perusahaan jasa; perusahaan jasa mendatangi pelanggan; serta pelanggan dan perusahaan jasa melakukan transaksi melalui surat atau media elektronik). Sedangkan, sumbu horizontalnya adalah ketersediaan *outlate* jasa (*single site* dan *multiple sites*).

Peran pemasaran dalam memasarkan produk-produk perbankan syariah yakni pada beberapa bank umum syariah masih menggunakan *corporate logo* yang sama seperti logo pada *holding company* (semisal: bank syariah BRI) maka diharapkan mampu memberi kesadaran yang kuat

bagi bank konsumen dan keunggulan bersaing bahwa produk-produk jasa perbankan syariah memiliki nilai tambah yang cukup besar bagi portofolio investasi maupun pendanaan nasabah yang mengutamakan prinsip-prinsip berbasis syariah.

Secara jangka panjang, konsep perbankan syariah akan mendorong pemerataan ekonomi nasional karena hasil keuntungan tidak hanya dinikmati oleh pemilik modal saja, tetapi juga dirasakan oleh pengelola modal sebagai refleksi prinsip syariah dengan melihat sisi nilai-nilai keadilan.³⁵

1. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Dalam kegiatan pemasaran ditentukan oleh konsep pemasaran yang disebut bauran pemasaran (*Marketing Mix*). *Marketing Mix* digunakan untuk melakukan penetrasi pasar, dimana untuk menembus pasar diperlukan beberapa strategi terhadap masing-masing komponen yang terdiri atas *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat atau Saluran Distribusi), dan *Promotion* (Promosi), yang dalam perkembangannya kini, telah mengalami penambahan lagi menjadi: *People* (Orang), *Physical Evidence* (Bukti Fisik), dan *Process* (Proses).³⁶

a. *Product* (Produk)

Sama halnya dengan perbankan konvensional, produk yang dihasilkan dalam perbankan syariah bukan berupa barang,

³⁵<https://melindawijayanti2013.wordpress.com/2014/03/21/manajemen-pemasaran-jasa-jasa-bank-syariah/> dikutip pada tanggal 26 juli 2016

³⁶Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Malang: Bayumedia Publishing, 2004), hal.18

melainkan berupa jasa. Ciri khas jasa yang dihasilkan haruslah mengacu kepada nilai-nilai syari'ah atau yang diperbolehkan dalam Al-Quran, namun agar bisa lebih menarik minat konsumen terhadap jasa perbankan yang dihasilkan, maka produk tersebut harus tetap melakukan strategi "*differensiasi*" atau "*diversifikasi*" agar mereka mau beralih dan mulai menggunakan jasa perbankan syari'ah.

b. *Price* (Harga)

Price (Harga) merupakan satu-satunya elemen pendapatan dalam *marketing mix*. Menentukan harga jual produk berupa jasa yang ditawarkan dalam perbankan syari'ah merupakan salah satu faktor terpenting untuk menarik minat nasabah. Menterjemahkan pengertian harga dalam perbankan syari'ah bisa dianalogikan dengan melihat seberapa besar pengorbanan yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan sebuah manfaat dalam bentuk jasa yang setimpal atas pengorbanan yang telah dikeluarkan oleh konsumen tersebut.

c. *Place* (Tempat atau Saluran Distribusi)

Melakukan penetrasi pasar perbankan syari'ah yang baik tidak akan berhasil jika tidak didukung oleh tempat atau saluran distribusi yang baik pula, untuk menjual jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Menyebarkan unit pelayanan perbankan syari'ah hingga ke pelosok daerah adalah sebuah keharusan jika ingin melakukan penetrasi pasar dengan baik. Dibutuhkan modal yang

tidak sedikit memang jika harus dilakukan secara serentak atau bersamaan.

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi juga akan menjadi salah satu faktor pendukung kesuksesan perbankan syariah. Dalam *marketing*, efektivitas sebuah iklan seringkali digunakan untuk menanamkan “*brand image*” atau agar lebih dikenal keberadaannya. Ketika “*brand image*” sudah tertanam dibenak masyarakat umum, maka menjual sebuah produk, baik itu dalam bentuk barang maupun jasa akan terasa menjadi jauh lebih mudah.

e. *People* (Orang)

Orang bisa kita interpretasikan sebagai Sumber Daya Manusia (SDM) dari perbankan syariah itu sendiri, baik secara langsung maupun tidak langsung yang akan berhubungan dengan nasabah (*customer*), SDM ini sendiri juga akan sangat berkorelasi dengan tingkat kepuasan para nasabah perbankan syariah.

f. *Process* (Proses)

Bagaimana proses atau mekanisme, mulai dari melakukan penawaran produk hingga proses menangani keluhan nasabah perbankan syariah yang efektif dan efisien, perlu dikembangkan dan ditingkatkan. Proses ini akan menjadi salah satu bagian yang sangat penting bagi perkembangan perbankan syariah agar dapat menghasilkan produk berupa jasa yang prosesnya bisa berjalan

efektif dan efisien, selain itu tentunya juga bisa diterima dengan baik oleh nasabah perbankan syariah.

g. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Cara dan bentuk pelayanan kepada nasabah perbankan syariah ini juga merupakan bukti nyata yang seharusnya bisa dirasakan atau dianggap sebagai bukti fisik (*physical evidence*) bagi para nasabahnya, yang suatu hari nanti diharapkan akan memberikan sebuah testimonial positif kepada masyarakat umum guna mendukung percepatan perkembangan perbankan syariah menuju arah yang lebih baik lagi dari saat ini.

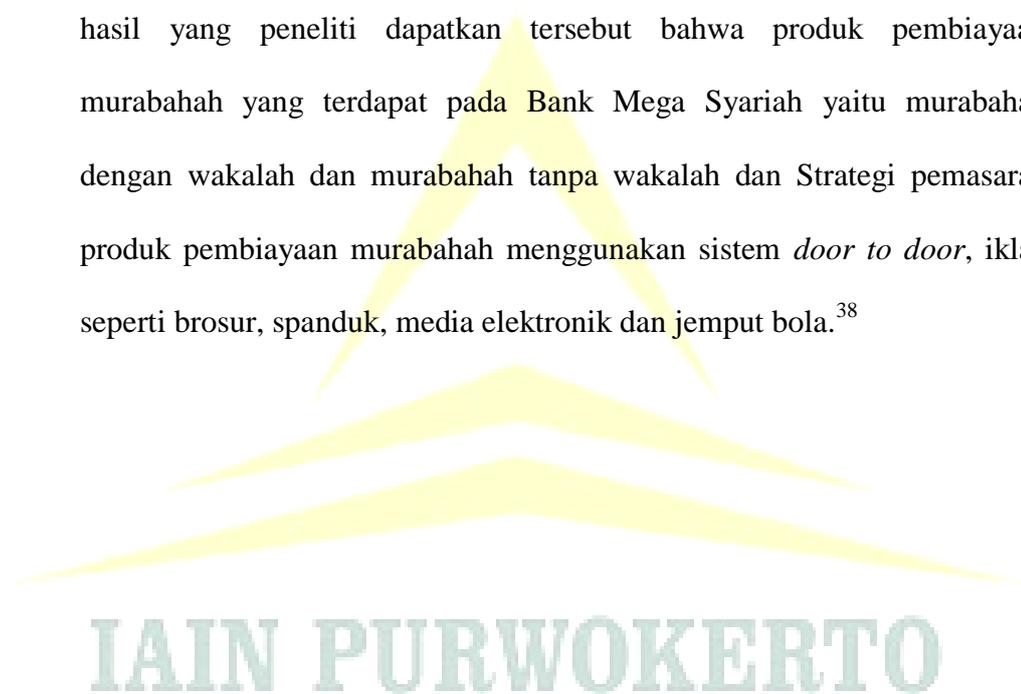
D. Penelitian Terdahulu

Sebagai panduan untuk menyusun tugas akhir ini, maka dibutuhkan beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh beberapa peneliti sebagai berikut :

1. Rina Fitriliana Utami pada tahun 2010 yang berjudul Strategi Pemasaran Produk pada PT. BNI Syariah Cabang Surakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus yaitu mengambil satu obyek tertentu. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa PT. Bank BNI Syariah Cabang Surakarta telah melaksanakan strategi pemasaran dengan menggunakan *marketing mix* yang meliputi *place*, *price*, *product*, dan *promotion*. Hambatan-hambatan yang dihadapi PT. Bank BNI Syariah Cabang Surakarta dalam pemasaran produk adalah kurangnya pengetahuan

masyarakat mengenai bank syariah, kurangnya sumber daya manusia yang kompeten dan ketetapan sistem pusat yang ketat.³⁷

2. Ririn Widiawati pada tahun 2015 yang berjudul Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah pada Bank Mega Syariah Cabang Ungaran. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, yang menjadi fokus peneliti adalah strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada Bank Mega Syariah, dari hasil yang peneliti dapatkan tersebut bahwa produk pembiayaan murabahah yang terdapat pada Bank Mega Syariah yaitu murabahah dengan wakalah dan murabahah tanpa wakalah dan Strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah menggunakan sistem *door to door*, iklan seperti brosur, spanduk, media elektronik dan jemput bola.³⁸



IAIN PURWOKERTO

³⁷Rina Fitriliana Utami.2010."Strategi Pemasaran Produk Pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Surakarta", Tugas Akhir Keuangan dan Perbankan, (Surakarta : Universitas Sebelas Maret),hal. 68-73

³⁸ Ririn Widiawati.2015."Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah pada Bank Mega Syariah Cabang Ungaran, (Semarang : Universitas Islam Negeri Walisongo), hal. 57

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. GAMBARAN UMUM

1. Sejarah Singkat Bank BRI Syariah KCPurwokerto

Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya No.10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank BRI Syariah secara resmi beroperasi. Kemudian PT. Bank BRI Syariah merubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam.³⁹

Dua tahun lebih PT. Bank BRI Syariah hadir mempersembahkan sebuah bank ritel *modern* terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melayani nasabah dengan pelayanan prima (*service excellence*) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah.

