

TUGAS AKHIR

STRATEGI PEMASARAN TALANGAN UMRAH DI PT. BNI SYARIAH KC. TANJUNG KARANG

Oleh:

**POPO VERNANDA
NPM. 1602080043**



**Jurusan D3 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H / 2019 M**

**STRATEGI PEMASARAN TALANGAN UMRAH
DI PT. BNI SYARIAH KC. TANJUNG KARANG**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md)

Oleh:

POPO VERNANDA
NPM. 1602080043

Pembimbing Tugas Akhir: Hermanita, SE.MM.

Jurusan D3 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H / 2019 M

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul TA : **STRATEGI PEMASARAN TALANGAN UMRAH DI PT.
BNI SYARIAH KC. TANJUNG KARANG**

Nama : **POPO VERNANDA**

NPM : 1602080043

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Diploma III Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, Oktober 2019
Pembimbing,



Hermanita, SE.MM.
NIP. 19730220 199903 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

No: 3483 / In.28.3 / D / PP-00.9 / 12 / 2019

Judul Tugas Akhir: STRATEGI PEMASARAN TALANGAN UMRAH DI PT. BNI SYARIAH KC. TANJUNG KARANG, disusun Oleh: POPO VERNANDA, NPM: 1602080043, Program: D-III Perbankan Syariah telah diujikan dalam Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Jum'at/08 November 2019, di Kampus II (E.6.1.3).

TIM PENGUJI :

Ketua : Hermanita, SE.MM.

Penguji I : Nety Hermawati, SH, MA, MH

Penguji II : Zumaroh, M.E.Sy

Sekretaris : Ani Nurul Imtihanah, S.H.I.,M.S.I

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



[Signature]
Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum.
NIP. 19720923 200003 2 002

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN TALANGAN UMRAH DI PT. BNI SYARIAH KC. TANJUNG KARANG

**Oleh:
POPO VERNANDA
NPM. 1602080043**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana minat nasabah terhadap produk Talangan Umrah dan Strategi apa yang digunakan oleh PT. BNI Syariah KC. Tanjung Karang untuk memasarkan produk Talangan Umrah. Untuk mengungkap persoalan tersebut secara mendalam, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, sumber data pengumpulan dengan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan cara observasi dan wawancara.

Dari data penelitian didapatkan bahwa strategi pemasaran talangan umrah yang dilakukan oleh PT. BNI Syariah KC. Tanjung Karang belum maksimal pada saat ini. PT. BNI Syariah KC. Tanjung Karang hanya melakukan strategi dengan menggunakan strategi berbasis hubungan dan penyebaran brosur. Sehingga minat nasabah masih kurang dikarenakan tingkat pengetahuan masyarakat dan kedua tingkat kepercayaan masyarakat masih kurang terhadap produk talangan umrah pada PT. BNI Syariah KC. Tanjung Karang.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : POPO VERNANDA

NPM : 1602080043

Jurusan : D3 Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa tugas akhir ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Oktober 2019
Yang Menyatakan,



Popo Vernanda
NPM. 1602080043

MOTTO

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ
يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya. (Q.S. Ali-Imran: 159)¹

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005), 56

PERSEMBAHAN

Tidak ada kata yang pantas diucapkan selain rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan ilmu serta kelancaran kepada saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Saya persembahkan Tugas Akhir ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih saya kepada:

1. Kedua orang tua saya (Bapak Darmanto dan Ibu Dewi Anita) yang tidak pernah lelah memberikan kasih sayang, memberikan doa dan dukungannya selama proses pembuatan Tugas Akhir ini.
2. Pembimbing Tugas Akhir (Ibu Hermanita, SE.MM.) yang telah membimbing saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir saya dengan lancar.
3. Untuk teman-teman D3 Perbankan Syariah Angkatan 2016 terutama kelas B yang selalu memberikan semangat sehingga Tugas Akhir saya dapat selesai sesuai harapan.
4. Sahabat-sahabat tercinta, Riri Novita Putri, Mayla Kurnia, dan Putri Lestari yang selalu mendukung untuk segera menyelesaikan Tugas Akhir ini agar bisa Wisuda bersama-sama.
5. Dosen-dosen IAIN Metro khususnya dosen Jurusan D3 Perbankan Syariah.
6. Almamater tercinta yang selalu saya banggakan, IAIN Metro.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah Rabbil'alamin, segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala nikmat, rahmat serta hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul: “STRATEGI PEMASARAN TALANGAN UMRAH DI PT. BNI SYARIAH KC. TANJUNG KARANG”.

Penelitian tugas Akhir ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Diploma III IAIN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Ahlimadya (Amd). Dalam upaya penyelesaian Tugas Akhir ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena nya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M. Ag selaku Rektor IAIN Metro
2. Ibu Widhiya Ninsiana, M. Hum selaku Dekan Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro
3. Ibu Hermanita, SE.MM., selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah membimbing peneliti dengan penuh kesabaran.
4. Ibu Nety Hermawati, SH, MA, MH, selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

6. Pimpinan Cabang dan segenap Karyawan di PT. BNI Syariah KC. Tanjung Karang yang telah memberikan sarana dan prasarana kepada peneliti sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
7. Rekan-rekan mahasiswa yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada peneliti.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini, sehingga kritik dan saran sangat peneliti harapkan demi perbaiki di masa yang akan datang. Peneliti berharap semoga hasil penelitian yang telah dilakukan dapat bermanfaat bagi ilmu pengetahuan mengenai strategi penanganan nasabah bermasalah.

Wasalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, Oktober 2019
Peneliti,



Popo Vernanda
NPM. 1602080043

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
D. Metode Penelitian	5
E. Sistematika Pembahasan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Strategi.....	11
B. Pengertian Pemasaran.....	11
C. Strategi Pemasaran	12
D. Konsep Pemasaran.....	17
E. Minat	21
F. Talangan Umrah	22
BAB III PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum BNI Syariah	25
1. Sejarah Berdirinya BNI Syariah KC. Tanjung Karang	25
2. Visi dan Misi BNI Syariah Kc. Tanjung Karang.....	27
3. Struktur Organisasi BNI Syariah KC. Tanjung Karang	27
B. Produk-produk BNI Syariah KC. Tanjung Karang	32
C. Strategi Pemasaran Talangan Umrah BNI Syariah KC. Tanjung Karang	46
D. Minat Nasabah Terhadap Produk Talangan Umrah ib Hasanah BNI Syariah KC. Tanjung Karang	50
E. Hambatan-hambatan Pemasaran Produk Talangan Umrah BNI Syariah KC. Tanjung Karang	52

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	53
B. Saran	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Jumlah data nasabah Jamaah Umrah pada PT. BNI Syariah Kc. Tanjung Karang	3

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Struktur Organisasi BNI Syariah Kc. Tanjung Karang	28

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keputusan Bimbingan Tugas Akhir
2. Alat Pengumpulan Data (APD)
3. Kartu Konsultasi Bimbingan
4. Brosur-Brosur
5. Surat Keterangan Bebas Pustaka

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perbankan di Indonesia telah mengalami kemajuan yang sangat pesat saat ini. Bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatannya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. Bank yang berfungsi menyalurkan dana dari pihak yang memiliki kelebihan dana ke pihak yang membutuhkan dana.¹ Ini mengakibatkan kegiatan transaksi perbankan pun juga maju pesat. Tidak sedikit jumlah bank yang terdiri di Indonesia, kita mengenal adanya Bank Asing, Bank Swasta, maupun Bank Pemerintah. Tidak hanya bank lokal tetapi bank asing pun berusaha untuk mendirikan perusahaan di Indonesia.

Pada era globalisasi dan liberalisasi, daya asing perusahaan perlu ditingkatkan, tidak hanya aspek produksi, tetapi juga aspek strategi pemasarannya. Meskipun setiap perusahaan memiliki kontribusi masing-masing penyusunan strategi dengan tingkatan yang berbeda, namun kendali perusahaan terhadap lingkungan eksternalnya cenderung terbatas, perusahaan perlu menempatkan strategi pemasaran agar berperan penting dan berkelanjutan dalam fungsi manajemennya yang memiliki kontak paling besar dengan dunia luar.

¹ Imam Wahyudi dkk, *Manajemen Risiko Bank Islam*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013),

Pemasaran salah satu yang menjadi penting untuk diperhatikan dalam kegiatan penjualan sebagai bagian dari bauran pemasaran adalah mengenai produk yang ditawarkan dan bagaimana promosi itu dilakukan. Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran faktor yang dapat dikendalikan oleh produk, harga, promosi dan tempat yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran. Produk dan jasa yang ditawarkan bank syariah tentu harus dibuat dan diperhatikan nilai kehalalan, bermutu bermanfaat dan kualitasnya. Secara umum haruslah memenuhi standarisasi mutu, berdaya guna, mudah dipakai, indah dan memiliki daya tarik.

Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha, baik perusahaan berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Pentingnya pemasaran dilakukan rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk dan jasa kegiatan pemasaran yang dilakukan suatu bank memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut konsumen terutama untuk produk yang diluncurkan, sedangkan dalam jangka panjang untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis.²

Persaingan antar bank semakin ketat terutama dengan bank syariah yang memiliki produk yang beragam dan menarik. Kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan utama, tanpa kegiatan pemasaran, jangan

² Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 174

diharapkan kebutuhan dan keinginan pelanggan akan terpenuhi. Oleh karena itu, bagi dunia perbankan perlu mengemas kegiatan pemasarannya secara terpadu. Pemasaran harus dikelola secara profesional, sehingga kebutuhan dan keinginan pelanggan akan segera terpenuhi.

Banyak lembaga keuangan yang menawarkan produk-produk kepada masyarakat, salah satunya PT BNI Syariah KC. Tanjung Karang yaitu produk Talangan Umrah Ib Hasanah. Dari hasil penelitian dilapangan PT. BNI Syariah KC. Tanjung Karang strategi pemasaran yang digunakan dalam memasarkan talangan umrah yaitu berbasis sosialisasi dan melalui media dengan dua strategi pemasaran ini perkembangan produk talangan umrah kurang populer di kalangan masyarakat. Karena hanya sebagian masyarakat yang mengetahui produk talangan umrah hanya sedikit. Hal ini bisa dilihat dari jumlah data nasabah talangan umrah pada PT BNI Syariah KC. Tanjung Karang:

Tabel 1.1
Jumlah data nasabah Jamaah Umrah pada PT. BNI Syariah
KC. Tanjung Karang.³

Tahun	Jumlah
2016	22
2017	18
2018	10

Berdasarkan uraian di atas. Maka peneliti tertarik melakukan penelitian tentang “Strategi Pemasaran Talangan Umrah di PT BNI Syariah KC. Tanjung Karang”.

³ Liza Dwi Seputri, selaku Consumer PT BNI Syariah KC. Tanjung Karang, wawancara, pada tanggal 21 Februari 2019

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana strategi pemasaran talangan umrah di PT BNI Syariah KC. Tanjung Karang?
2. Bagaimana minat masyarakat terhadap Produk Talangan Umrah BNI Syariah KC. Tanjung Karang?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu :

- a. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan dalam memasarkan talangan umrah di PT BNI Syariah KC. Tanjung Karang.
- b. Untuk mengetahui minat nasabah terhadap adanya Produk Talangan Umrah.

2. Manfaat Penelitian

- a. Teoritis

Secara teoritis penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan bagi akademisi di bidang perbankan khususnya yang berkaitan dengan talangan umrah di BNI Syariah KC. Tanjung Karang.

