

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK SI MAPAN (SIMPANAN
MASA DEPAN) DI KSPPS BMT BINA UMMAT SEJAHTERA
CABANG COMAL PEMALANG**



TUGAS AKHIR

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat guna Memperoleh Gelar
Diploma Tiga

Disusun Oleh:

FITRI AFRIDA FAJARIYANI

132503021

PROGRAM D3 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO

SEMARANG

2016



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp (024) 7608454 Semarang 50185
Website: febi_walisongo.ac.id – Email: febiwalisongo@gmail.com

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) Eksemplar
Hal : Naskah Tugas Akhir
An.Sdri.Fitri Afrida Fajariyani

Kepada Yth.
Dr. H. Muhlis, M.Si
UIN Walisongo
Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya bersama ini saya kirim naskah Tugas Akhir Saudari:

Nama : Fitri Afrida Fajariyani
NIM : 132503021
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : "Strategi Pemasaran Produk Simpanan Si Mapan (Simpanan Masa Depan) di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Comal

Dengan ini saya mohon kiranya Tugas Akhir Saudari tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatian Bapak, saya menyampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 19 Mei 2016

Pembimbing,

Dr. H. Muhlis, M.Si

NIP. 19610117 198803 1 002



PENGESAHAN

Nama : Fitri Afrida Fajariyani
NIM : 132503021
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : “STRATEGI PEMASARAN PRODUK SI MAPAN (SIMPANAN MASA DEPAN) DI KSPPS BMT BINA UMMAT SEJAHTERA CABANG COMAL PEMALANG”

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaud/baik/cukup, pada tanggal:

17 Juni 2016

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Diploma Tiga dalam bidang Perbankan Syariah.

Semarang, 17 Juni 2016

Mengetahui,

Penguji I


Dra. Hj. Nur Huda, M. Ag.
NIP. 19690830/199403 2 003

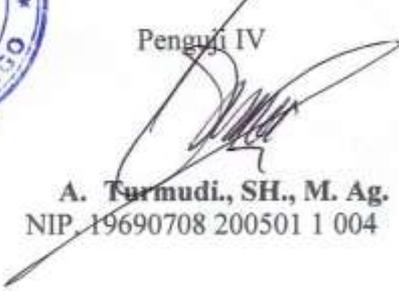
Penguji II


Dr. H. Muhlis, M. Si.
NIP. 19700410 199503 1 001

Penguji III


Heny Yuningrum, S.E., M. Si.
NIP. 19810609 200710 2 005

Penguji IV


A. Turmudi, SH., M. Ag.
NIP. 19690708 200501 1 004

Pembimbing


Dr. H. Muhlis, M. Si.
NIP. 19700410 199503 1 001



MOTTO

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S. An-Nisa Ayat 29)

PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan petunjuk, bimbingan dan kekuatan lahir batin kepada diri penyusun, sehingga Tugas Akhir ini dapat disusun sebagaimana mestinya. Shalawat dan salam semoga dilimpahkan oleh-Nya kepada junjungan kita Rasulullah Muhammad SAW, para sahabat dan semua pengikutnya yang setia di sepanjang zaman. Aamiin.

Tugas Akhir ini penulis persembahkan untuk :

1. Orangtua tercinta, Bapak Jumeri dan Ibu Muawanahyang selalu memberikan kasih sayang, berkorban demi anaknya agar sukses untuk kedepannya. Selalu mensupport apapun yang dilakukan penulis asalkan itu wajar dan selalu memberikan arahan kepada penulis. Tak lupa doa yang diberikan agar penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Keluarga besar yang selalu memberikan kasih sayang dan doa di setiap waktunya serta arahan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Sahabatku Isti Khoeriyah dan Muhammat Sholich, terima kasih banyak atas semuanya. Yang selalu memahami kesibukanku dan mengerti kekuranganku serta selalu memberikan aku motivasi agar terus berjuang untuk melihat masa depan. Walaupun kita belajarnya berbeda tetapi kalian selalu memberikan semangat agar aku sukses untuk ke depannya.
4. Ani Faridhatul Khusni yang selalu menemani dan teman seperjuangan di PPP. Al Hikmah Tugurejo Semarang.
5. Deni Fitriana, teman yang selalu memberikan support dan perhatian kepada penulis terhadap Tugas Akhir yang penulis buat. Dan mengakhiri masa lajangnya di tahun ini, semoga pernikahannya langgeng.
6. Retnandi Meita Putri dan juga Nur Hidayah, yang telah membantu penulis dalam membuat Tugas Akhir ini.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga Tugas Akhir ini tidak berisi atau pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 19 Mei 2016

Deklarator,



Fitri Afrida Fajarivani

NIM. 132503021

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi karena keberhasilan dalam memasarkan produk simpanan. Keberhasilan ini dapat dilihat dari perkembangan anggota yang selalu bertambah. Dan dengan penambahan anggota yang selalu meningkat, KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera mengeluarkan produk baru berupa Si Mapan (Simpanan Masa Depan) dan baru diluncurkan tahun 2016 ini. Dari latar belakang tersebut peneliti merumuskan masalah yaitu yang pertama bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera dalam produk terbarunya simpanan si mapan, yang kedua apa kendala yang dihadapi saat memasarkan produk barunya simpanan si mapan tersebut dan bagaimana solusinya.