Kehadiran PT. Bank BRI Syariah di tengah-tengah industri perbankan nasional dipertegas oleh makna pendar cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntutan masyarakat terhadap sebuah bank modern sekelas PT. Bank BRI Syariah

³⁹<http://www.BRIsyariah.co.id/> di ambil pada tanggal 18 Januari 2016

yang mampu melayani masyarakat dalam kehidupan modern. Kombinasi warna yang digunakan merupakan turunan dari warna biru dan putih sebagai benang merah dengan brand PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., Aktivitas PT. Bank BRI Syariah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., untuk melebur ke dalam PT. Bank BRI Syariah (*proses spin off*-) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT. Bank BRI Syariah.

Saat ini PT. Bank BRI Syariah menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan aset. PT. Bank BRI Syariah tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, PT. Bank BRI Syariah menargetkan menjadi bank ritel *modern* terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan. Sesuai dengan visinya, saat ini PT. Bank BRI Syariah merintis sinergi dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dengan memanfaatkan jaringan kerja PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., sebagai Kantor Layanan Syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumen berdasarkan prinsip Syariah.

PT. BANK BRI SYARIAH (kantor pusat) terletak di Gd. BRI II Lt. 5 Jl. Jend. Sudirman Kav. 44 - 46 Jakarta. Sedangkan kantor cabang

yang berada di Purwokerto terletak di JL. Jendal Sudirman No. 393 Ruko Kranji Megah tepatnya di Perempatan Palma sebelah Bank Mega. PT. BRI Syariah Purwokerto juga mempunyai 4 Kantor Cabang Pembantu, 2 Outlate dan 1 KLS yaitu Kantor Cabang Pembantu Ajibarang yang berada di Jl. Raya Pancasan RT 02 RW 01 Banyumas, Kantor Cabang Pembantu Purbalingga yang berada di Jl. MT. Haryono No. 45 Purbalingga, Kantor Cabang Pembantu Cilacap yang berada di Jl. Ir. H. Djuanda Ruko Djuanda Blok A No.07 Cilacap dan Kantor Cabang Pembantu Kebumen yang berada di Jl. A. Yani No. 37 Kebumen, Outlate Banjarnegara Jl. K.H. A Salim kota Banjar Negara kecamatan Banjarnegara kabupaten Banjarnegara 53451, Outlate Gombong Jl. Yos Sudarso Timur No.165 Wero Kecamatan Gombong Kabupaten Gombong dan Kantor Layanan Syariah di Al-Irsyad Jl. Prof. Dr. Soeharso (Komplek Gor Satria Purwokerto).

2. Visi Misi Bank BRI Syariah KC Purwokerto

Visi dan Misi⁴⁰

Visi :

Menjadi bank ritel *modern* terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

⁴⁰ Diakses dari <http://www.BRIsyariah.co.id/> di ambil pada tanggal 19 Januari 2016

Misi :

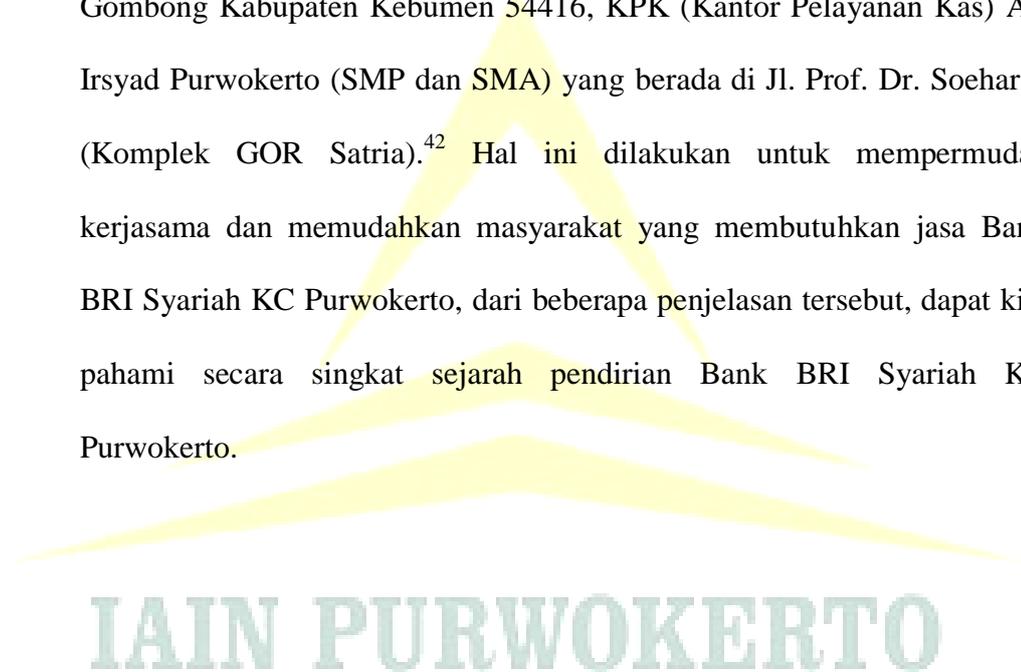
- Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
- Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
- Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.
- Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketenteraman pikiran.

3. Tujuan

Tujuan didirikannya Bank BRI Syariah KC Purwokerto adalah merupakan wujud kepedulian terhadap perekonomian masyarakat Purwokerto pada umumnya dan masyarakat yang beragama Islam khususnya. Untuk mencapai harapan tersebut usaha-usaha yang dilakukan diantaranya dengan memberikan jasa penyimpanan dan jasa pembiayaan, kedua usaha tersebut terealisasikan dalam berbagai produk simpanan dan pembiayaan yang ditawarkan kepada masyarakat. Diantara produk-produk yang ditawarkan adalah tabungan wadi'ah, tabungan mudharabah, tabungan impian, deposito berjangka, pembiayaan mudharabah, gadai emas, dan yang lainnya.

Seiring dengan perkembangannya, sekarang ini Bank BRI Syariah KC Purwokerto mempunyai 4 Kantor Cabang Pembantu yaitu Kantor Cabang Ajibarang yang berada di Jl. Raya Pancasan RT 02/RW 01

Banyumas, Kantor Cabang Purbalingga yang berada di Jl. MT. Haryono No. 45 Purbalingga, Kantor Cabang Cilacap yang berada di Jl. Ir. H. Djuanda Ruko Djuanda Blok A No. 07 Cilacap dan Kantor Cabang Kebumen yang berada di Jl. A. Yani No. 37 Kebumen.⁴¹ Serta *outlet* Banjarnegara yang berada di Jl. K.H.A Salim kota Banjarnegara kecamatan Banjarnegara kabupaten Banjarnegara 53451, *outlet* Gombong yang berada di Jl. Yos Sudarso Timur No. 165 Wero, Kecamatan Gombong Kabupaten Kebumen 54416, KPK (Kantor Pelayanan Kas) Al-Irsyad Purwokerto (SMP dan SMA) yang berada di Jl. Prof. Dr. Soeharso (Komplek GOR Satria).⁴² Hal ini dilakukan untuk mempermudah kerjasama dan memudahkan masyarakat yang membutuhkan jasa Bank BRI Syariah KC Purwokerto, dari beberapa penjelasan tersebut, dapat kita pahami secara singkat sejarah pendirian Bank BRI Syariah KC Purwokerto.