- b. Praktis

Secara praktis berguna bagi PT BNI Syariah KC. Tanjung Karang agar dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak

bank terkait dalam strategi pemasaran dalam meningkatkan minat nasabah terhadap talangan umrah.

D. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan sesuatu unit sosial, individu, kelompok, lembaga atau masyarakat.⁴

Adapun maksud dari peneliti tersebut penelitian yang mempelajari secara mendalam tentang strategi pemasaran talangan umrah di PT BNI Syariah KC. Tanjung Karang, yaitu dengan penelitian yang secara langsung dapat diperoleh data-data dari lapangan dengan tempat penelitian di PT BNI Syariah KC. Tanjung Karang.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bermaksud untuk membuat pencandraan (deskripsi) mengenai situasi-situasi atau kejadian-kejadian.⁵ Sedangkan penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantifikasi lainnya.⁶ Jadi yang dimaksud deskriptif kualitatif adalah suatu penelitian yang diupayakan untuk menandakan atau mengamati permasalahan secara

⁴ Cholid Narbuko, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), 46

⁵ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 76

⁶ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2014), 6

systematis dan akurat mengenai fakta dan sifat objek tertentu.⁷ Dengan demikian dapat diartikan hasil dari penelitian ini hanya berupa keterangan-keterangan tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan minat nasabah dalam talangan umrah di PT BNI Syariah KC. Tanjung Karang.

3. Sumber Data

Menurut Sumardi Suryabrata, yaitu dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subyek data yang diperoleh dari sebuah penelitian.⁸ Data merupakan hasil pencatatan baik yang berupa fakta dan angka yang dijadikan bahan untuk menyusun informasi. Oleh karena itu, subyek penelitian adalah subyek yang diambil datanya untuk diambil kesimpulan atau sejumlah subyek yang diteliti dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa sumber data yaitu:

- a. Sumber Data Primer, yaitu data yang diperoleh peneliti secara langsung (dari tangan pertama). Dalam penelitian ini yang termasuk data primer adalah data yang diperoleh dari wawancara secara langsung dengan pihak BNI Syariah Kc. Tanjung Karang yang terkait yaitu kepada Bapak Adi Kusnanto sebagai *Sales Officer (SO)*, dan Ibu Liza Dwi Seputri sebagai *Consumer* di PT. BNI Syariah KC. Tanjung Karang. Dan wawancara dengan Ibu Martina alamat di Jl. Flamboyan 4 gg Labuhan Dalam, Bandar Lampung dan Bapak Triono Pujo Widodo alamat Jl. Garuda gg Dahlia Kemiling, Bandar Lampung.

⁷ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 205

⁸ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian.*, 76

b. Sumber data sekunder, merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.⁹ Sumber data sekunder pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- 1) Hendro. *Dasar-dasar Kewirausahaan Panduan Bagi Mahasiswa Untuk Mengenal, Memahami dan Memasuki Dunia Bisnis*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2011.
- 2) Ikatan Bankir Indonesia IBI dan Lembaga Sertifikasi Profesi Perbankan LSPP. *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- 3) Mugi Rahardjo. *Pemasaran Lembaga Keuangan Perbankan*. Surakarta: Lembaga Pengembangan Pendidikan LPP dan UPT Penerbit dan Percetakan UNS UNS Press, 2009.
- 4) Muhammad. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2011.
- 5) Panji Anoraga. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2009.
- 6) Veithzal Rivai. *Islamic Financial Management*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dimana pewawancara (peneliti atau yang diberi tugas melakukan pengumpulan

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 137

data) dalam mengumpulkan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai.¹⁰ Untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian ini, maka peneliti mencari informasi dari *Consumer*, *Sales Officer* (SO) dan masyarakat umum mengenai tentang strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. BNI Syariah KC. Tanjung Karang.

b. Dokumentasi

Teknik dokumentasi ialah teknik pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan mengenai data pribadi responden, seperti yang dilakukan yang dilakukan oleh seorang psikolog dalam meneliti perkembangan seorang klien melalui catatan pribadinya.¹¹ Dalam penelitian ini data yang dicari dan dikumpulkan oleh peneliti dari PT BNI Syariah KC. Tanjung Karang yang berkaitan dengan strategi pemasaran talangan umrah.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya, sehingga dapat mudah difahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.¹² Data yang diperoleh dari wawancara dan dokumentasi dari PT BNI Syariah KC. Tanjung Karang akan diolah dengan menggunakan teknik deskriptif kualitatif.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 224

¹¹ Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 112

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.*, 244

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif karena penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan keterangan dengan mengacu pada berbagai teori dengan pokok masalah. Sedangkan hasil dokumentasi digunakan untuk menunjang hasil wawancara. Untuk menganalisis data, peneliti menggunakan cara berfikir induktif yaitu berangkat dari fakta-fakta yang khusus, peristiwa-peristiwa yang konkrit, kemudian dari fakta-fakta atau peristiwa yang khusus konkrit itu ditarik generalisasi-generalisasi yang mempunyai sifat umum.

Dengan cara berfikir induktif, peneliti dapat melihat strategi pemasaran yang dilaksanakan oleh PT BNI Syariah KC. Tanjung Karang untuk dapat mengetahui pemasaran yang terbaik. Hal ini dapat diketahui setelah peneliti mendapatkan informasi dan data yang diperlukan dari, *Consumer, Sales Officer (SO)* dan masyarakat umum. Kemudian peneliti mendapat kesimpulan mengenai bagaimana pemasaran terbaik yang dapat dilaksanakan.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan pada tugas akhir yang berjudul “Strategi Pemasaran Talangan Umrah di PT BNI Syariah Kc. Tanjung Karang” adalah:

BAB I Pendahuluan

Pada bagian ini menguraikan mengenai latar belakang masalah, pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori

Pada bab ini menjelaskan mengenai strategi pemasaran talangan umrah meliputi: pengertian strategi, pengertian pemasaran, strategi pemasaran, konsep pemasaran, minat serta talangan umrah.

BAB III Pembahasan

Pada bab ini diuraikan tentang sejarah berdirinya BNI Syariah KC. Tanjung Karang, visi misi BNI Syariah KC. Tanjung Karang, struktur organisasi BNI Syariah KC. Tanjung Karang, produk-produk BNI Syariah KC. Tanjung Karang, strategi pemasaran talangan umrah BNI Syaiah KC. Tanjung Karang, minat nasabah terhadap talangan umrah BNI Syariah KC. Tanjung Karang dan hambatan-hambatan pemasaran produk talangan umrah BNI Syariah KC. Tanjung Karang.

BAB IV Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Strategi

Strategi dimaksudkan supaya bagaimana tujuan-tujuan perencanaan dapat dicapai dengan mempergunakan sumber-sumber yang dimiliki, diusahakan pula untuk mengatasi kesulitan-kesulitan serta tantangan-tantangan yang ada. Strategi dapat berupaya untuk menyusun target (sasaran), program, dan proyek untuk tercapainya tujuan-tujuan serta tugas pokok perencanaan. Strategi disusun berdasarkan premies dan tujuan yang telah ditetapkan.¹

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan, gagasan dan perencanaan sebuah aktivitas dimasa yang akan datang.

B. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.²

Amerika Marketing Association (AMA) mendefinisikan pemasaran sebagai proses sosial perencanaan dan pelaksanaan rencana penetapan harga,

¹ H. Veithzal Rivai, *Islamic Financial Management*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), 239

² Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2011), 226

promosi, dan distribusi dari ide-ide, barang-barang, dan jasa-jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individual dan organisasional.³

Pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara member kepuasan.⁴

Sebagai mana pengertian pemasaran di atas, definisi pemasaran adalah usaha yang dilakukan untuk bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen melalui penciptaan suatu produk, baik barang maupun jasa yang kemudian dibeli oleh konsumen yang memiliki kebutuhan melalui suatu pertukaran.

C. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan tindak lanjut dari pengenalan pasar, yang menyangkut strategi yang akan diterapkan dalam memasarkan produk agar dapat diterima oleh pasar.⁵

Secara umum, strategi pemasaran dimaknai sebagai serangkaian upaya yang ditempuh dalam rangka mencapai tujuan tertentu yang terkait dengan pemindahan produk (barang atau jasa) dari tangan produsen ke tangan konsumen, yang meliputi identifikasi dan evaluasi peluang, analisis segmen pasar, pemilihan target pasar, dan perencanaan bauran pemasaran yang tepat.⁶

³ Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2009), 215

⁴ Mugi Rahardjo, *Pemasaran Lembaga Keuangan Perbankan*, (Surakarta: Lembaga Pengembangan Pendidikan (LPP) dan UPT Penerbit dan Percetakan UNS (UNS Press)), 2009), 17

⁵ Muhammad, *Manajemen Bank*., 226

⁶ Ikatan Bankir Indonesia (IBI) dan Lembaga Sertifikasi Profesi Perbankan (LSPP), *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015), 219

Strategi pemasaran mengandung dua faktor yang terpisah tetapi berhubungan dengan erat, yakni:

1. Pasar target atau sasaran, yaitu suatu kelompok konsumen yang homogeny, yang merupakan “sasaran” perusahaan.
2. Bauran pemasaran (Marketing Mix), yaitu variabel-variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan, yang terdiri dari product, price, place dan promotion. Terhadap variabel-variabel yang tidak dapat dikendalikan manajemen pemasaran tidak dapat bertindak banyak. Untuk lebih jelas di bawah ini akan dikemukakan uraian untuk masing-masing variabel tersebut.

a. Produk (*Product*)

Dalam *marketing mix*, langkah yang pertama dilakukan adalah produk. Hal ini penting karena yang akan dijual adalah produk dan konsumen akan mengenal perusahaan melalui produk yang ditawarkan. Dalam strategi produk yang perlu diingat yaitu berkaitan dengan produk secara utuh, mulai dari nama produk, bentuk, isi atau kemasan.

Karena strategi produk berkaitan dengan produk secara keseluruhan, maka sebelum membicarakan lebih jauh, maka terlebih dahulu harus mengenal apa itu produk. Menurut Philip Kotler, produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.⁷

⁷ Mugi Rahardjo, *Pemasaran Lembaga.*, 49

Memasarkan produk-produk bank syariah dan memantapkan posisi bank syariah sebagai salah satu upaya dalam strategi pemasaran diperlukan adanya kiat-kiat khusus, sehingga bank syariah dalam kegiatan operasionalnya bisa melayani jasa keuangan bagi masyarakat selalu berkembang dan bertahan dalam persaingan dengan lembaga keuangan lainnya. Dalam kegiatan ini diperlukan agar pasar yang terdiri dari nasabah dan calon konsumen yang merupakan aset akan selalu loyal dan tertarik kepada bank syariah dan juga sebagai motivasi bagi internal bank syariah untuk selalu mengembangkan dan meningkatkan kinerja dan operasional bank syariah pada masa kini dan yang akan datang.

Produk yang ditawarkan oleh bank sangat banyak jumlahnya, salah satunya BNI Syariah KC. Tanjung Karang yang menciptakan berbagai jenis produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah.

b. Harga (*Price*)

Setelah produk berhasil diciptakan dengan segala atributnya, langkah selanjutnya adalah menentukan harga produk. Harga merupakan variabel yang dapat dikendalikan dan yang menentukan diterima tidaknya suatu produk oleh konsumen.⁸ Penentuan harga sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk atau jasa yang ditawarkan.

⁸ Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis.*, 221

Dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) harga yang tepat untuk mendukung strategi pembedanya dan memposisikan produk anda dalam:

F. Struktur harga.

G. Tukar tambahannya bagaimana.

H. Potongan penjualan yang menarik bagi keputusan pelanggan.

I. Promo penjualan menarik.

J. Jangka waktu pembayaran yang dapat disesuaikan.⁹

Penentuan harga menjadi sangat penting untuk memperhatikan mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan di PT BNI Syariah KC. Tanjung Karang. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan oleh bank itu sendiri.

c. Distribusi (*Place*)

Distribusi merupakan masalah lain yang akan dihadapi perusahaan pada saat produk selesai diproses. Distribusi ini menyangkut cara menyampaikan produk ketangan konsumen. Manajemen pemasaran mempunyai peranan dalam mengevakuasi penampilan para penyalur. Bila perusahaan merencanakan suatu pasar tertentu, yang pertama kali dipikirkan adalah siapa yang akan ditujuk

⁹ Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan Panduan Bagi Mahasiswa Untuk Mengenal, Memahami dan Memasuki Dunia Bisnis*, (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2011), 382

sebagai penyalur disana, atau berapa banyak yang akan bersedia untuk menjadi penyalur di daerah itu.¹⁰

Dalam menentukan lokasi bagi industri perbankan oleh setiap perusahaan kepada lokasi cabang. Penentuan lokasi kantor cabang bank dilakukan untuk cabang utama, cabang pembantu atau kantor kas. Penentuan lokasi kantor dengan sarana dan prasarana mendukung menjadi sangat penting. Seperti pada PT BNI Syariah KC. Tanjung Karang yang memilih kantor cabang di pusat kota dimana tempat tersebut sangat strategis supaya masyarakat atau nasabah mudah menjangkau lokasi bank yang sudah tersedia.

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengkomunikasikan, mengenalkan, dan mempopulerkan produk dan bisnisnya kepada pasar sasaran.¹¹ Tanpa promosi jangan diharapkan pelanggan akan mengenal produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu PT BNI Syariah KC. Tanjung Karang mendefinisikan promosi merupakan sarana yang ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya di dalam setiap produk yang sudah ada seperti nasabah mendapatkan *Cashback* bagi pengguna *Hasanah Card* atau dengan cara promo yang lainnya.

¹⁰ *Ibid.*, 221

¹¹ *Ibid.*, 393

D. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran merupakan sebuah falsafah bisnis yang berhadapan dengan tiga macam orientasi bisnis seperti yang telah dikemukakan, konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk mencapai tujuan-tujuan keorganisasian berupa keharusan agar perusahaan yang bersangkutan menjadi lebih efektif, dibandingkan dengan pihak pesaingnya dalam hal menciptakan, memberikan dan mengkomunikasikan nilai untuk para pelanggan pada dasar sasaran yang telah dipilih.

Kegiatan pemasaran terdapat beberapa konsep pemasaran dimana masing-masing konsep memiliki tujuan yang berbeda. Konsep ini muncul dari satu periode ke periode lainnya akibatnya perkembangan pengetahuan baik produsen maupun konsumen. Penggunaan konsep ini tergantung kepada perusahaan yang juga berkaitan dengan jenis usaha dan tujuan perusahaan yang bersangkutan. Ada lima konsep dalam pemasaran dimana setiap konsep dapat dijadikan landasan pemasaran oleh masing-masing perusahaan.¹²

Adapun konsep-konsep yang dimaksud adalah sebagai berikut.

1. Konsep Produksi

Konsep produksi merupakan salah satu di antara konsep tertua dalam bisnis. Konsep produksi menyatakan bahwa para konsumen akan menyukai produk-produk yang tersedia dimana-mana dan yang harganya murah.

¹² *Ibid.*, 374

Para manajer bisnis yang berorientasi pada produk memusatkan perhatian mereka pada upaya mencapai efisiensi produk tinggi, biaya rendah dan distribusi massa. Mereka mengasumsi bahwa para konsumen terutama menginginkan ketersediaan produk dengan harga-harga yang rendah.¹³

2. Konsep Produk

Konsep produk menyatakan bahwa para konsumen, akan menyukai dan memilih produk-produk yang memberikan kualitas, kinerja dan sifat-sifat inovatif terbaik. Para manajer organisasi-organisasi demikian memusatkan perhatian mereka pada upaya membuat produk-produk superior, dan dengan berlangsungnya waktu produk-produk tersebut menerus diperbaiki.

Mereka mengasumsi bahwa para pembeli mendambakan produk-produk yang diproduksi dengan baik, dan mereka sangat menilai tinggi kualitas serta kinerja. Perusahaan-perusahaan yang berorientasi pada produk seringkali mendesain produk-produk mereka dengan sedikit sekali. Atau input dari para pelanggan.

3. Konsep Penjualan

Konsep penjualan menyatakan bahwa para konsumen dan perusahaan-perusahaan apabila dibiarkan mengikuti pilihan mereka sendiri, normal tidak akan membeli produk-produk organisasi-organisasi dalam

¹³ J. Winardi, *Entrepreneur dan Entrepreneurship*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), 274

jumlah cukup. Maka oleh karenanya organisasi-organisasi perlu melaksanakan penjualan secara agresif di samping upaya-upaya promosi.

Konsep tersebut mengasumsi bahwa para konsumen secara tipikal menunjukkan inersia atau resistensi, dan mereka perlu dirangsang atau didorong unruk melaksanakan pembelian-pembelian. Konsep penjualan dipraktekkan secara amat agresif terhadap barang-barang yang tidak dicari orang yakni barang-barang yang normal tidak dipertibangkan pembeli untuk membeli seperti asuransi, lahan-lahan perkebunan. Konsep ini juga diterapkan dalam bidang non laba oleh pihak yang menumpulkan dana, kantor-kantor administrasi mahasiswa dan partai-partai politik.

Kebanyakan perusahaan menerapkan konsep penjualan, apabila mereka mengalami kapasitas lebih. Adapun tujuan mereka adalah menjual apa yang diproduksi mereka dan bukan apa yang diinginkan pasar.

4. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran merupakan sebuah falsafah bisnis yang berhadapan dengan tiga macam orientasi bisnis seperti yang telah dikemukakan. Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk mencapai tujuan-tujuan keorganisasian berupa keharusan agar perusahaan yang bersangkutan menjadi lebih efektif, dibandingkan dengan pihak pesaingnya dalam hal menciptakan, memberikan dan mengomunikasi nilai untuk para pengan pada dasar sasaran yang telah dipilih.¹⁴

¹⁴ *Ibid.*, 279

Konsep pemasaran telah dinyatakan orang dengan aneka macam cara dan gaya menurut Philip Kotler seperti misalnya:

- a. Memenuhi kebutuhan secara menguntungkan
- b. Carilah kebutuhan dan upayakan untuk memenuhinya
- c. Cintailah sang pelanggan dan bukanlah produk
- d. Apa saja keinginan saudara
- e. Saudara adalah bos
- f. Memberikan prioritas kepada orang lain
- g. Rekaman dalam laba.

5. Konsep Pemasaran Sosietal

Konsep pemasaran societal menyatakan bahwa organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan kepentingan pasar sasaran, dan memberikan kepuasan yang didambakan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan pihak pesaing dengan cara demikian rupa, hingga hal tersebut, menjamin atau memajukan kondisi kesejahteraan para pelanggan dan masyarakat.

Konsep pemasaran societal mendesak para pemasar untuk memasukkan pertimbangan-pertimbangan sosial serta etikal dalam praktek-praktek pemasaran mereka. Mereka perlu mengimbangkan criteria yang seringkali berbenturan berupa laba perusahaan, kepuasan kebutuhan para pelanggan dan kepentingan *public*.

E. Minat

1. Pengertian Minat

Minat merupakan perangkat mental yang menggerakkan individu dalam memilih sesuatu. Timbulnya minat dalam suatu objek ini ditandai dengan adanya rasa senang atau tertarik. Jadi boleh dikatakan orang yang berminat terhadap sesuatu maka orang tersebut akan merasa senang atau tertarik terhadap objek yang diminati tersebut.

Artinya setiap orang memiliki minat yang bisa saja berbeda dengan minat orang lain. Minat berkaitan dengan motivasi seseorang, sesuatu yang dipelajari. Serta dapat berubah-ubah tergantung pada kebutuhan pengalaman dan metode yang sedang trend bukan bawaan lahir.¹⁵

Ada beberapa pengertian minat menurut beberapa para ahli, yaitu:

- a. Menurut Kinnear dan Taylor minat adalah merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.
- b. Menurut Sumadi Suryabrata, minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu hal diluar dirinya. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar minatnya.
- c. Menurut Holland mengatakan bahwa minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu.

¹⁵ Afandi Yasid, *Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Logung Pustaka, 2010) h.24

d. Menurut Boyd, Walker dan Larreche berpendapat bahwa minat adalah seseorang menginginkan produk, merek dan jasa tertentu untuk memuaskan kebutuhan. Selain itu keinginan orang juga dibentuk oleh pengaruh sosial, sejarah masa lalu dan pengalaman konsumsi.

Berdasarkan pengertian di atas, bahwa minat bukanlah sesuatu yang statis atau berhenti tetapi dinamis dan mengalami pasang surut. Minat juga bukan bawaan lahir, tetapi sesuatu yang dapat dipelajari. Artinya sesuatu yang tidak diminati, dapat menjadi sesuatu yang diminati karena adanya masukan-masukan tertentu atau wawasan baru pola pemikiran yang baru.¹⁶

F. Talangan Umrah

Talangan umrah merupakan pembiayaan dalam jangka pendek dimana pembiayaan ini bisa digunakan untuk memfasilitasi calon jamaah umrah untuk mendapatkan akomodasi seperti hotel, transportasi dan pembiayaan umrah lainnya melalui pemindahan hak guna atas suatu barang atau jasa.

Untuk membuka talangan umrah si calon jamaah umrah harus datang ke bank langsung saat hari kerja, disini nasabah akan disambut oleh karyawan bagian *Costumer Service* untuk mempermudah nasabah dalam memahami talangan umrah, serta dijelaskan akad, dan fungsi talangan umrah.

Akad yang digunakan dalam talangan umrah yaitu akad ijarah. Akad ijarah sendiri merupakan akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu

¹⁶ Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,)

barang dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (Ujrah) tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang tersebut.

Syarat Pembukaan Talangan Umrah antara lain:

c. Persyaratan Umum

- a. Warga Negara Indonesia (WNI) dengan usia minimal 21 tahun
- b. Pembiayaan lunas sebelum pensiun
- c. Penghasilan tetap dengan *repayment capacity* sesuai ketentuan

2. Persyaratan Dokumen

- E. Mengisi permohonan pembukaan rekening
- F. Foto copy Kartu Tanda Penduduk (KTP) atau identitas yang masih berlaku
- G. Setoran awal minimal Rp.100.000, -

Setiap produk yang ada di dalam BNI Syariah Kc. Tanjung Karang mempunyai fungsi dan tujuan sendiri-sendiri supaya nasabah bisa memilih produk apa yang diinginkan dan dibutuhkan.

Fungsi Talangan Umrah sendiri yaitu:

1. Membantu calon nasabah untuk merencanakan dan mempersiapkan kebutuhan melaksanakan ibadah umrah.
2. Dengan talangan umrah nasabah bisa secepatnya melaksanakan ibadah umrah itu sendiri.

Hukum melaksanakan ibadah umrah menurut para ulama adalah wajib, berdasarkan firman Allah Swt:

وَأَتِمُّوا الْحَجَّ وَالْعُمْرَةَ لِلَّهِ ...