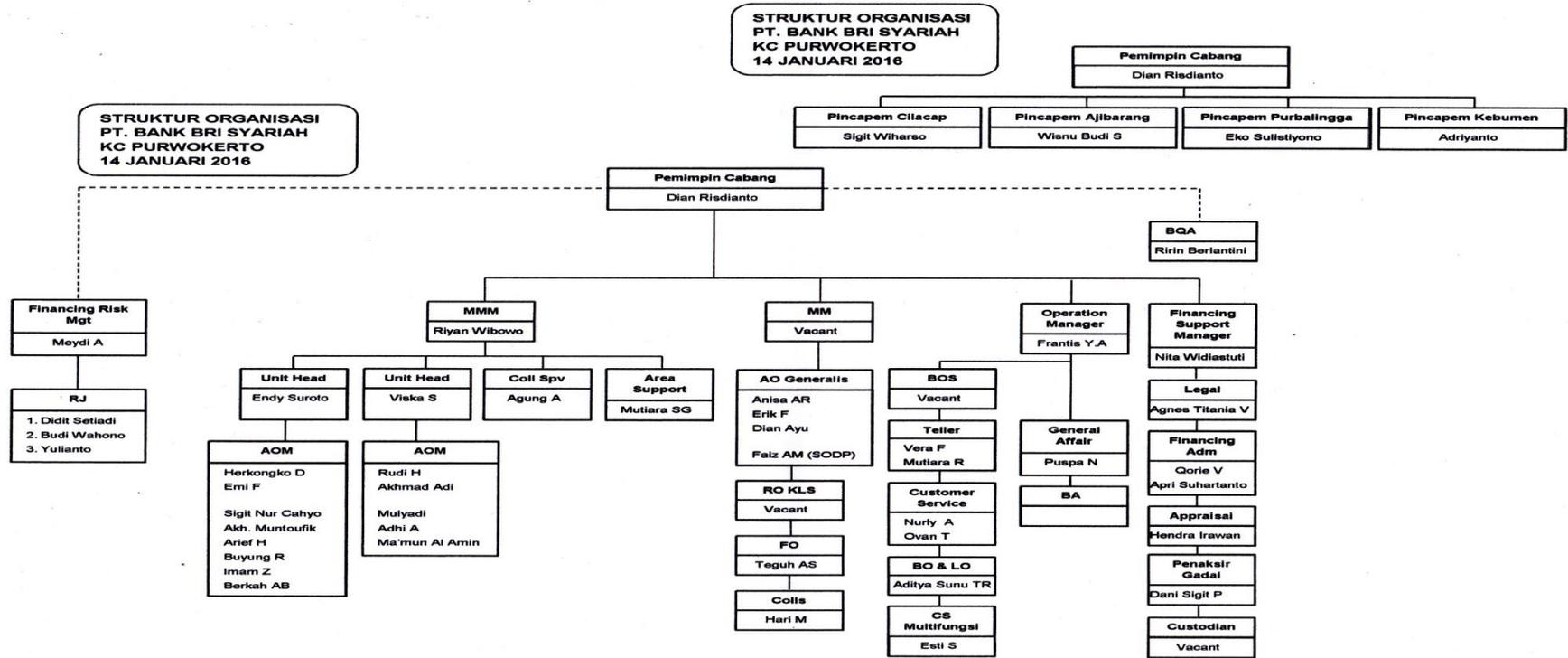
IAIN PURWOKERTO

⁴¹Wawancara dengan General Affair Bank BRI Syariah KCPurwokerto Puspa N

⁴²Dokumen Bank BRI Syariah KCPurwokerto dikutip pada tanggal 7 Januari 2016

4. Struktur Organisasi Bank BRI Syariah KCPurwokerto⁴³

Gambar 1.1
Struktur Organisasi BRI Syariah KCPurwokerto



⁴³General affairBank BRI Syariah Purwokerto Puspa Nurmawati , 25 januari 2016

KETERANGAN :

- a. Struktur organisasi digambarkan dalam bentuk kombinasi kumpulan dan formasi jabatan
- b. Kotak dengan garis tegak adalah formasi jabatan yang harus ada di kantor cabang
- c. Kotak dengan garis putus-putus adalah formasi jabatan yang diisi setelah mencapai *volume* bisnis dan transaksi tertentu
- d. Kotak bertumpuk menunjukan formasi jabatan data berjumlah lebih dari satu formasi

Berikut akan dijelaskan mengenai ringkasan pekerjaan, tugas dan tanggungjawab dari masing-masing jabatan di atas.

- a. Rapat Umum Pemegang Saham
 1. Merupakan rapat tertinggi para pemegang saham PT. BRI Syariah KC Purwokerto
 2. Menentukan sentra kebijakan PT. BRI Syariah KC Purwokerto
- b. Dewan Pengawas Syariah
 1. Ringkasan Pekerjaan

DPS bertugas melakukan penilaian dan pengawasan atas produk yang akan ditawarkan dalam rangka menghimpun dan menyalurkan dana dari dan untuk masyarakat, agar berjalan sesuai dengan syariah Islam yang dituangkan dalam bentuk keputusan atau fatwa.

2. Tugas dan Tanggung jawab

- 1) Memberikan pedoman atau garis-garis besar syariah untuk menghimpun maupun untuk penyaluran dana serta kegiatan yang berkaitan dengan syariah.
- 2) Mengadakan perbaikan seandainya suatu produk yang telah/sedang dijalankan dinilai bertentangan dengan syariah.
- 3) Bertanggung jawab atas pengawasan terhadap operasional bank agar sesuai dengan syariah.

c. Dewan Komisaris

1. Ringkasan Pekerjaan

Dewan Komisaris bertugas dalam pengawasan intern bank dan memberikan arahan dalam pelaksanaan tugas direksi agar tetap mengikuti kebijakan perseroan dan ketentuan yang berlaku.

2. Tugas dan Tanggung jawab

- 1) Mempertimbangkan, menyempurnakan dan mewakili pemegang saham dalam memutuskan perumusan kebijakan umum yang baru yang diusulkan oleh Direksi untuk dilaksanakan pada masa yang akan datang.
- 2) Menyelenggarakan RUPS dalam hal pembebasan tugas dan kewajiban Direksi.
- 3) Mempertimbangkan dan menyetujui rencana kerja tahunan yang diusulkan Direksi.

- 4) Mempertimbangkan dan memutuskan permohonan pembiayaan yang jumlahnya melebihi batas maksimal kewenangan Direksi.
- 5) Memberikan penilaian atas neraca dan perhitungan Rugi/Laba tahunan, serta laporan-laporan berkala lainnya yang disampaikan oleh Direksi.
- 6) Menyetujui/menolak pembiayaan yang diajukan oleh Direksi.
- 7) Menandatangani surat-surat saham yang telah diberi nomor urut sesuai anggaran dasar perseroan.

d. Dewan Direksi

1. Ringkasan Pekerjaan

Dewan Direksi terdiri dari Direktur Utama dan seorang atau lebih sebagai Direktur, bertugas memimpin dan mengawasi kegiatan bank sehari-hari sesuai kebijakan umum yang telah disetujui Dewan Komisaris dalam RUPS.

2. Tugas dan Tanggung jawab Direktur Utama

- 1) Mewakili Direksi atas nama perseroan.
- 2) Memimpin dan mengelola perseroan sehingga tercapai tujuan perseroan.
- 3) Bertanggung jawab terhadap operasional perseroan khususnya dalam hubungan dengan pihak ekstern perusahaan.

3. Tugas dan Tanggung jawab Direktur

- 1) Mewakili Direktur Utama atas nama Direksi.

- 2) Membantu Direktur Utama dalam mengelola perseroan sehingga tercapai tujuan perseroan.
- 3) Bertanggung jawab terhadap operasional perseroan, khususnya dalam hubungan dengan pihak intern perusahaan.
- 4) Bersama-sama Drektur Utama bertanggung jawab kepada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

e. Kepala Bagian Pemasaran

1. Ringkasan Pekerjaan

Memimpin, mengawasi dan bertanggung jawab atas terlaksananya kelancaran kerja dibagian pembiayaan dan pendanaan, memasarkan produk bank sesuai dengan syariah islam kepada nasabah dengan layanan prima sehingga memungkinkan untuk diperolehnya laba sesuai target dengan tetap memperhatikan kelancaran dan keamanan asset bank serta menciptakan produk baru yang sesuai dengan syariat islam.

2. Tugas dan Tanggung jawab

- 1) Memberikan pengarahan, pembinaan dan pengawasan terhadap staff yang ada dibawahnya.
- 2) Melaksanakan tugas dan bertanggung jawab atas laporan bulanan dan laporan berkala yang disampaikan kepada Direksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 3) Menjaga dan mengusahakan tercapainya laba yang ditargetkan bank.

- 4) Mengikuti pengembangan perbankan sehubungan dengan kegiatan pemasaran dan selalu memperhatikan situasi pasar serta melihat faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi perkembangannya.
- 5) Membawahi langsung *Account Officer*.

f. Account Officer

1. Ringkasan Pekerjaan

AO Pembiayaan, bertanggung jawab dalam memasarkan produk sesuai syariat Islam dan memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah sehingga memberikan kontribusi terhadap laba perusahaan dengan memperhatikan kelancaran dan keamanan atas pembiayaan yang telah diberikan.

AO Pendanaan, bertanggung jawab dalam memasarkan produk sesuai syariat Islam dan memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah sehingga memungkinkan untuk diperolehnya dana pihak ketiga yang sesuai dengan target dan memberikan kontribusi terhadap laba perusahaan.