Artinya: “Dan sempurnakan ibadah haji dan umrah karena Allah...”.

(QS. Al Baqarah: 196).¹⁷

¹⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005), 24

BAB III

PEMBAHASAN

A. Gambar Umum BNI Syariah KC. Tanjung Karang

1. Sejarah Berdirinya BNI Syariah KC. Tanjung Karang

Pada krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip Syariah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada Undang-undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu. BNI syariah KC Tanjung Karang mulai beroperasi pada November 2008 mulai beroperasi dan menjalankan kegiatannya.

Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (office channelling) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH.Ma'ruf Amin, semua produk BNI

Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah. Dan di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2003 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan spin off tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu spin off bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat. Juni 2014 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 20 Payment Point.³¹

³¹ BNI Syariah, Sejarah Bni Syariah, diakses dari <http://www.bnisyariah.co.id> pada tanggal 21 maret 2019 pukul 10.00 wib

2. Visi Misi BNI Syariah KC. Tanjung Karang

a. Visi

Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.

b. Misi

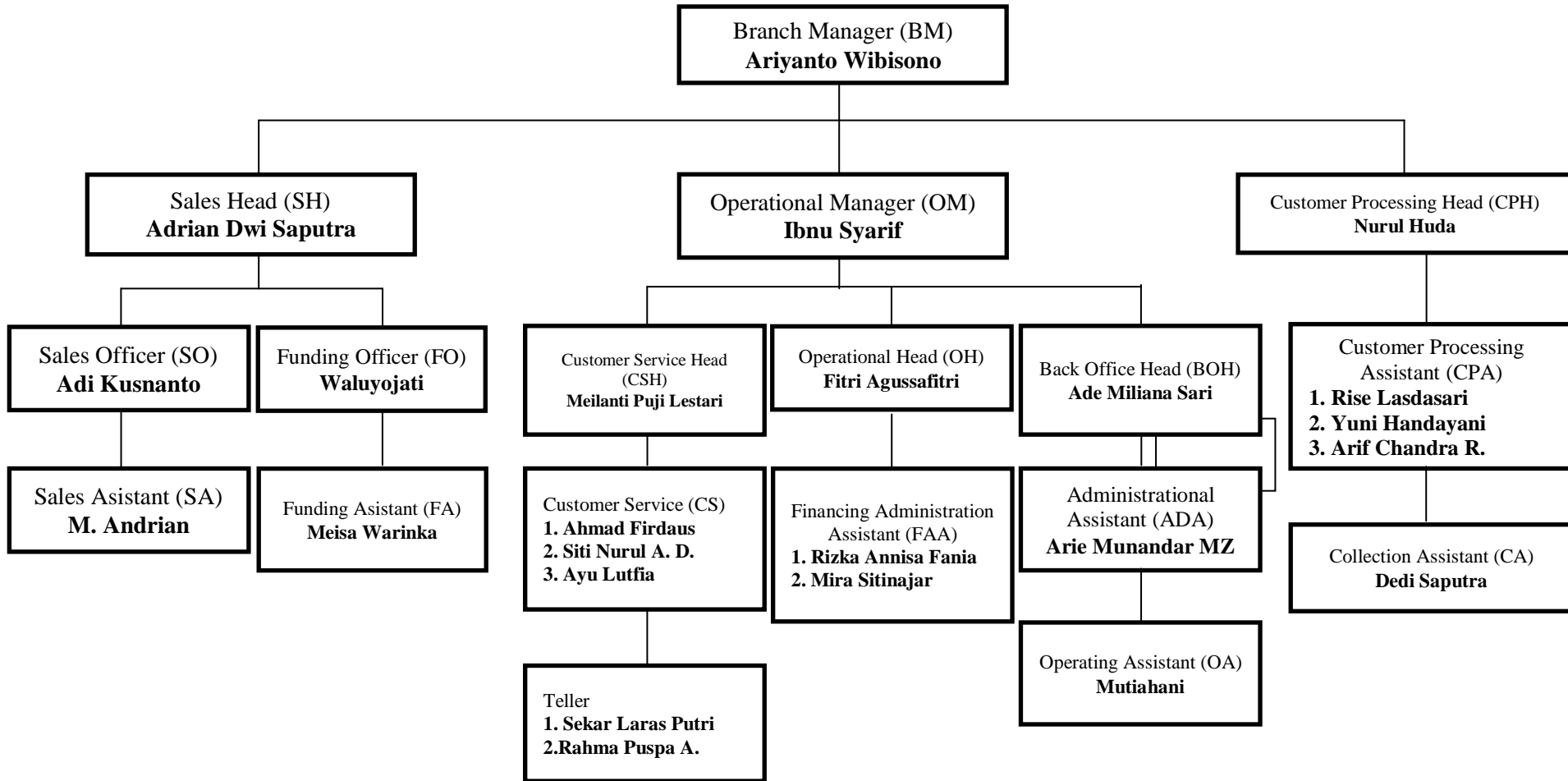
- 1) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- 2) Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- 3) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- 4) Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
- 5) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.³²

3. Struktur Organisasi BNI Syariah Kc. Tanjung Karang

Struktur organisasi BNI Syariah Kc. Tanjung Karang dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

³² BNI Syariah, Sejarah Bni Syariah, diakses dari <http://www.bnisyariah.co.id> pada tanggal 21 maret 2019 pukul 10.00 wib

Gambar 3.1
Struktur Organisasi BNI Syariah KC. Tanjung Karang



Pegawai Outsourcing:

1. Operational Assistant : Sutarno
2. Administrative Assistant : Iqbal Hidayat

Berdasarkan gambar struktur organisasi yang ada di bank BNI Syariah KC Tanjung Karang terlihat secara rinci dengan bagian dan tugas-tugasnya masing masing. Berikut adalah penjelasan mengenai tugas di masing masing unit:

a. Branch Manager (BM)

Branch Manager (BM) Adalah jabatan tertinggi untuk kantor cabang di dalam struktur organisasi bni syariah kc tanjung karang.

b. Operasional manager

Operasional manager adalah pimpinan dibagian operasional yang membantu dalam perencanaan penghimpunan dana dan pengelolaan dana masyarakat dan pihak lain. Serta mengkoordinasi, mengarahkan, membina dan mengawasi semua kegiatan yang berhubungan langsung dengan bagian operasional.

c. Sales head

1) Sales officer

3. Memasarkan produk dana dan jasa konsumen dan institusi atau kerjasama lembaga.
4. Memasarkan produk pembiayaan konsumen
5. Membina hubungan, memantau perkembangan dan melakukan cross up selling kepada nasabah existing kusus nasabah institusi dan kerjasama lembaga.
6. Membina hubungan dan membantu apabila terdapat permasalahan atas aktivitas pemasaran dana oleh SCO.

Mengelola aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh petugas direct sales.

2) Sales assistant

H. Memasarkan produk dan jasa consumer dan institusi atau kerjasama lembaga

I. Memasarkan produk pembiayaan consumer

J. Memproses verifikasi awal permohonan pembiayaan consumer

K. Memproses permohonan pembiayaan talangan haji

d. Consumer processing head

1) Melakukan verifikasi data dan kelengkapan dokumen permohonan pembiayaan consumer.

2) Melakukan penilai jaminan nasabah terkait proses permohonan pembiayaan consumer jika cabang belum mengikuti aktivitas sentra transaksi.

3) Memproses permohonan pembiayaan consumer melalui aplikasi proses pembiayaan (orgination) dan mengelola validitas data.

4) Mengajukan keputusan atas pembiayaan consumer yang telah diproses.

5) Melakukan pemeriksaan data sistem informasi debitur untuk pembiayaan produktif dan consumer.

e. Consumer Service Head

1) Teller

- a) Memproses permintaan transaksi keuangan dan non keuangan terkait rekening dana yang dilakukan melalui cabang.
- b) Mengelola kebutuhan kas harian dengan ketentuan pagu kas.

2) Customer Service

Memproses pembukuan dan penutupan rekening giro, tabungan dan deposito.

f. Operasional Head

1) Financing Administration Assistant

- a) Mengelola proses administrasi pembiayaan (akad pengikatan, SKP, ceklis, asuransi, dokumentasi to be obtained dll.
- b) Memproses transaksi pencairan pembiayaan perdebetan angsuran dan pelunasan.
- c) Mengelola rekening pembiayaan termasuk perubahan dan rekening dan jaminan.
- d) Mengelola rekening pembiayaan termasuk perubahan data rekening dan jaminan.
- e) Mengelola penyimpanan dokumen pembiayaan dan dokumen jaminan pembiayaan.
- f) Mengelola hubungan notaris.

2) Operasional Assistant

- a) Melakukan pembukuan transaksi cabang

- b) Memproses transaksi kliring
 - c) Mengelola daftar hitam nasabah
 - d) Menyelesaikan daftar pos terbuka
 - e) Memproses pembukuan garansi Bank, CC, SKBDN
 - f) Melakukan fungsi Financing support Assistant apabila dibutuhkan.
- 3) Funding officer
- a) Mempromosikan produk perbankan berupa tabungan dan deposito
 - b) Membuka rekening tabungan baru
 - c) Monitoring produk-produk yang telah terjual
 - d) Melaporkan segala aktivitas dan program yang telah dijalankan secara rinci

B. Produk-produk pada BNI Syariah KC. Tanjung Karang

1. Penghimpun DanaIB Hasanah

a. IB Hasanah

Tabungan IB Hasanah adalah tabungan syariah yang dapat dibuka oleh siapapun atau tabungan umum siapa saja bisa membuka tabungan ini. Dalam tabungan ini tersedia akad Mudharabah dan Wadiah. BNI IB Hasanah dilengkapi dengan Hasanah Debit Silver sebagai kartu ATM/Debit yang dapat digunakan untuk transaksi

merchant Master Card seluruh dunia. Sehingga nasabah bisa melakukan transaksi kapan pun dengan mudah.¹

Keunggulan

- 1) Hasanah Debit Silver dengan limit transaksi tarik tunai Rp. 5 Juta/hari, transfer Rp. 50 Juta/hari (ke sesama BNIS/BNI) dan Rp25 Juta/hari (ke non BNIS/BNI)
- 2) Bebas biaya administrasi bulanan untuk akad Wadiah.
- 3) Fasilitas Auto debit untuk pembayaran tagihan tertentu
- 4) Fasilitas e-Banking (Internet Banking, SMS Banking, Mobile Banking dan Phone Banking)
- 5) Bebas biaya tarik tunai diseluruh ATM BNI
- 6) Bebas biaya transfer ke sesama rekening BNIS/BNI

b. BNI Tunas IB Hasanah

Tabungan Tunas IB Hasanah adalah tabungan yang diperuntukan bagi anak-anak dan pelajar yang usianya masih dibawah 18 tahun. Tabungan ini disertai dengan kartu ATM dan Debit (Tunas Card) atas nama anak dan SMS notifikasi ke orang tua. BNI Tunas IB Hasanah tersedia akad Mudharabah dan Wadiah.

Keunggulan

- 1) Bagi hasil kompetitif (akad Mudharabah)
- 2) Tunas Card dan buku tabungan atas nama anak dengan maksimal transaksi Rp.500.000,-/hari

¹ Diambil dari Brosur Resmi Bank BNI Syariah Tahun 2019

- 3) Tunas Card dengan alternatif desain
- 4) Layanan transaksi perbankan secara elektronik (e-channel)
- 5) Layanan SMS notification ke orang tua
- 6) Tunas card dapat digunakan sebagai kartu debit di mesin EDC
BNI
- 7) Setoran dapat dilakukan melalui Cash Deposit Machine (CDM)
- 8) Bebas biaya administrasi bulanan dan tarik tunai diseluruh ATM
BNI

c. BNI Baitullah IB Hasanah

Tabungan haji dan umrah yang dikelola secara syariah sebagai sarana pembayaran haji untuk mendapatkan kepastian porsi berangkat menunaikan ibadah haji dan perencanaan ibadah umrah dalam mata uang rupiah dan USD. BNI Baitullah IB Hasanah dilengkapi dengan kartu haji dan umrah Indonesia sebagai kartu ATM/Debit yang dapat digunakan di tanah suci dantanah air. BNI Baitullah IB hasanah tersedia dalam akad Mudharabah dan Wadiah.²

Keunggulan

- 1) Lebih mudah mendapatkan pembukaan rekening
- 2) Bebas biaya pengelolaan rekening bulanan
- 3) Bebas biaya penutupan rekening (IDR)
- 4) Fasilitas Auto credit untuk setoran bulanan

² Diambil dari Brosur Resmi Bank BNI Syariah Tahun 2019

- 5) Anak-anak dengan usia minimal 12 tahun dapat didaftarkan untuk mendapatkan nomor porsi haji
- 6) Souvenir menarik pada saat pelunasan biaya haji regular
- 7) Asuransi jiwa bagi nasabah dengan saldo > Rp. 5.000.000

d. BNI Bisnis IB Hasanah

Tabungan dengan informasi transaksi dan mutasi rekening yang lebih detail, bagi hasil yang kompetitif, serta berbagai fasilitas transaksi e-Banking. BNI Bisnis IB Hasanah dilengkapi dengan Hasanah Debit Gold. BNI Bisnis IB Hasanah tersedia dalam akad Wadiah dan Mudharabah.³

Keunggulan

- A. Hasanah Debit Gold dengan limit transaksi tarik tunai hingga Rp.10juta/hari , transfer hingga Rp. 100 juta/hari (ke sesama BNIS/BNI) dan Rp.25 juta/hari ke non BNIS/BNI
- B. Nisbah bagi hasil yang lebih tinggi dari tabungan BNI IB Hasanah
- C. Mutasi transaksi di buku tabungan lebih detail
- D. Fasilitas Auto debet untuk pembayaran tagihan tertentu
- E. Fasilitas e-Banking (Internet Banking, SMS Banking, Mobile Banking dan Phone Banking)
- F. Bebas biaya tarik tunai diseluruh ATM BNI
- G. Bebas biaya transfer ke sesama rekening BNIS/BNI.

³ Diambil dari Brosur Resmi Bank BNI Syariah Tahun 2019

e. BNI Tapenas iB Hasanah

Tapenas iB Hasanah adalah tabungan perencanaan berakad Mudharabah dengan sistem setoran bulanan yang bermanfaat untuk membantu menyiapkan rencana masa depan seperti rencana liburan, ibadah umrah, pendidikan ataupun rencana lainnya.

Keunggulan

- a. Tersedia pilihan jangka waktu minimal 1 tahun s/d maksimal 18 tahun
 - b. Bagi hasil lebih tinggi
 - c. Auto Credit untuk setoran bulanan dari rekening BNI iB Hasanah/BNI Bisnis iB Hasanah/ BNI Prima iB Hasanah
 - d. Manfaat perlindungan asuransi jiwa hingga Rp. 1 Milyar
 - e. Manfaat asuransi kesehatan hingga Rp. 1.000.000,-/hari/bulan
 - f. Biaya administrasi bulanan ringan, hanya Rp. 500,-/bulan
 - g. Tersedia perlindungan asuransi jiwa plus asuransi kesehatan tambahan (premi 5%, 10% atau 20% dari setoran bulanan)
- f. Prima iB Hasanah

Prima iB Hasanah adalah tabungan bagi Nasabah “High Networth” berakad Mudharabah dengan bagi hasil kompetitif dan akad Wadiah serta manfaat berupa fasilitas transaksi e-Banking, perlindungan asuransi jiwa dan fasilitas Executive Lounge bandara

yang telah bekerjasama dengan BNI Syariah. BNI Prima iB Hasanah dilengkapi dengan Zamrud Card.⁴

Keunggulan

- 1) Zamrud card dengan limi transaksi tarik tunai hingga Rp. 10 Juta/hari, transfer hingga Rp. 100 Juta/hari (ke sesama BNIS/BNI) dan Rp.25 Juta/hari (ke non BNIS/BNI)
- 2) Executive Lounge di Bandara yang bekerja dengan BNI Syariah
- 3) Perlindungan asuransi jiwa
- 4) Fasilitas e-Banking (Internet Banking, SMS Banking, Mobile Banking dan Phone Banking)
- 5) Mutasi transaksi di buku tabungan lebih detail
- 6) Layanan antrian prioritas di Kantor-kantor Cabang BNI Syariah dengan menunjukkan Zamrud Card.

g. Simpel iB Hasanah

Simpel iB Hasanah adalah produk simpanan untuk siswa/pelajar berakad Wadiah dengan fitur yang menarik dan persyaratan yang sangat mudah sehingga mendorong budaya menabung sejak dini. BNI SimPel iB Hasanah dilengkapi dengan Kartu ATM SimPel Ib.

Keunggulan

- 1) Buku tabungan atas nama anak

⁴ Diambil dari Brosur Resmi Bank BNI Syariah Tahun 2019

- 2) Dapat menerima dana secara otomatis (Auto credit) dan orang tua atau wali
- 3) Kartu ATM dapat digunakan sebagai kartu debit dan bisa EDC BNI
- 4) Bebas biaya administrasi bulanan.

h. e-Banking

A. SMS Banking

Segera aktifkan fasilitas SMS Banking Anda melalui menu “Registrasi E-Channel” di ATM BNI dengan nomor ponsel pribadi Anda sebagai User Id serta aktifkan financial di Kantor Cabang BNI Syariah terdekat.

B. Internet Banking

Aktifkan fasilitas Internet Banking Anda dengan menghubungi Kantor Cabang BNI Syariah terdekat dan dapatkan berbagai fitur kemudahan seperti cek saldo, transfer dana, pembayaran berbagai tagihan, pembelian pulsa dan lainnya.

C. Mobile Banking

Mobile banking merupakan layanan perbankan 24 jam bagi Anda dengan mobilitas yang tinggi. Dapatkan berbagai fitur kemudahan seperti cek saldo, transfer dana, pembayaran berbagai tagihan, pembelian pulsa dan lainnya melalui handphone yang terkoneksi jaringan internet. Aktifkan Mobile Banking melalui Kantor Cabang BNI Syariah terdekat.

D. ATM

Hasanah Debit berfungsi sebagai kartu ATM/Debit untuk transaksi tunai dan non tunai seperti transaksi belanja, transfer antar bank, pembelian voucher isi ulang dan tiket pesawat serta pembayaran tagihan di lebih dari 14.000 ATM BNI di seluruh Indonesia. Hasanah Debit juga berfungsi untuk transaksi tunai pada ribuan jaringan ATM Bersama, ATM Prima serta ATM brlogo Maestro dan Cirrus di seluruh dunia.

E. Hasanah Debit Online

Transaksi pembayaran online dengan menggunakan Virtual Card (VCN) sebagai pengganti nomor asli kartu Hasanah Debit

2. Penyaluran Dana (Pembiayaan)

Penyaluran dana (pembiayaan) di bank BNI Syariah ada 2 jenis pembiayaan yaitu antara lain:

a. Produk Prmbiayaan Konsumtif

1) Griya iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan konsumtif dengan akad mudharabah yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli, membangun, merenovasi rumah (termasuk ruko, rusun, apartemen dan sejenisnya), dan membeli tanah kavling serta rumah indent, yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan membayar kembali masing-masing.⁵

⁵ Diambil dari Brosur Resmi Bank BNI Syariah Tahun 2019

Keunggulan

- a) Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 15 tahun atau 20 tahun (untuk Nasabah Fixed Income)
- b) Harga bersaing
- c) Uang muka ringan
- d) Angsuran tetap sampai dengan lunas
- e) Bebas biaya provisi dan appraisal
- f) Bebas biaya administrasi (khusus akad murabahah) dan tanpa denda

2) Multiguna iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk pembelian barang dan penggunaan jasa dengan agunan berupa rumah tinggal. Dan dokumen yang harus dilengkapi adalah sesuai dengan syarat BNI Griya IB Hasanah, butir 1 s/d 14.

Kenggulan

- a) Uang muka ringan/tidak dipersyaratkan
- b) Minimal pembiayaan Rp50 Juta s/d Rp2 Milyar
- c) Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 10 tahun
- d) Angsuran tetap sampai dengan lunas dan tanpa denda

3) Oto iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor (mobil/motor) baru dengan agunan kendaraan bermotor yang

dibiayai dengan pembiayaan ini. Dokumen yang dilengkapi Sesuai syarat BNI Griya iB Hasanah, butir 1 s/d 12 dan Dokumen kepemilikan jaminan dengan 5 tahun.⁶

Keunggulan

- a) Maksimal pembiayaan sampai dengan Rp 1 Milyar
 - b) Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 5 tahun
 - c) Harga bersaing
 - d) Angsuran tetap sampai dengan lunas dan tanpa denda
- 4) Fleksi iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan konsumtif bagi pegawai/karyawan suatu Perusahaan/Lembaga/Instansi untuk pembelian barang dan penggunaan jasa sesuai Syariah Islam. Dokumen yang dilengkapi Sesuai syariat BNI Griya iB Hasanah, butir 1 s/d 9 untuk Pegawai.

Keunggulan

- a) Maksimal pembiayaan sampai dengan Rp30 Juta atau Rp300 Juta (untuk Nasabah kerjasama payroll)
- b) Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 5 tahun
- c) Harga bersaing
- d) Angsuran tetap sampai dengan lunas.

⁶ Diambil dari Brosur Resmi Bank BNI Syariah Tahun 2019

5) Fleksi Umrah iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan konsumtif untuk memenuhi kebutuhan pembelian manfaat jasa paket perjalanan Ibadah Umrah bekerja dengan Biro Perjalanan Umrah.