2. Tugas dan Tanggung jawab

- 1) Memasarkan produk dengan melakukan sosialisasi dan presentasi pada calon nasabah.
- 2) Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan Direksi.
- 3) Bertanggungjawab kepada Direksi.

g. Bagian Administrasi dan Legal

1. Ringkasan Pekerjaan

Mengatur, mengawasi dan melaksanakan kegiatan administrasi dan dokumentasi pemberian pembiayaan serta melakukan kegiatan untuk mengamankan posisi bank dalam memberikan pembiayaan sesuai dengan hukum yang berlaku.

2. Tugas dan Tanggung jawab

- 1) Memeriksa kelengkapan dan aspek yuridis setiap dokumen permohonan pembiayaan.
- 2) Melakukan taksasi (taksiran) jaminan sesuai dengan harga pasar.
- 3) Melakukan pengikatan atau akad pembiayaan dengan calon nasabah.
- 4) Melakukan tugas-tugas yang diberikan Kepala Bagian Direksi.
- 5) Bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Pemasaran.

h. Remedial

1. Ringkasan Pekerjaan

Menyelesaikan pengembalian pembiayaan yang bermasalah atau pembiayaan yang mengalami keterlambatan lebih dari 3 bulan dan mengatur penagihannya serta melaporkan hasil penagihan yang telah dilakukan kepada Direksi.

2. Tugas dan Tanggung jawab

- 1) Membuat daftar nasabah dan jadwal penagihan sesuai instruksi.
- 2) Mengirimkan surat peringatan dan melakukan eksekusi serta penjualan jaminan kepada nasabah sesuai kondisi masing-masing.
- 3) Membuat laporan kunjungan (*call report*) dan laporan penggunaan Tanda Terima Uang Berseri (TTUB) yang digunakan dalam penagihan.
- 4) Melakukan tugas-tugas yang diberikan Kepala Bagian.
- 5) Bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Pemasaran.

i. Kepala Bagian Operasional

1. Ringkasan Pekerjaan

Memimpin, mengawasi dan bertanggung jawab atas terlaksananya kelancaran kerja dibagian operasional serta memberikan laporan rutin berkala atas pekerjaannya kepada Direksi.

2. Tugas dan Tanggung jawab

- 1) Memberikan pengarahan dan pembinaan karyawan yang ada dibawahnya (*Teller, Customer Service, Accounting, Administrasi Pembiayaan*).
- 2) Memeriksa semua transaksi dan mutasi keuangan.

- 3) Bertanggung jawab dalam pembuatan dan penyampaian laporan bulanan kepada direksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 4) Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan direksi.
- 5) Bertanggungjawab kepada direksi.

j. Pelayanan Konsumen (*Customer Service*)

1. Ringkasan Pekerjaan

Memberikan pelayanan kepada setiap nasabah/tamu dengan baik dan Islami serta memberikan informasi yang dibutuhkan secara jelas, baik secara langsung ataupun tidak langsung.

2. Tugas dan Tanggung jawab

- 1) Memberikan pelayanan dan penjelasan tentang produk dan informasi lainnya yang diperlukan.
- 2) Meregistrasi data nasabah, menginput data master nasabah pada program/sistem.
- 3) Membuat laporan bulanan sesuai instruksi Kepala Bagian Operasional.
- 4) Melakukan tugas-tugas yang diberikan Kepala Bagian/Direksi.
- 5) Bertanggung jawab kepada
- 6) Kepala Bagian Operasional/Direksi

k. Teller

1. Ringkasan Pekerjaan

Membantu dan melayani nasabah dalam hal menerima setoran, penarikan uang dan transaksi lainnya yang berhubungan dengan bank yang dilakukan dalam *counter teller*.

2. Tugas dan Tanggung jawab

- 1) Sebagai pemeriksa seluruh transaksi harian *teller* dan semua tiket serta dokumen lainnya yang dibuat pada seksi kas.
- 2) Melaksanakan *cash count* akhir hari pada seksi kas atau pada saat pergantian *teller*.
- 3) Mengambil atau menyetorkan uang tunai pada main *vault*.
- 4) Mencatat/membuat daftar posisi kas setiap akhir hari.
- 5) Bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Operasional.

1. Bagian Umum dan Personalia

1. Ringkasan Pekerjaan

Melaksanakan tugas pencatatan, pengadministrasian serta pembinaan dalam kepersonaliaan, mengawasi ketersediaan perlengkapan dan layanan dibidang personalia dan umum.

2. Tugas dan Tanggung jawab

- 1) Menginventarisasi kebutuhan karyawan dan atau perusahaan sesuai ketentuan yang berlaku.
- 2) Pengawasan terhadap pengadaan inventaris kantor dan penyusutan serta pengendalian biaya.
- 3) Melakukan pembayaran gaji, uang jasa, pesangon, lembur dan lainnya sesuai ketentuan.

- 4) Membuat laporan bulanan kepada Direksi.
- 5) Membawahi langsung personalia, perlengkapan, pengemudi, satuan pengamanan dan pramubhakti.
- 6) Bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Direksi.

m. Bagian Pembukuan (*Accounting*)

1. Ringkasan Pekerjaan

Bertanggung jawab terhadap pekerjaan pembukuan yang berkaitan dan atau melalui bank koresponden.

2. Tugas dan Tanggung jawab

- 1) Membukukan transaksi dan yang tidak dilakukan oleh *teller* dan bagian lainnya (misal pemindahbukuan, aktiva-pasiva).
- 2) Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan Kepala Bagian.
- 3) Bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Operasional.

n. Pengemudi (*Driver*)

1. Ringkasan Pekerjaan

Mengemudikan dan merawat bank.

2. Tugas dan Tanggung jawab

- 1) Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan Kepala Bagian.
- 2) Bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Umum dan Personalia.

o. Pramubhakti

1. Ringkasan Pekerjaan

Membantu pengarsipan, menjaga kebersihan dan inventarisasi dokumen bank.

2. Tugas dan Tanggung jawab

- 1) Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan Kepala Bagian.
- 2) Bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Umum dan Personalia.

p. Satuan Pengamanan

1. Ringkasan Pekerjaan

Melakukan penjagaan gedung dan seisinya serta bertanggung jawab pada keamanan bank.

2. Tugas dan Tanggung jawab

- 1) Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan Kepala Bagian.
- 2) Bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Umum dan Personalia.

5. Produk Tabungan Bank BRI Syariah KC Purwokerto

Bank BRI Syariah KC Purwokerto hadir untuk memberikan layanan transaksi perbankan sesuai dengan syariah dalam bentuk tabungan dengan menerapkan prinsip wadi'ah dan mudharabah.

1) Tabungan Wadiah

Tabungan wadiah adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati tetapi tidak dapat ditarik dengan cek atau alat yang dapat dipersamakan dengan itu. Dengan dikeluarkannya ketentuan Bank Indonesia yaitu SK Dir BI Nomor 22/133/UPG tgl 01-12-1989, dimana dalam ketentuan tersebut ditentukan syarat-syarat penyelenggaraan tabungan (IKPI), yaitu:

- a. Penarikan hanya dapat dilakukan dengan mendatangi bank atau ATM,
- b. Penarikan tidak dapat dilakukan dengan cek, bilyet giro atau surat perintah pembayaran lain yang sejenis.
- c. Bank hanya dapat menyelenggarakan tabungan dalam rupiah,
- d. Ketentuan mengenai penyelenggaraan tabungan ditetapkan sendiri oleh masing-masing bank, dan
- e. Bank penyelenggara tabungan diperkenankan untuk menetapkan sendiri, yakni
 - 1) Cara pelayanan sistem administrasi, setoran, frekuensi pengambilan, tabungan pasif dan persyaratan lain;
 - 2) Besarnya suku bunga, cara perhitungan, dan pembayaran bunga serta pemberian insentif, termasuk undian;
 - 3) Nama tabungan yang diselenggarakannya.

Tabungan yang dapat ditarik setiap saat tersebut mempergunakan prinsip wadiah. Fatwa Dewan Syariah Nasional ditetapkan ketentuan tentang tabungan wadiah (Himpunan Fatwa, Edisi kedua, hal 14) sebagai berikut:

- a. Bersifat simpanan;
- b. Simpanan bisa diambil kapan saja (*on call*) atau berdasarkan kesepakatan;
- c. Tidak ada imbalan yang disyaratkan kecuali dalam bentuk pemberian (*athaya*) yang bersifat sukarela dari pihak bank.

Bank BRI Syariah KC Purwokerto menerapkan tabungan dengan akad wadiah dalam bentuk Tabungan Faedah, Tabungan-Ku, Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) dan Giro Wadiah.

2) Tabungan Mudharabah

Prinsip mudharabah juga digunakan untuk jasa pengelolaan rekening tabungan. Salah satu syarat mudharabah adalah bahwa dana harus dalam bentuk uang (*monetary form*). Tabungan mudharabah tidak dapat ditarik sewaktu-waktu sebagaimana tabungan wadiah. Tabungan mudharabah tidak diberikan fasilitas kartu ATM, karena penabung tidak dapat menarik dananya dengan leluasa. Dalam aplikasinya bank BRI Syariah KC Purwokerto melayani tabungan mudharabah dalam bentuk *targeted saving*, seperti Tabungan Haji BRI Syariah iB, Tabungan Haji Valas BRI Syariah iB, Tabungan Impian Syariah iB yang dimaksudkan untuk suatu pencapaian target kebutuhan dalam jumlah dan atau jangka waktu tertentu.