Keunggulan:

- a. Dapat membiayai perjalanan Ibadah Umrah orang tua/mertua, suami/istri dan anak-anak dengan total pembiayaan s/d 200 Juta
- b. Jangka waktu pembiayaan s/d 5 tahun (untuk Nasabah Payroll BNI/BNI Syariah)
- c. Angsuran pembiayaan tetap s/d lunas
- d. Tanpa denda

Persyaratan umum

- a) Warga Negara Indonesia (WNI) dengan usia minimal 21 tahun
- b) Pembiayaan lunas sebelum pension
- c) Penghasilan tetap dengan repayment capacity sesuai ketentuan

6) Emas iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan untuk membeli emas logam mulia dalam bentuk batangan yang diangsur secara rutin/tetap setiap bulannya

Persyaratan Umum

- a) Berstatus sebagai pegawai aktif / professional / pengusaha
- b) Berusia minimal 21 tahun, pada saat pembiayaan lunas berusia maksimum 60 tahun (usia pensiun)

- c) Mempunyai penghasilan tetap dan kemampuan mengangsur
- d) Mengisi formulir permohonan pembiayaan konsumtif serta wawancara
- e) Fotokopi KTP dan NPWP
- f) Kartu Identitas Pegawai (untuk pegawai)

Keunggulan

- a. Angsuran tetap setiap bulannya selama pembiayaan sampai lunas
 - b. Pembayaran angsuran melalui debit rekening secara otomatis
 - c. Jangka waktu pembiayaan minimal 2 s/d 5 tahun
 - d. Maksimal pembiayaan sampai dengan Rp 150 Juta
 - e. Harga bersaing
 - f. Tanpa denda
- b. Produk Pembiayaan Produktif
- 1) BNI Wirausaha Beragun Properti iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan produktif yang diberikan kepada segmen usaha kecil guna memenuhi kebutuhan investasi aset produktif seperti rumah kost/ruko/rukan dan gedung

Persyaratan

- a) Pengusaha perorangan, badan usaha maupun badan hukum (bukan untuk Nasabah fixed income)
- b) Legalitas usaha lengkap dan masih berlaku (KTP, NPWP, Akta Pendirian, SIUP, TDP, dll)
- c) Bukti kepemilikan agunan yang sah dan masih berlaku

- d) Pengalaman dibidang usaha minimal 3 (tiga) tahun
- e) Tidak termasuk dalam daftar hitam Bank Indonesia
- f) Fotokopi rekening Bank selama 6 (enam) bulan terakhir dan atau nota-nota/ bon-bon/ selama 3 (tiga) bulan terkahir

Keunggulan

- a) Proses cepat dan mudah
 - b) Uang muka ringan, minimal 20%
 - c) Maksimal pembiayaan s/d Rp 10 Milyar
 - d) Jangka waktu pembiayaan s/d 15 tahun
 - e) Halal dan berkah
- 2) BNI Wirausaha iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan produktif yang diberikan untuk pertumbuhan usaha yang feasible guna memenuhi kebutuhan modal kerja atau investasi

Persyaratan

- a. pengalaman dibidang usaha minimal 2 (dua) tahun
- b. indentitas diri (kartu keluarga dan KTP)
- c. NPWP (perorangan /perusahaan)
- d. Legalitas usaha (SIUP, TDP, dan SITU)
- e. Legalita perijinan untuk usaha yang mempunyai perijinan khusus (antara lain: pertambangan, kontruksi, kehutanan dan lain-lain)
- f. Bukti kepemilikan agunan

- g. Tidak termasuk dalam daftar hitam Bank Indonesia
- h. Laporan keuangan 1 (satu) tahun terakhir
- i. Fotokopi rekening bank 6 (enam) bulan terakhir (apabila ada)

Keunggulan

- a) Proses cepat dan mudah
- b) Uang muka ringan, minimal 20%
- c) Minimal pembiayaan Rp 50 Juta s/d Rp 1 Milyar
- d) Jangka waktu pembiayaan s/d 7 tahun
- e) Halal dan berkah

3) BNI Usaha Kecil iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan produktif yang diberikan untuk pengembangan usaha produktif yang feasible guna memenuhi kebutuhan modal kerja atau investasi usaha

Persyaratan

- a) Pengalaman di bidang usaha minimal 2 (dua) tahun
- b) Identitas diri (Kartu Keluarga dan KTP)
- c) NPWP (perorangan/perusahaan)
- d) Legalitas usaha (SIUP, TDP, dan SITU)
- e) Legalitas perijinan untuk usaha yang mempunyai perijinan khusus (antara lain: pertambangan, konstruksi, kehutanan dan lain-lain)
- f) Bukti kepemilikan agunan
- g) Tidak termasuk dalam daftar hitam Bank Indonesia
- h) Laporan keuangan 2 (dua) tahun terakhir

i) Fotokopi rekening 6 (enam) tahun terakhir)

Keunggulan

1. Proses cepat dan mudah
2. Uang muka ringan, minimal 20%
3. Minimal pembiayaan Rp 1 Milyar s/d Rp 10 Milyar
4. Jangka waktu pembiayaan s/d 7 tahun
5. Halal dan berkah.

C. Strategi Pemasaran Talangan Umrah BNI Syariah KC. Tanjung Karang

Strategi pemasaran diperlukan pada sebuah lembaga keuangan syariah seperti pada BNI Syariah KC. Tanjung Karang. Persaingan antara BNI Syariah dengan Bank lainnya tentu membuat masing-masing Bank memiliki strategi dan komunikasi pemasaran yang menarik khususnya bagian strategi *marketing* dalam mendapatkan nasabah. Sehingga diperlukan strategi pemasaran pada produk dan jasa pada BNI Syariah KC. Tanjung Karang

Adapun strategi pemasaran Produk Talangan Umrah ib Hasanah yang dilakukan BNI Syariah KC. Tanjung Karang mengenai produk talangan umrah meliputi 4P, yaitu:

1. Produk (*Product*)

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada seluruh masyarakat untuk mendapat perhatian, dimiliki, digunakan yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian, tempat organisasi dan gagasan pemikiran.

Berdasarkan hasil Wawancara pada BNI Syariah KC. Tanjung Karang bersama Bapak Adi Kusnanto sebagai *Sales Officer* (SO) yang

berperan dalam memasarkan Produk salah satunya Produk Talangan Umrah Ib Hasanah, beliau mengatakan:

“Kita selaku cabang BNI Syariah hanya memasarkan semua produk yang sudah ada, namun ketika banyaknya permintaan kebutuhan masyarakat di Kota Bandar Lampung ini, maka pihak BNI Syariah Kc. Tanjung Karang akan melaporkan ke pusat untuk mewujudkan suatu produk yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat di Kota Bandar Lampung, salah satunya terbilang Produk Talangan Umrah Ib Hasanah”.⁷

Setiap perusahaan dalam menjalankan aktivitas usaha, memerlukan strategi pemasaran yang pada dasarnya menunjukkan bagaimana sasaran pemasaran dari produk yang dihasilkan tersebut dapat tercapai. Kebijakan perusahaan dalam memilih produk ini sangat berpengaruh pada penentuan harga, strategi dan promosi yang akan dilakukan agar berhasil dalam melaksanakan fungsi penjualan dari bidang pemasaran.

2. Harga (*Price*)

Menurut Bapak Adi Kusnanto sebagai *Sales Officer* (SO), mengatakan:

“Harga paket terhadap Produk Talangan Umrah ini sudah disediakan dan ditetapkan oleh pusat dan pihak perusahaan Travel Tour, yang mana hal tersebut dipertimbangkan dari keadaan perekonomian para calon nasabah tersebut, dimana target dari produk ini bukan saja dari

⁷ Adi Kusnanto, selaku *Sales Officier* PT BNI Syariah Kc. Tanjung Karang, wawancara pada tanggal 09 November 2019

kalangan menengah keatas, namun juga diperuntukan bagi kalangan menengah ke bawah”.

Untuk pembayaran talangan umrah di BNI Syariah KC. Tanjung Karang dapat dilakukan dengan cara mencicil sesuai dengan angsuran yang telah disepakati disetiap bulannya.

3. Tempat (*Place*)

BNI Syariah KC. Tanjung Karang memiliki tempat yang sangat strategis dekat dengan kawasan perbelanjaan, perkantoran serta universitas dan sekolah. Sehingga memiliki jalan yang mudah di akses dan di jangkau. Akses yang mudah dijangkau dengan menggunakan alat transportasi, baik kendaraan umum atau kendaraan pribadi. Hal ini menjadikan BNI Syariah KC. Tanjung Karang dapat dengan lancar memasarkan produk-produknya. Di samping pemilihan lokasi yang tepat, PT BNI Syariah KC. Tanjung Karang juga mendesain kantor tempat bertransaksi secara langsung dengan nasabah sesuai dengan perkembangan zaman, yaitu dengan konsep modern minimalis.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dari ketiga kegiatan lainnya, baik produk, harga dan distribusi. Dalam kegiatan ini setiap bank/perusahaan berusaha mempromosikan seluruh produk atau jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Adi Kusnanto sebagai *Sales Officer* (SO) di BNI Syariah KC. Tanjung Karang tentang promosi yang sudah dilakukan adalah:

a. Sosialisasi

Sosialisasi merupakan cara pertama yang digunakan untuk memperkenalkan produk talangan umrah agar mencapai target dalam program tersebut. Sosialisasi dilakukan di instansi-instansi pemerintahan maupun swasta. Selain dipromosikan di instansi-instansi, sosialisasi yang dilakukan pada saat ini adalah tatap muka atau perorangan.

b. Melalui Media

Promosi yang dilakukan juga melalui media. Melalui media jangkauannya lebih luas dan lebih efisien, media yang digunakan melalui banner, media massa berupa iklan dikoran, brosur, internet/website dan sebagainya.⁸

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Liza Dwi Seputri sebagai *Concumer* di BNI Syariah Kc. Tanjung Karang, peneliti mendapatkan bahwa masalah yang terjadi di BNI Syariah KC. Tanjung Karang tersebut di antaranya:

1. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh PT. BNI Syariah KC. Tanjung Karang secara berkelanjutan atau kontinu, sehingga nasabah banyak yang belum mengenal tentang produk talangan umrah dan mengakibatkan minat nasabah tidak ada.

⁸ Liza Dwi Seputri, *Consumer* BNI Syariah Kc. Tanjung Karang, wawancara pada tanggal 09 November 2019

2. Kurangnya promosi dalam tata cara penggunaan produk talangan umrah yang mengakibatkan nasabah merasa dalam produk tersebut sulit dan berbelit-belit, sehingga hal tersebut dapat menurunkan minat nasabah untuk menggunakan Produk Talangan Umrah ib Hasanah.
3. Ketidak istimewaan dari produk yang dilakukan oleh BNI Syariah Kc. Tanjung Karang, sehingga nasabah menjadi tidak berminat untuk menggunakan Produk Talangan Umrah.

D. Minat Nasabah Terhadap Produk Talangan Umrah ib Hasanah BNI Syariah KC. Tanjung Karang

1. Tingkat Pengetahuan Masyarakat

Pembentukan pengetahuan yang baik di masyarakat akan memberikan dampak yang positif, yang akan mempengaruhi masyarakat untuk memilih produk bank syariah. Khususnya produk Talangan Umrah BNI Syariah KC. Tanjung Karang dan sudah seharusnya dalam mempromosikan produk-produk BNI Syariah KC. Tanjung Karang harus menjangkau masyarakat yang umum dan minim pengetahuan, agar mereka memahami bahwa Bank Syariah itu berbeda dengan Bank Konvensional sangat jauh berbeda.

Pengetahuan nasabah akad ijarah masih minim atas memahami baik itu pengertian ataupun sistem yang dijalankan oleh BNI Syariah KC. Tanjung Karang. Berdasarkan hasil wawancara pada masyarakat di Jl. Flamboyan 4 gg Santri Labuhan Dalam, Bandar Lampung terhadap minat masyarakat dengan adanya produk Talangan Umrah ib Hasanah di BNI

Syariah KC. Tanjung Karang, menurut Ibu Martina berusia 30 tahun seorang Penjual Buah:

“Saya nasabah Bank BNI Syariah. Yang membuat saya tertarik dengan produk Talangan Umrah pada Bank BNI Syariah yaitu penerapan sistem produk sesuai dengan syariat Islam, saya percaya kepada BNI Syariah akan memberikan kemudahan untuk Umrah saya”.⁹

Tanggapan yang dinyatakan oleh Bapak Triono Pujo Widodo berusia 52 tahun seorang PNS tentang Produk Talangan Umrah BNI Syariah KC. Tanjung Karang, yaitu:

“Saya belum mengetahui sistem produk Talangan Umrah ini dengan sistem jaminan yang seperti apa, dan untuk saat ini saya juga belum berminat menggunakan produk BNI Syariah saya masih terbiasa dengan Bank Konvensional”.¹⁰

2. Tingkat Kepercayaan Masyarakat

Adanya keinginan nasabah untuk memanfaatkan layanan jasa suatu bank berarti bahwa layanan yang diberikan oleh bank tersebut mampu memenuhi kebutuhan mereka dan seterusnya membentuk kepercayaan sehingga mereka tidak mau berpindah ke bank lain. Sehingga jelaslah bahwa baik buruknya kualitas pelayanan suatu bank dapat mempengaruhi kepercayaan nasabah merupakan suatu hal yang sangat penting bagi setiap lembaga perbankan.