6. Produk Penghimpun Dana Bank BRI Syariah KC Purwokerto

Bank sebagai salah satu lembaga keuangan memiliki fungsi menghimpun dana masyarakat. Dana yang telah terhimpun, kemudian disalurkan kembali kepada masyarakat. Kegiatan bank dalam menghimpun dana disebut dengan kegiatan *funding*. Kegiatan

menghimpun dana/*funding* dalam bank BRI Syariah KC Purwokerto meliputi:

- Al-Wadi'ah

Al wadiah merupakan salah satu akad yang digunakan oleh bank syariah untuk produk penghimpun dana pihak ketiga. Dalam akad al-wadiah, bank syariah dapat menawarkan dua produk perbankan yang telah dikenal oleh masyarakat luas yaitu giro dan tabungan. Kedua produk ini dapat ditawarkan dengan menggunakan akad al-wadiah, yaitu giro wadiah dan tabungan wadiah.

Giro wadiah adalah titipan pihak ketiga pada bank syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan. Simpanan giro wadiah merupakan jenis produk yang dibutuhkan oleh masyarakat luas terutama masyarakat pengusaha baik pengusaha perorangan maupun badan usaha. Sedangkan tabungan wadiah merupakan jenis simpanan yang menggunakan akad wadiah/titipan yang penarikannya dapat dilakukan sesuai perjanjian. Menurut Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008, tabungan adalah simpanan berdasarkan wadiah dan/atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan

tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

- Tabungan Mudharabah

Tabungan mudharabah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad mudharabah. Mudharabah mempunyai dua bentuk, yakni mudharabah mutlaqah dan mudharabah muqayadah. Dalam hal ini, Bank BRI Syariah KC Purwokerto menggunakan tabungan mudharabah mutlaqah. Dengan bank bertindak sebagai mudharib (pengelola dana), sedangkan nasabah bertindak sebagai shahibul mal (pemilik dana). Tabungan mudharabah bersifat investasi, sehingga nasabah berhak mendapatkan bagi hasil sesuai dengan nisbah atau porsi bagi hasil yang disepakati. BRI Syariah KC Purwokerto menerapkan beberapa tabungan yang menggunakan akad ini, yaitu; Tabungan Impian Syariah iB, Tabungan Haji BRI Syariah iB, Tabungan Haji Valas BRI Syariah iB dan Tabungan Mikro.

- Deposito Mudharabah

Bank syariah menerapkan akad mudharabah untuk deposito. Seperti didalam tabungan, nasabah (deposan) bertindak sebagai shahibul mal (pemilik dana) dan bank syariah selaku mudharib (pengelola dana). Akad mudharabah mensyaratkan adanya tenggang waktu antara penyetoran dan penarikan agar dana tersebut dapat diputar. Tenggang waktu ini merupakan salah satu sifat

deposito, di dalam deposito terdapat pengaturan waktu, seperti 30 hari, 90 hari, dan seterusnya. Sebagaimana tabungan yang berdasarkan prinsip mudharabah, deposito yang berdasarkan mudharabah juga mendapatkan keuntungan/bagi hasil dari keuntungan bank. Maka nasabah (shahibul mal) berhak mendapatkan bagi hasil dari keuntungan bank tersebut sesuai dengan nisbah atau porsi bagi hasil yang telah disepakati antar kedua belah pihak. Terdapat 1 jenis produk di BRI Syariah KC Purwokerto yang menggunakan akad ini yaitu Deposito BRI Syariah iB.

B. Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) dan Strategi Pemasarannya di Bank BRI Syariah KC Purwokerto

Produk tabungan simpanan pelajar adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

Produk simpanan pelajar ditujukan pada sekolah-sekolah dasar, negeri maupun swasta karena program ini bertujuan untuk bisa memberikan edukasi bagi anak-anak untuk belajar menabung sejak dini, dan juga memberikan edukasi tentang produk tabungan simpel (simpanan pelajar) bagi orang tua murid dan sebagai sarana edukasi praktis keuangan dan perbankan bagi siswa dan guru.

Strategi Pemasaran yang diterapkan Bank BRI Syariah KC Purwokerto dalam produk tabungan simpanan pelajar (simpel) adalah

1. Bersosialisasi ke sekolah-sekolah negeri maupun swasta dan *open table*.

2. Menawarkan produk sistem pendebitan SPP secara gratis.
3. Pemasangan aplikasi di komputer sekolah (gratis).

Manfaat yang sekolah dapatkan dari pemasangan aplikasi komputer adalah sekolah dapat mengetahui daftar siswa/siswi yang menabung dan pendebitan pembayaran SPP, *Pick Up service* ke nasabah (gratis). Syarat pembukaan rekening tabungan simpanan pelajar (simpler) adalah harus ada kerjasama/*MOU* dari pihak Bank BRI Syariah KC Purwokerto dengan sekolah-sekolah, mengisi kelengkapan aplikasi pembukaan Rekening Simpel Ib, melengkapi dokumen pembukaan rekening (Siswa:NISN/NIS, dan Orang Tua/Wali:KTP).⁴⁴

Ini dimaksudkan untuk kepentingan bersama, jika dikemudian hari ada kekeliruan dalam menginput data, maka dapat diperbaiki/dihandel oleh pihak bank.

Adapun kelebihan dan kelemahan dari produk tabungan simpanan pelajar (Simpler) sebagai berikut:

Kelebihan:

- Setoran awal ringan hanya Rp 1.000,-
- CIF dan rekening atas nama anak.
- Biaya Murah
- Bebas biaya administrasi
- TK/SD hanya mendapatkan buku tabungan (*Non Financial*)

⁴⁴Wawancara kepada Funding Officer (FO) Bpk. Teguh dikutip pada tanggal 6 juni 2016

- SMP/SMA mendapatkan buku tabungan dan kartu *ATM* untuk bertransaksi (*Financial*)

Kelemahan:

- Setiap kenaikan jenjang pendidikan tabungan ini selesai kontrak dan uang dapat diambil, kecuali jika sekolah tingkat selanjutnya juga bekerja sama dengan program tabungan simpanan pelajar (*Simpel*) di Bank BRI Syariah KC Purwokerto maka dapat dilanjutkan dengan memperbaharui identitas sekolah.⁴⁵

C. Pembahasan Penerapan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (*Simpel*) di Bank BRI Syariah KC Purwokerto

Bank adalah suatu badan usaha yang kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat berupa simpanan dan pengeluarannya berupa pembiayaan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu dengan tujuan meningkatkan taraf hidup rakyat. Bank BRI Syariah KC Purwokerto adalah suatu perbankan syariah di kota Purwokerto Jawa Tengah, dengan beragam produk pendanaan dan pembiayaan. Salah satunya yaitu produk tabungan simpanan pelajar (*Simpel*) Ib.

Bagi dunia perbankan yang berorientasi pada *profit*, kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan utama dan merupakan suatu keharusan untuk dijalankan. Tanpa kegiatan pemasaran jangan diharapkan kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat dipenuhi demi tercapainya *profit* perusahaan. Jika sebuah bank ingin mendapatkan *profit* yang besar maka bank harus mendapatkan banyak nasabah walaupun hanya nasabah tabungan.

⁴⁵Wawancara bagian Funding Officer Teguh Ariyanto pada tanggal 6 juni 2016

Berdasarkan ketentuan dalam Undang-Undang No.7 Tahun 1992 tentang perbankan maupun perubahannya:

“Simpanan adalah dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank berdasarkan perjanjian penyimpanan. Tabungan simpanan pelajar adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini.⁴⁶

Jadi, apabila sebuah lembaga pendidikan ingin bekerjasama dengan produk tabungan simpanan pelajar di Bank BRI Syariah KC Purwokerto harus mendatangi *MOU* dengan Bank BRI Syariah KC Purwokerto.

Tata cara yang dilakukan lembaga pendidikan apabila ingin menjadi nasabah tabungan simpanan pelajar (Simpel) di Bank BRI Syariah KC Purwokerto sebagai berikut:

- a) Melaksanakan *MOU/kerjasama* dengan pihak bank.
- b) Mengisi aplikasi pembukaan rekening tabungan simpanan pelajar (Simpel).
- c) Daftar siswa/siswi yang ingin membuka rekening tabungan simpanan pelajar (Simpel).
- d) Menyerahkan fotocopy KTP salah satu orang tua/wali murid, fotocopy akte kelahiran dan fotocopy kartu keluarga.
- e) Pembukaan rekening tabungan simpanan pelajar (Simpel) minimal Rp 1.000,00

Strategi pemasaran yang dilakukan Bank BRI Syariah KC Purwokerto untuk mendapatkan nasabah produk simpanan pelajar (Simpel) dengan bersosialisasi ke sekolah-sekolah negeri maupun swasta dan *open table* serta

⁴⁶Brosur Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) Ib dikutip tanggal 13 Juni 2016

menawarkan produk sistem pendebetn SPP secara gratis. Strategi pemasaran itu juga didukung dengan:

1. Strategi Lokasi dan *Layout*

Yang dimaksud dengan strategi lokasi bank adalah tempat di mana diperjualbelikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan. Dalam prakteknya ada beberapa macam lokasi kantor bank, yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM).

Penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis akan memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Disamping lokasi yang strategis, hal yang mendukung lokasi tersebut adalah *layout* gedung dan *layout* ruangan bank itu sendiri. Penetapan *layout* bank yang baik dan benar akan menambah kenyamanan nasabah dalam berhubungan dengan bank. Pada akhirnya, lokasi dan *layout* merupakan dua hal yang tidak terpisahkan dan harus merupakan suatu panduan yang serasi dan sepadan.

Kemudian setelah lokasi diperoleh, maka langkah selajutnya adalah menentukan *layout* gedung dan ruang kantor. Usahakan *layout* ruangan senyaman mungkin untuk memberikan kesan nyaman dihati nasabah.

2. Strategi Promosi Bank

Untuk dapat memberitahukan nasabah tentang produk bank adalah melalui sarana promosi. Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi adalah sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank di mata para nasabahnya.

Dalam praktiknya paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya. Pertama, promosi melalui iklan (*advertising*), kedua, melalui promosi penjualan (*sales promotion*). Ketiga, publisitas (*publicity*), dan keempat adalah promosi melalui penjualan pribadi (*personal selling*).

Promosi melalui iklan (*advertising*) adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh bank. Informasi yang diberikan adalah manfaat produk,

harga produk serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan pesaing. Tujuan promosi lewat iklan adalah berusaha untuk menarik, dan mempengaruhi calon nasabahnya.⁴⁷

Bank BRI Syariah KC Purwokerto juga mempromosikan produknya dengan memasang banner di masjid, jalan raya dan di pusat perbelanjaan yang ada di kota Purwokerto, contohnya di Depo Pelita Bank BRI Syariah KC Purwokerto memperkenalkan produk KPR, mengadakan *open table* di Moro, Gor Satria dan Alun-alun.

Sedangkan, promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Promosi penjualan dapat dilakukan melalui pemberian diskon, kontes, kupon, atau sampel produk. Dengan menggunakan alat tersebut akan memberikan 3 manfaat bagi promosi penjualan, yaitu:

- 1) Komunikasi, yaitu memberikan informasi yang dapat menarik perhatian nasabah untuk membeli.
- 2) Insentif, yaitu memberikan dorongan dan semangat kepada nasabah untuk segera membeli produk yang ditawarkan.
- 3) Invitasi mengharapkan nasabah segera merealisasi pembelian.

Publisitas (*Publicity*) merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, serta kegiatan lainnya. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank di mata para nasabahnya. Oleh karena itu, publisitas perlu diperbanyak lagi.

⁴⁷Kasmir, *Pemasaran Bank*(Jakarta:KENCANA, 2004), hal.155-161

Tujuannya adalah agar nasabah mengenal bank lebih dekat. Dengan kegiatan ini, nasabah akan selalu mengingat bank tersebut dan diharapkan akan menarik nasabah. Kegiatan publisitas dapat dilakukan melalui: pameran, kegiatan amal, bakti sosial, *sponsorship* kegiatan.

Bank BRI Syariah KC Purwokerto juga memperkenalkan produknya melalui televisi dan surat kabar yang dimaksudkan untuk mengenalkan bank BRI Syariah KC Purwokerto kepada masyarakat luas dan menyaring calon nasabah untuk menggunakan produk-produk bank BRI syariah KC Purwokerto.

Penjualan Pribadi (*Personal selling*) dalam dunia perbankan dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari *cleaning service*, satpam, samapai pejabat bank. *Personal selling* juga dilakukan melalui merekrut tenaga-tenaga *salesman* dan *salesgirl* untuk melakukan penjualan *door to door*.

Penjualan secara *personal selling* akan memberikan beberapa keuntungan bank, yaitu antara lain:

- 1) Bank dapat langsung bertatap muka dengan nasabah atau calon nasabah, sehingga dapat langsung menjelaskan tentang produk bank kepada nasabah secara rinci.
- 2) Dapat memperoleh informasi langsung dari nasabah tentang kelemahan produk kita langsung dari nasabah, terutama dari keluhan yang nasabah sampaikan termasuk informasi dari nasabah tentang bank lain.

- 3) Petugas bank dapat langsung mempengaruhi nasabah dengan berbagai argumen yang kita miliki.
- 4) Memungkinkan hubungan terjalin akrab antara bank dengan nasabah.
- 5) Petugas bank yang memberikan pelayanan merupakan citra bank yang diberikan kepada nasabah jika pelayanan yang diberikan baik dan memuaskan.
- 6) Membuat situasi seolah-olah mengharuskan nasabah mendengarkan, memerhatikan, dan menanggapi bank.⁴⁸

Produk simpanan pelajar tabungan untuk siswa yang diterbitkan dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

Produk simpanan pelajar ditujukan pada sekolah-sekolah dasar, negeri maupun swasta karena program ini bertujuan untuk bisa memberikan edukasi bagi anak-anak untuk belajar menabung sejak dini, dan juga memberikan edukasi tentang produk tabungan simpel (simpanan pelajar) bagi orang tua murid dan sebagai sarana edukasi praktis keuangan dan perbankan bagi siswa dan guru.

Sejak peluncuran produk simpanan pelajar, Bank BRI Syariah KC Purwokerto mempromosikan produk tersebut dengan strategi memasang spanduk, pamflet, penyebaran produk dan membuka *open table* pada suatu kegiatan tertentu serta penawaran pada sekolah-sekolah khususnya sekolah swasta.

⁴⁸*Ibid*, hal.160-161

Sejak peluncuran produk simpanan pelajar (Simpel) perkembangan produk tersebut sampai saat ini khususnya Bank BRI Syariah KC Purwokerto sangat bagus, dari awal diluncurkan nasabahnya semakin banyak. Meningkatnya jumlah nasabah pada produk simpanan pelajar di pengaruhi oleh adanya kesadaran masyarakat yang menginginkan anaknya rajin menabung sejak dini.

Sejak diluncurkannya produk simpanan pelajar (Simpel) khususnya di Bank BRI Syariah KC Purwokerto, dari bulan ke bulan jumlah nasabahnya semakin meningkat. Meningkatnya jumlah nasabah tabungan simpanan pelajar (Simpel) dipengaruhi oleh adanya strategi pendekatan dengan sekolah-sekolah diwilayah Purwokerto khususnya sekolah swasta.

Tabel 1.2

Pertumbuhan jumlah nasabah Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel)

Oktober 2015 – Per 10 Juni 2016

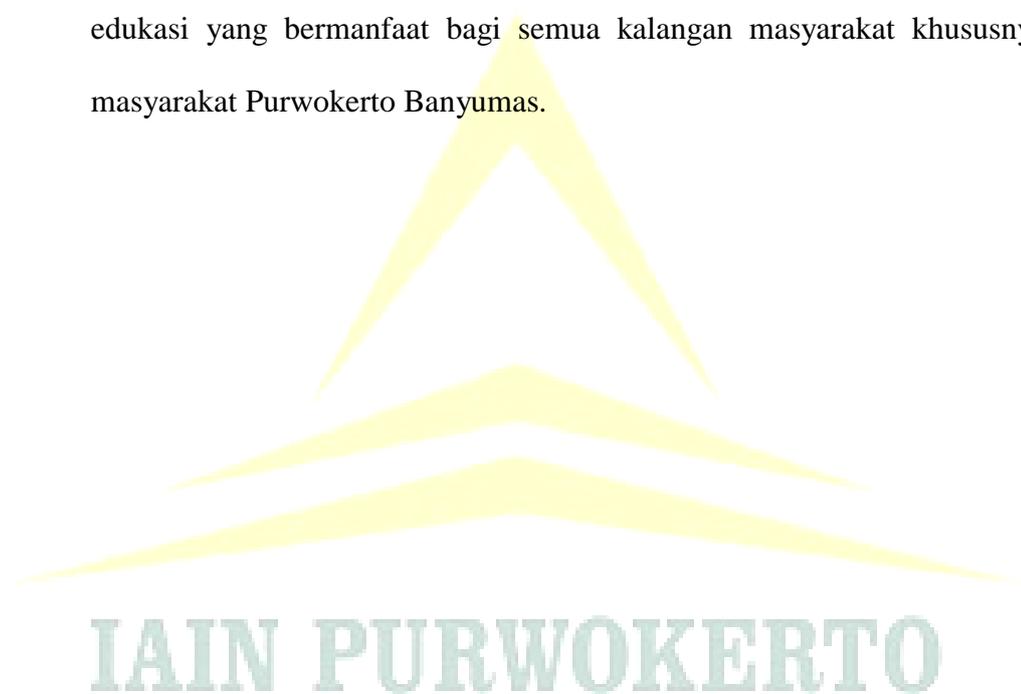
Bulan	Jumlah Nasabah
Oktober – November	24
Desember – Juni 2016	56
Jumlah Nasabah	80
Jumlah Dana per 10 Juni 2016	Rp 21,798,894

Sumber Ririn Beriantini, bagian BQA Bank BRI Syariah KC Purwokerto.