⁹ Martina, *Penjual buah*, wawancara, pada tanggal 15 November 2019

¹⁰ Triono Pujo Widodo, *Pegawai Negeri Sipil*, wawancara, pada tanggal 15 November

E. Hambatan-hambatan Pemasaran Produk Talangan Umrah Ib Hasanah BNI Syariah KC. Tanjung Karang

Berdasarkan wawancara dengan pihak BNI Syariah KC. Tanjung Karang dan pengamatan yang dilakukan peneliti, dalam melaksanakan kegiatan perbankan PT. BNI Syariah KC. Tanjung Karang menghadapi hambatan, diantaranya:

1. Kurangnya pemahaman konsumen mengenai sistem perbankan syariah
2. Masih minimnya pengetahuan masyarakat tentang produk talangan umrah.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah peneliti lakukan mengenai Strategi Talangan Umrah PT. BNI Syariah KC. Tanjung Karang, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran pada produk Umrah iB Hasanah pada PT. BNI Syariah KC. Tanjung Karang guna menginformasikan, menarik dan mempengaruhi calon nasabahnya melalui yaitu *Periklanan, Promosi, Publisitas* dan *Personal Selling*. Pada 3 tahun terakhir pemasaran produk Talangan Umrah iB Hasanah mengalami kemunduran dikarenakan strategi pemasaran yang dilakukan pihak *marketing* belum sepenuhnya memberikan kepuasan dan kepercayaan calon nasabah. Sehingga pada saat ini pihak Consumer PT BNI Syariah KC. Tanjung Karang hanya melakukan pemasaran secara *Personal Selling*.
2. Minat masyarakat terhadap produk Talangan Umrah iB Hasanah ini masih kurang peminatnya, disebabkan kurang pahamiannya dengan adanya produk Talangan Umrah iB Hasanah.

B. Saran

PT. BNI Syariah KC. Tanjung Karang sebaiknya melakukan sosialisasi dengan cara memberikan pemahaman yang jelas kepada masyarakat luas agar mereka berminat dan tertarik menjadi nasabah dan pengguna produk Talangan

Umrah iB Hasanah. Mengingat bahwa target pasar merupakan variabel yang paling signifikan, maka disarankan kepada PT. BNI Syariah KC. Tanjung Karang untuk lebih baik lagi dalam menentukan target pasar yang sesuai dengan produk Talangan Umrah iB Hasanah yang baru diluncurkan agar dapat menumbuhkan dan mempertahankan loyalitas para nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Yasid. *Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000.
- Anoraga, Panji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2009.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: CV. Diponegoro, 2005.
- Djuwaini, Dimyauddin. *Pengantar Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Logung Pustaka, 2008.
- Hendro. *Dasar-dasar Kewirausahaan Panduan Bagi Mahasiswa Untuk Mengenal, Memahami dan Memasuki Dunia Bisnis*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2011.
- Ikatan Bankir Indonesia IBI dan Lembaga Sertifikasi Profesi Perbankan LSPP. *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2014.
- Muhammad. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2011.
- Narbuko, Cholid. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2003.
- Rahardjo, Mugi. *Pemasaran Lembaga Keuangan Perbankan*. Surakarta: Lembaga Pengembangan Pendidikan LPP dan UPT Penerbit dan Percetakan UNS UNS Press, 2009.
- Rivai, H. Veithzal. *Islamic Financial Management*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Soemitra, Andi. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Suryabrata, Sumadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012.

Wahyudi, Imam dkk. *Manajemen Risiko Bank Islam*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.

Winardi, J. *Entrepreneur dan Entrepreneurship*. Jakarta: Pranada Media, 2004.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; email: iaimetro@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1427/In.28.3/PP.00.9/08/2019
Lampiran :-
Perihal : **Pembimbing Tugas Akhir**

11 Juni 2019

Kepada Yth:
Hermanita, S.E., M.M
di - Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Popo Vernanda
NPM : 1662080043
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : D3-Perbankan Syariah (D3-PBS)
Judul : Strategi Pemasaran Produk Talangan Umrah IB Hasanah Pada Bank Mini BNI Syariah KC. Tanjung Karang

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi:
 - a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b. Isi ± 3/6 bagian.
 - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Wakil Dekan Bidang Akd &
Kelompok

MUHAMMAD SALEH

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)
STRATEGI PEMASARAN TALANGAN UMRAH PT BNI SYARIAH
KC. TANJUNG KARANG

A. Interview/Wawancara

1. Bapak Adi Kusnanto sebagai *Sales Officer* (SO) di PT BNI Syariah KC. Tanjung Karang
 - a. Apa saja produk-produk yang ada pada PT. BNI Syariah KC. Tanjung Karang?
 - b. Menurut BNI Syariah KC. Tanjung Karang apakah harga yang ditawarkan sesuai dengan pasaran?
 - c. Apakah bangunan fisik dari BNI Syariah KC. Tanjung Karang menjadi salah satu fisik faktor penguat dari PT BNI Syariah KC. Tanjung Karang?
2. Ibu Liza Dwi Seputri *Consumer* di PT BNI Syariah KC. Tanjung Karang
 - a. Apa sajakah kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT BNI Syariah KC. Tanjung Karang dalam menjalankan promosi talangan umrah?
 - b. Strategi pemasaran yang seperti apa yang digunakan PT BNI Syariah KC. Tanjung Karang dalam memasarkan produk talangan umrah?
 - c. Apa sajakah hambatan-hambatan yang dialami dalam memasarkan tlangan umrah di PT BNI Syariah KC. Tanjung Karang?
3. Ibu Martina (nasabah) dan Bapak Triono Pujo Widodo (masyarakat)
Bagaimana tanggapan Ibu/Bapak tentang Produk Talangan Umrah pada PT BNI Syariah KC. Tanjung Karang?

B. Dokumentasi

1. Brosur Produk Pembiayaan Konsumtif di PT BNI Syariah KC. Tanjung Karang
2. Formulir Permohonan Pembiayaan Konsumtif di PT BNI Syariah KC. Tanjung Karang





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : **Popo Vernanda**
NPM : 1602080043

Fakultas / Jurusan: FEBI / D3 PBS
Semester / TA : VII / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
5	Senin / 07 - Okt - 2019	Acc Out Line. Acc APD. Langganan!	 

Dosen Pembimbing



Hermanita, SE.MM.
NIP. 19730220 199903 2 001

Mahasiswa Ybs.



Popo Vernanda
NPM. 1602080043



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : **Popo Vernanda**
NPM : 1602080043

Fakultas / Jurusan: FEBI / D3 PBS
Semester / TA : VII / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
7.	Rabu / 16 - OKT - 2019.	Acc B/AB. IV Langitkan y di Siangla .	

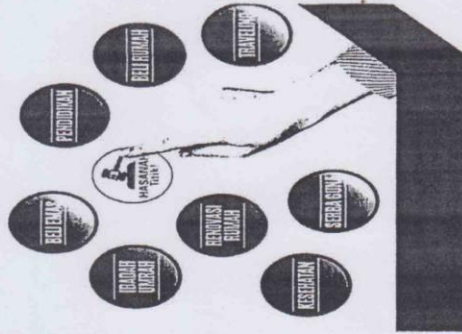
Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs.

Hermanita, SE.MM.
NIP. 19730220 199903 2 001

Popo Vernanda
NPM. 1602080043

Produk Pembiayaan Konsumtif Wujudkan manfaat dan tujuan Hasanah Anda



Kelebihan transaksi adalah: 220 Otonomi BNI Syariah sejak era Muli
1998 dan 1.250 jenis BNI syariah yang tersebar di seluruh Indonesia
BNI syariah tersebar di seluruh Indonesia
Meningkatkan Kualitas & Mutu BNI Syariah

- ### Persyaratan umum
- Warga Negara Indonesia (WNI) dengan usia minimal 21 tahun
 - Penghasilan tetap dan stabil
 - Penghasilan tetap dengan riwayat capaian sesuai ketentuan
 - Persyaratan dokumen, uang muka dan agunan

Dokumen	Hadik Kendaraan Perumahan	Hadik Perumahan	Hadik Kendaraan Perumahan
Fotokopi KTP pemohon dan keluarga	✓	✓	✓
MYP	✓	✓	✓
Surat nilai jual wajar rumah & Luas Lantai	✓	✓	✓
Sic Ok	✓	✓	✓
Laporan Inspeksi/Valas	✓	✓	✓
Rekening Simpanan Tabung	✓	✓	✓
Uang Muka	0%	15%	20%
Agunan	Tidak Ada	Ada	Ada

Simulasi angsuran*

Harga Awal (Rp/bul)	Harga Awal (Rp/bul)	Jangka Waktu (bulan)	Tingkat Bunga (%)	Jumlah Bayar (Rp/bul)
15.000	15.000	12	24	25.43
15.000	17.000	18.000	19.000	21.000
25.000	1.350	775	517	417
25.000	27.000	29.000	31.000	35.000
50.000	2.750	1.928	861	891
100.000	5.500	3.857	1.722	1.783
200.000	11.000	7.714	3.444	3.566
400.000	22.000	15.429	6.889	7.133
800.000	44.000	30.857	13.778	14.266

* Harga dapat berubah sewaktu-waktu

BNi Oto IB Hasanah

Pembayaran kendaraan bermotor dengan syarat mudah dan ringan

- Fasilitas pembayaran untuk pembelian kendaraan bermotor immobilisasi baru dengan agunan kendaraan bermotor yang dibayar dengan pembiayaan ini
- Dokumen yang dilengkapi
- Sesuai syarat BNI Goya & Hasanah, buku 1 dan 12
 - Dokumen kepastian jaminan (BPJIS Kendaraan)
- Keunggulan
- Maksimal pembiayaan sampai dengan Rp1 Milyar
 - Jangka waktu pembayaran sampai dengan 5 tahun
 - Harga bersaing
 - Angsuran tetap sampai dengan lunas dan tanpa denda

BNi Fleksibel Hasanah

Dokumen	Keunggulan
1. Fotokopi KTP pemohon dan keluarga	✓
2. Fotokopi Akta kelahiran dan surat nikah	✓
3. Fotokopi surat nikah/kawin yang tidak pernah putus	✓
4. Fotokopi surat nikah	✓
5. Fotokopi surat nikah yang terdapat di buku nikah	✓
6. Fotokopi MYP pemohon dan keluarga	✓
7. Fotokopi surat nikah yang terdapat di buku nikah	✓
8. Akta nikah yang pernah putus yang pernah putus	✓
9. Akta nikah yang pernah putus yang pernah putus	✓
10. Nikah dan foto pernikahan terbaru	✓
11. Akta pernikahan, SIP dan TDP	✓
12. Akta nikah yang pernah putus	✓
13. Akta nikah yang pernah putus	✓
14. Akta nikah yang pernah putus	✓
15. Akta nikah yang pernah putus	✓