Dari data di atas dapat dilihat bahwa perkembangan produk Tabungan simpanan pelajar (Simpel) dari awal, yaitu tahun 2015 sampai dengan 2016 (per juni), mengalami pertumbuhan pada tahun 2015 jumlah nasabah simpanan pelajar adalah 24 orang, kemudian pada tahun 2016 per

juni sebanyak 56 orang. Dalam 8 bulan 10 hari tersebut jumlah nasabah simpanan pelajar mengalami peningkatan.⁴⁹

Dari beberapa bulan tersebut jumlah nasabah simpanan pelajar mengalami peningkatan, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu rasa kesadaran dari semua pihak dengan adanya manfaat menabung sejak dini dan juga rasa kepercayaan nasabah kepada Bank BRI Syariah KC Purwokerto, karena Bank BRI Syariah KC Purwokerto sudah memberikan edukasi yang bermanfaat bagi semua kalangan masyarakat khususnya masyarakat Purwokerto Banyumas.



IAIN PURWOKERTO

⁴⁹Wawancara bagian BQA, Ririn Beriantini tanggal 17 juni 2016

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

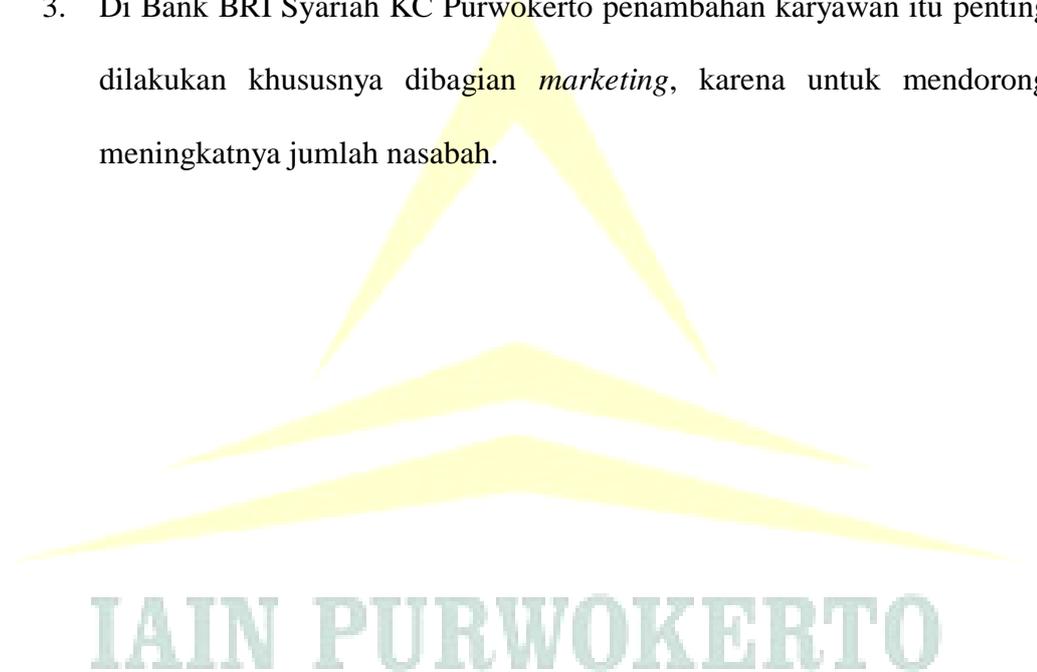
Berdasarkan penelitian yang dilakukan bahwa strategi pemasaran di Bank BRI Syariah KC Purwokerto dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi lokasi dan *layout* adalah bank yang letaknya strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank, penetapan *layout* yang baik dan benar juga akan menambah kenyamanan nasabah dalam berhubungan dengan bank.
2. Strategi Promosi bank adalah kegiatan bank untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik secara langsung maupun tidak langsung.
3. Strategi Jemput bola adalah strategi pelayanan yang diberikan bank untuk langsung bertatap muka dengan nasabah atau calon nasabah, sehingga dapat langsung menjelaskan tentang produk bank kepada nasabah secara rinci.

SARAN

Setelah melakukan penelitian dan pengamatan keadaan serta situasi di Bank BRI Syariah KC Purwokerto, maka penelitian memberikan saran yang bermanfaat bagi Bank BRI Syariah KC Purwokerto untuk kedepannya, antara lain:

1. Setelah mendapatkan nasabah yang ditargetkan sebaiknya Bank BRI Syariah KC Purwokerto tetap menjaga hubungan baik dengan para nasabahnya. Apabila tidak dijaga dengan baik, bisa saja nasabah tersebut berpaling dengan bank syariah yang lain.
2. Meningkatkan mutu produk-produk Bank BRI Syariah KC Purwokerto agar dapat bersaing dengan produk-produk sesama bank syariah dan juga bank konvensional.
3. Di Bank BRI Syariah KC Purwokerto penambahan karyawan itu penting dilakukan khususnya dibagian *marketing*, karena untuk mendorong meningkatnya jumlah nasabah.



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

- A Karim Adiwarman, 2014, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta:PT. RajaGrafindo Persada
- Fitriliana Rina Utami, 2010, *Strategi Pemasaran Produk Pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Surakarta*, Tugas akhir keuangan dan perbankan, Surakarta: Universitas Sebelas Maret
- Ikatan Bankir Indonesia, 2015, *Strategi Bisnis Bank Syariah*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Irham Fahmi, 2014, *Manajemen Strategi Teori dan Praktek*, Bandung: ALFABETA
- Ismail, 2011, *Perbankan Syariah*, Jakarta:Kencana
- Kasmir, 2003, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Kasmir, 2004, *Pemasaran Bank*, Jakarta:Kencana
- Muhammad, 2011, *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta:Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- Muhammad, 2014, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: ALFABETA
- Syafi'i Muhammad Antonio, 2007, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani
- Tjiptono Fandy, 2002, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta:ANDI
- Tjiptono Fandy, 2004, *Pemasaran Jasa*, Malang:Bayumedia Publishing
- Wiroso, 2005, *Penghimpun Dana dan Hasil Usaha Bank Syariah*, Jakarta:PT.Grasindo

Widiawati Ririn, 2015, *Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada Bank Mega Syariah Cabang Ungaran*, Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo

<http://afirdauz.blogspot.co.id/2012/04/aplikasi-funding-dan-financing.html?m=1>

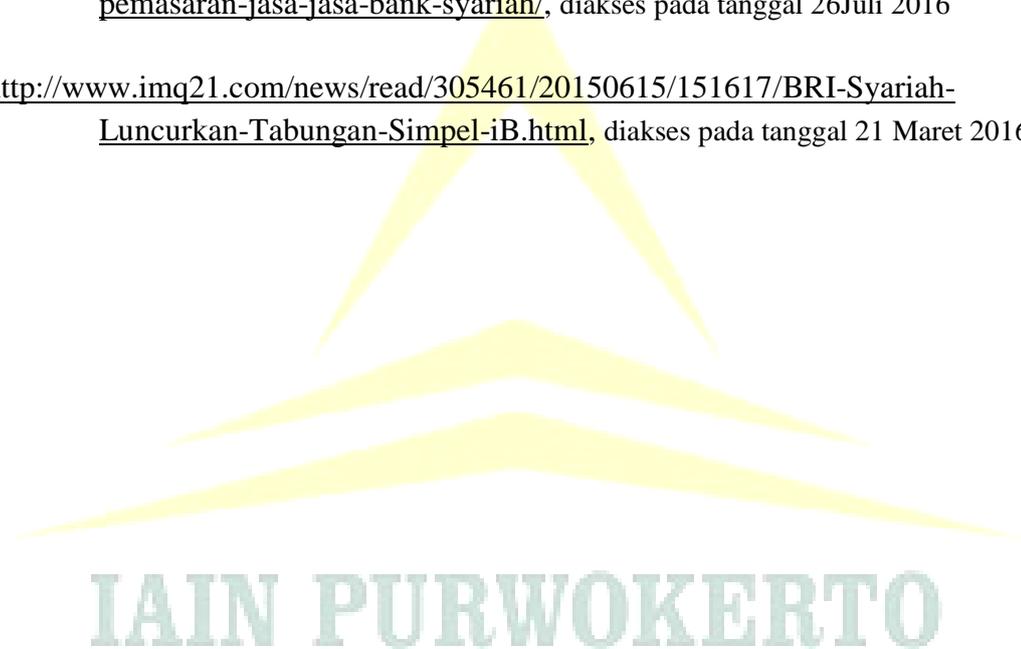
<http://blog.definisi.blogspot.co.id/2015/05/pengertian-produk-menurut-para-ahli.html?m=1>, diakses pada tanggal 21 Maret 2016

<http://id.m.wikipedia.org/wiki/strategi>, diakses pada tanggal 21 Maret 2016

<http://www.BRIsyariah.co.id/>, diakses pada tanggal 21 Maret 2016

<https://melindadwijayanti2013.wordpress.com/2014/03/21/manajemen-pemasaran-jasa-jasa-bank-syariah/>, diakses pada tanggal 26 Juli 2016

<http://www.imq21.com/news/read/305461/20150615/151617/BRI-Syariah-Luncurkan-Tabungan-Simpel-iB.html>, diakses pada tanggal 21 Maret 2016



IAIN PURWOKERTO



KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
PUSAT KOMPUTER

Alamat : Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40 A Telp. 0281 - 635624 Fax. 636553 Purwokerto 53126

SKALA PENILAIAN

NILAI	EKUIVALENSI	KETERANGAN
A	90 - 100	SANGAT MEMUASKAN
B	80 - 89	MEMUASKAN
C	60 - 79	CUKUP
D	< 59	KURANG

MATERI PENILAIAN

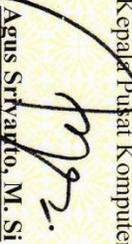
MATERI	NILAI
Microsoft Word	A
Microsoft Excel	A
Microsoft Power Point	A

S E R T I F I K A T
Diberikan kepada :
Sandy Rheza Pribadi

NIM : 1223204019

lahir pada tanggal : 05 Agustus 1994 di Banyumas
Sebagai tanda yang bersangkutan telah mengikuti dan menempuh Ujian Akhir Komputer pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Purwokerto Program Microsoft Office yang diselenggarakan oleh Pusat Komputer STAIN Purwokerto pada tanggal 15 - 17 April 2014

Purwokerto, 29 April 2014
Kepala Pusat Komputer


Agus Sirtanto, M.Si

NIP : 197509071999031002

Foto
3x4
Hitam
Putih



وزارة الشؤون الدينية
الجامعة الإسلامية الحكومية بورووكرتو
الوحدة لتنمية اللغة

www.stainpurwokerto.ac.id ١٢٥٦٢٤-٠٢٨١ هاتف ٣١٢٦ بورووكرتو رقم : ٤٠، بورووكرتو أحمد ياني رقم : عنوان :

الشهادة

Nomor: Stt. 37 UPB/ KS. 07. 09/ 2013

تشهد الوحدة لتنمية اللغة بأن:

ساندي ريزا فريادي ١٩٠٤٠١٩ ١٢٢٣٢٠٤

قد استحق/استحققت الحصول على شهادة اجادة اللغة العربية بجميع مهاراتها على المستوى المتوسط وذلك بعد اتمام الدراسة التي عقدتها الوحدة لتنمية اللغة وفق المنهج المقرر بتقدير:

٦٤

(مقبول)

١٠٠

بورووكرتو، ٠٧ أكتوبر ٢٠١٣

الوحدة لتنمية اللغة،

Lc. M.S.I. ، سوپريانتو،

رقم الموظف : ٣١٠٠١ ١٩٩٩، ٣٢٦ ١٩٧٤



MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS
STATE COLLEGE ON ISLAMIC STUDIES PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Central Java Indonesia, www.stainpurwokerto.ac.id

CERTIFICATE

Number: *Sti.23/UPB/KS.02/058/2013*

This is to certify that :

SANDY RHEZA PRIBADI (1223204019) MPS 1

Has completed an English Language Course in Intermediate level organized by Language Development Unit with result as follows:

SCORE: 77

GRADE: VERY GOOD

Purwokerto, October 07th 2013
Head of Language Development Unit,



Supriyanto, P.C. M.S.I.
NIP. 19740326 199903 1 001

**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.febi.iainpurwokerto.ac.id

SERTIFIKAT

Nomor : In. 17/FEBI.Lab/PP.009/430/2016

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Kerja Lapangan (PKL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto pada tanggal 7 April 2016 menerangkan bahwa :

Nama : Sandy Rheza Pribadi
NIM : 1223204019
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah/ Diploma III Manajemen Perbankan Syariah

Telah mengikuti PKL Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto Tahun Akademik 2015/2016 di :

BRI SYARIAH KC.PURWOKERTO

Mulai dari bulan Januari sampai dengan Maret 2016 dan dinyatakan LULUS dengan nilai A.
sertifikat ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti PKL Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian tugas akhir.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam


Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, MM.
NIP. 19680403 199403 1 004

Purwokerto, 6 April 2016

Kepala Laboratorium
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Chandra Warsito, S.TP., SE., M.Si.
NIP. 19790323 201101 1 007



**PANITIA ORIENTASI PENGENALAN AKADEMIK DAN KAMPUS [OPAK]
 DEPARTEMEN DALAM NEGERI
 DEWAN EKSEKUTIF MAHASISWA [DEMA]
 SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
 TAHUN 2012**



Sertifikat

No : 120/A1/Pan.OC.OPAK/VIII/2012

Di Berikan Kepada :

Sandy Rheza Pribadi

PESERTA

ORIENTASI PENGENALAN AKADEMIK DAN KAMPUS 2012

Senin-Kamis, 27-30 Agustus 2012

"Rekonstruksi Paradigma Mahasiswa Dalam Menghadapi Tantangan Globalisasi"

PK III STAIN Purwokerto

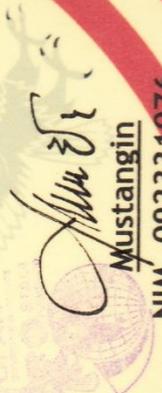
Mengetahui,
 Presiden DEMA ST

Ketua Panitia OPAK 2012



Dr. Abdul Basit, M.Ag

NIP. 19691219 199803 1 001



Mustangin

NIM. 0923331076

DAFTAR PENILAIAN

No	Jenis Penilaian	Nilai
1	Intelektual	8
2	Keaktifan	7
3	Orsenik	8
4	Kerapian	9
5	Ketaatan	8
6	Kedisiplinan	9
7	Atribut	7
8	Postes	7
9	Tugas	10
10	Presensi	10
Jumlah		83

uang bagi siswa
g budaya gemar menabung
ngelolaan keuangan sejak dini

dukasi tentang produk tabungan
an kemandirian anak dalam
keuangan
kan orang tua untuk mengontrol
an anak

dukasi praktis keuangan dan
i bagi siswa dan guru
hkan budaya menabung di sekolah
tem pembayaran dan pengelolaan
yang efektif dan efisien di
n sekolah

an lebih lanjut hubungi:

REGUH A.
BRI SYARIAH
0811282777



Simpanan Pelajar
(SimPel)

BRI Syariah iB

syariah

Menabung itu Aku

SimPel
Simpanan Pelajar



S 1500-789
syariah.co.id

f BRI Syariah
@BRISyariah



Bersama Wujudkan Harapan Bersama

mpanan Pelajar iB) adalah tabungan yang diterbitkan dengan persyaratan sederhana serta fitur yang menarik yang budaya menabung sejak dini.

Anda bisa bekerja sama antara BRISyariah dengan kelengkapan aplikasi pembukaan SimPel iB.

Anda bisa mengisi dokumen pembukaan rekening. Kartu Keluarga/NISN/NIS, dan Orang KTP)

Anda bisa memilih nilai minimal Rp1.000,- atau storan selanjutnya Rp1.000,- hingga maksimum Rp1.000,-/hari. Anda bisa memilih jenis layanan perbankan kartu ATM (pilihan)

Anda bisa menikmati fasilitas e-channel berupa S, SMSBRIS, dan phone banking

Biaya

- Biaya administrasi tabungan GRATIS
- Biaya dibawah saldo minimum GRATIS
- Biaya rekening dormant Rp1.000,-/bulan (dikenakan apabila rekening tidak aktif transaksi selama 12 bulan)
- Biaya penggantian buku tabungan saat pembukaan rekening atau karena habis GRATIS
- Biaya penggantian buku tabungan karena hilang/rusak Rp. 5.000,-
- Biaya pembuatan kartu ATM Rp5.000,-
- Biaya penggantian kartu ATM karena hilang/rusak Rp.15.000,-
- Biaya penutupan rekening Rp1.000,-

Keunggulan

- CIF dan rekening atas nama anak
- Setoran awal ringan
- Biaya murah
- Bebas biaya administrasi
- Memperoleh kartu ATM (pilihan)
- GRATIS fitur faedah (transaksi melalui ATM melalui jaringan BRI, PRIMA dan, Bersama)
- Memperoleh buku tabungan
- Diberikan bonus sesuai kebijakan Bank
- Rekening dapat diberikan fasilitas layanan autodebet berdasarkan standing instruction, pembayaran tagihan rutin, zakat / infaq / sedekah, autosweep, dan sebagainya.