Pembayaran serbaguna dengan syarat mudah dan ringan

- Fasilitas pembiayaan konsumtif bagi pegawai/karyawan satu Perusahaan/Kemahasiswaan untuk pembelian barang dan perlengkapan gas sesuai Syariah Islam
- Dokumen yang dilengkapi
- Sesuai syarat BNI Goya & Hasanah, buku 1 dan 9 untuk Pegawai
- Keunggulan
- Maksimal pembiayaan sampai dengan Rp50 Juta atau Rp300 Juta
 - Jangka waktu pembayaran sampai dengan 5 tahun
 - Harga bersaing
 - Angsuran tetap sampai dengan lunas

BNi Fleksibel Umrah IB Hasanah

Wujudkan niat Hasanah Anda menuju Baitullah

- Fasilitas pembiayaan konsumtif untuk memenuhi kebutuhan pembelian material jasa paket perjalanan ibadah Umrah bersama dengan Bro Perjalanan Umrah
- Keunggulan
- Dapat membiayai perjalanan ibadah Umrah orang tua/menama, suami dan anak-anak dengan total pembiayaan Rp2.000 juta
 - Jangka waktu pembayaran 5 tahun untuk Itabah Payoff BNI BNI Syariah
 - Angsuran pembayaran tetap 50 juta
 - Tanpa denda

BNi Griya IB Hasanah

Bangun Surga kecil mulai dari rumah yang Hasanah

- Fasilitas pembiayaan konsumtif untuk membeli, membangun, memelihara rumah/ruko atau untuk membeli kembali spa/bangunan (KSB)
- Keunggulan
- Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 15 tahun atau 20 tahun untuk Membangun Fried Home
 - Harga bersaing
 - Uang muka ringan
 - Angsuran tetap sampai dengan lunas
 - Bebas biaya provisi dan appraisal
 - Bebas biaya administrasi/Inspeksi alat rumah/ruko dan tanpa denda
- Dokumen yang dilengkapi

BNi Multiguna IB Hasanah

Dokumen	Keunggulan
1. Fotokopi KTP pemohon dan keluarga	✓
2. Fotokopi Akta kelahiran dan surat nikah	✓
3. Fotokopi surat nikah/kawin yang tidak pernah putus	✓
4. Fotokopi surat nikah	✓
5. Fotokopi surat nikah yang terdapat di buku nikah	✓
6. Fotokopi MYP pemohon dan keluarga	✓
7. Fotokopi surat nikah yang terdapat di buku nikah	✓
8. Akta nikah yang pernah putus yang pernah putus	✓
9. Akta nikah yang pernah putus yang pernah putus	✓
10. Nikah dan foto pernikahan terbaru	✓
11. Akta pernikahan, SIP dan TDP	✓
12. Akta nikah yang pernah putus	✓
13. Akta nikah yang pernah putus	✓
14. Akta nikah yang pernah putus	✓
15. Akta nikah yang pernah putus	✓

Pembayaran serbaguna dengan syarat mudah dan ringan

- Fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk pembelian barang dan perlengkapan jasa dengan agunan rumah tinggal
- Dokumen yang dilengkapi
- Sesuai syarat BNI Goya & Hasanah, buku 1 dan 14
- Keunggulan
- Tanpa biaya administrasi/kepastian
 - Maksimal pembiayaan Rp50 juta atau Rp2 Milyar
 - Jangka waktu pembayaran sampai dengan 10 tahun
 - Angsuran tetap sampai dengan lunas dan tanpa denda

BNi Emas IB Hasanah

Peak manfaat Hasanah kepemilikan emas melalui BNI Emas IB Hasanah

- Fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan untuk membeli emas kogni muka dalam bentuk batangan yang langsung secara otomatis setiap bulannya
- Persyaratan umum
- Berstatus sebagai pegawai aktif / profesional / pengusaha
 - Berusia minimal 21 tahun, pada saat pembayaran lunas berusia maksimal 60 tahun (usia pensiun)
 - Memiliki penghasilan tetap dan kemampuan mengangsur
 - Melakukan pembelian pembiayaan konsumtif dengan aweswara
 - Fotokopi KTP dan I/PWP
 - Kartu Identitas Pegawai (untuk pegawai)
- Keunggulan
- Angsuran tetap setiap bulannya dimana masa pembayaran ad lunas
 - Pembayaran angsuran melalui debit rekening secara otomatis
 - Jangka waktu pembayaran minimal 2 s/d 5 tahun
 - Maksimal pembiayaan sampai dengan Rp150 Juta
 - Harga bersaing
 - Tanpa denda

BNI Syariah
Memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memperoleh manfaat dari produk pembiayaan konsumtif BNI Syariah

BNI Syariah
Memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memperoleh manfaat dari produk pembiayaan konsumtif BNI Syariah

BNI Syariah
Memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memperoleh manfaat dari produk pembiayaan konsumtif BNI Syariah



FORMULIR PERMOHONAN PEMBIAYAAN KONSUMTIF

PERMOHONAN PEMBIAYAAN

Jenis Pembiayaan : BNI Griya BNI Multiguna BNI Fleksibel
 BNI Emas BNI Oto BNI Fiksi Umrah

Tujuan Pembiayaan : _____
 Jangka Waktu : _____ Bulan

Kebutuhan Pembiayaan : Rp. _____
 Uang Muka Tersedia : Rp. _____

INFORMASI PEMOHON

Nama Lengkap : _____
 Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Tempat / Tanggal Lahir : _____
 Status : Menikah Belum Menikah Janda / Duda

Pendidikan : S3 / S2 S1 / D3 SMA / SMP Lainnya _____

Nama Gadis Ibu Kandung : _____
 Nomor KTP : _____
 NPWP : _____
 Alamat KTP : _____
 Kode Pos : _____

Alamat Domisili : _____
 Kode Pos : _____

Nomor Telepon Rumah : _____
 Nomor Handphone : _____
 Status Tempat Tinggal : Pribadi Keluarga Sewa Dinas

Lama Tinggal di Alamat Ini : _____
 Jumlah Tanggungan : _____ Orang

INFORMASI PEKERJAAN PEMOHON

Jenis Pekerjaan : PNS Swasta BUMN / D Profesional
 Wiraswasta Lainnya / Sebutkan

Nama Instansi : _____
 Bidang Usaha : _____
 Alamat Instansi : _____
 Kode Pos : _____

Jabatan : _____
 Nama Atasan Langsung : _____
 Lama Bekerja : _____ Mulai Bekerja Sejak (Tahun) _____
 Telepon Kantor : _____ ext _____ Fax _____
 Email : _____

INFORMASI PEKERJAAN PEMOHON SEBELUMNYA

Jenis Pekerjaan : PNS Swasta BUMN / D Profesional
 Wiraswasta Lainnya / Sebutkan

Nama Instansi : _____
 Bidang Usaha : _____
 Alamat Instansi : _____
 Kode Pos : _____

Jabatan : _____
 Lama Bekerja : _____
 Telepon Kantor : _____ ext _____ Fax _____

DATA ISTRI / SUAMI

Nama Istri / Suami : _____
 Jenis Pekerjaan : PNS Swasta BUMN / D Profesional
 Wiraswasta Lainnya / Sebutkan

Nama Instansi : _____
 Bidang Usaha : _____
 Alamat Instansi : _____
 Kode Pos : _____

Jabatan : _____
 Lama Bekerja : _____ Mulai Bekerja Sejak (Tahun) _____
 Telepon Kantor : _____ ext _____
 Nomor Handphone : _____

INFORMASI PEMBIAYAAN / PINJAMAN LAIN

Nama Bank	Jenis Pinjaman	Plafon / Jumlah Pembiayaan	Jatuh Tempo

INFORMASI REKENING SIMPANAN

Nama Bank	Jenis Simpanan	Atas Nama	Nomor Rekening
	Gir / Tab / Dep		
	Gir / Tab / Dep		
	Gir / Tab / Dep		

INFORMASI KEUANGAN

1. Penghasilan Bersih Per-Bulan Pemohon : Rp. _____
 2. Penghasilan Bersih Per-Bulan Pasangan : Rp. _____
 3. Penghasilan Tambahan (Jika Ada) : Rp. _____
 4. Pengeluaran Per-Bulan : Rp. _____
 5. Angsuran Pembiayaan Lainnya : Rp. _____
 6. Sisa Penghasilan (1+2+3-4-5) : Rp. _____

INFORMASI DATA AGUNAN

Jenis Agunan : Tanah Rumah Mobil / Motor
 Emas Deposito Lainnya

TANAH/BANGUNAN
 Lokasi Agunan : _____
 Luas : Tanah _____ M² Bangunan _____ M²
 Status Kepemilikan : SHM SHGB Lainnya / Sebutkan
 Nomor Sertifikat : _____

MOBIL/MOTOR
 Merk Mobil/Motor : _____ Tahun _____
 Nomor BPKB : _____

EMAS
 Jenis Emas : _____
 Berat Emas : _____ Gram

DEPOSITO
 Nominal Deposito : _____ (_____)
 *) Corat yang tidak perlu

INFORMASI KELUARGA DEKAT TIDAK SERUMAH

Nama : _____
 Hubungan : _____
 Alamat : _____
 Kode Pos : _____
 Telepon : Rumah _____ HP _____

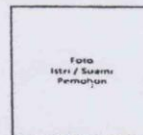
PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa semua informasi yang diberikan adalah benar. Informasi ini diberikan untuk tujuan permohonan pembiayaan dan dengan ini Saya mengizinkan BNI Syariah untuk mendapatkan dan memeriksa seluruh informasi yang diperlukan. Bersama ini Saya memberi kuasa kepada Bank untuk memotong dari rekening Giro / Tabungan / Deposito Saya di BNI / BNI Syariah guna melunasi angsuran pembiayaan dan atau kewajiban lainnya kepada Bank jika terjadi penundaan pembayaran. Dengan ini pula Saya menyatakan bersedia dan akan patuh pada peraturan dan persyaratan yang ditentukan Bank dan Saya mengetahui bahwa Bank berhak menyertai atau meniadakan permohonan ini tanpa memberitahukan alasannya.

Pemohon

Istri / Suami Pemohon

FOTO PEMOHON & PASANGAN





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iaim@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-862/In.28/S/OT.01/10/2019

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : POPO VERNANDA

NPM : 1602080043

Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/D3 Perbankan Syari'ah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2018 / 2019 dengan nomor anggota 1602080043.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.



Metro, 17 Oktober 2019
Kepala Perpustakaan

Drs. Mokhtardi Sudin, M.Pd.
NIP. 195808311981031001

RIWAYAT HIDUP



Popo Vernanda dilahirkan di Notoharjo, kecamatan Trimurjo kabupaten Lampung Tengah pada tanggal 06 Mei 1997. Merupakan putri pertama dari pasangan Bapak Darmanto dan Ibu Dewi Anita.

Pendidikan penulis di tempuh di TK Dharma Wanita dan selesai pada tahun 2003, kemudian melanjutkan di SD Negeri 3 Notoharjo dan selesai pada tahun 2009. Selanjutnya menempuh pendidikan pertama di SMP Negeri 1 Trimurjo dan selesai pada tahun 2012. Selanjutnya menempuh pendidikan menengah atas di SMA Negeri 1 Trimurjo dan selesai pada tahun 2015, lalu melanjutkan pendidikan di IAIN Metro program Diploma Tiga (D-III) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam dimulai dari semester 1 pada tahun ajaran 2016/2017.