Metode penelitian yang digunakan dalam Tugas Akhir ini adalah metode kualitatif deskriptif. Adapun metode pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara wawancara kepada Manajer dan Teller serta Staf dari Produk Simpanan di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera di Pusat dan Cabang Comal secara langsung terhadap objek yang menjadi fokus penelitian dan mengetahui suasana kerja di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera serta mencatat segala sesuatu yang berhubungan dengan strategi pemasaran di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera dan dokumentasi yang berhubungan dengan penelitian ini.

Berdasarkan uraian yang telah dibahas, maka produk si mapan di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera dengan menggunakan *Mudharabah*. Sebagai simpanan nasabah menitipkan dana kepada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera dengan jangka waktu yang sesuai kesepakatan. Jangka waktu yang ditentukan minimal 5 tahun dan maksimal 30 tahun. Dan simpanan ini tidak bisa di ambil sewaktu-waktu. Untuk memasarkan produk si mapan tersebut, strategi pemasaran yang digunakan oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera dengan mengutamakan pasar sasaran dan juga *Marketing Mix* yakni 4P, produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Promosi yang dilaksanakan oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera yaitu publisitas, penjualan perorangan dan juga *face to face*.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji senantiasa kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT, Tuhan Semesta Alam yang telah melimpahkan nikmat, rahmat, hidayah-Nya kepada kita semua. Dan atas karunia-Nya, sehingga kita masih diberikan kehidupan hingga saat ini. Semoga kita masih terus dilindungi, diberkahi dan diberikan kesehatan oleh Sang Pencipta agar kita masih bisa tetap bersujud kepada-Nya. Amin.

Shalawat beserta salam kita sampaikan kepada baginda besar kita, yang telah menuntun kita dari kegelapan zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh dengan kedamaian dan keberkahan dari Sang Khalik. Makhluk paling sempurna di sisi-Nya, yakni Rasulullah SAW. Yang dengan syafa'atnya kita mengharapkan keridhaan-Nya.

Dengan segenap rasa syukur dan kerendahan hati, penulis mengucapkan *Alhamdulillah* telah menyelesaikan sebuah karya ilmiah yang berupa Tugas Akhir yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN SI MAPAN (SIMPANAN MASA DEPAN) DI KSPPS BMT BINA UMMAT SEJAHTERA CABANG COMAL” dengan lancar dan tanpa hambatan yang berarti.

Penulis sadar bahwa terselesaikannya Tugas Akhir ini bukanlah hasil jerih payah penulis pribadi, akan tetapi karena adanya wujud akumulasi dari usaha dan bantuan, pertolongan, serta doa dari berbagai pihak yang telah berkenan membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, sudah seharusnya penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, M. Ag., selaku rektor UIN Walisongo Semarang
2. Dr. H. Imam Yahya, M. Ag., selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
3. H. Johan Arifin, S. Ag., M.M., selaku ketua jurusan Perbankan Syariah dan A. Turmudi, S.H., M.Ag., selaku sekretaris jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Dr. H. Muhlis, M.Si selaku pembimbing yang senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan kepada penulis dengan penuh kesabaran sehingga penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan lancar.
5. Segenap dosen UIN Walisongo Semarang beserta staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang sudah melayani dan memberikan sebagian ilmu mereka dengan penuh kesabaran.
6. Pimpinan dan segenap karyawan KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Comal yang telah mengizinkan dan membantu melakukan penelitian di sana.
7. Kedua orangtua penulis, Bapak Jumeri dan Ibu Muawanah beserta segenap keluarga besar dan saudara penulis atas segala doa, motivasi, dan bantuan yang tidak dapat penulis balas hanya lewat untaian kata-kata dalam tulisan ini.
8. Sahabat-sahabat seperjuangan kelas PBS A angkatan 2013.
9. Sahabat-sahabat di KSPM UIN Walisongo Semarang Angkatan 2013 dan 2014.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan karya ilmiah berupa Tugas Akhir ini.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan mereka semua dengan balasan yang lebih baik dari apa yang mereka berikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu dengan rendah hati penulis meminta untuk kritik dan sarannya kepada pembaca

agar di kemudian hari bisa tercipta karya ilmiah yang lbih baik. *Amin ya Rabbal
'Alamin.*

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 19 Mei 2016

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAM DEKLARASI.....	vi
HALAMAN ABSTRAK.....	vii
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	viii
HALAMAN DAFTAR ISI.....	x
HALAMAN DAFTAR TABEL.....	xii
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Hasil Penelitian.....	5
D. Tinjauan Pustaka.....	6
E. Metodologi Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pengertian Strategi.....	12
B. Pemasaran.....	13
C. Konsep Pemasaran.....	14
D. Strategi Pemasaran.....	16
E. Manajemen Pemasaran Koperasi.....	20
BAB III GAMBARAN UMUM KSPPS BMT BINA UMMAT SEJAHTERA	
A. Pendahuluan.....	25
B. Sasaran	28
C. Budaya Kerja.....	29
D. Prinsip Kerja.....	29

E. Perkembangan Kelembagaan.....	30
F. Struktur Organisasi KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera.....	33
G. Produk-produk KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera.....	34
1. Produk Pembiayaan.....	34
2. Produk Simpanan.....	37
3. Pendampingan.....	41
4. Baitul Maal.....	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi produk.....	44
B. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh KSPPS BMT BUS.....	49
C. Kendala pemasaran produk KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera.....	51
D. Analisis.....	52

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	54
B. Saran.....	54
C. Penutup.....	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Contoh Perhitungan Harga Barang.....	35
Tabel 3.2 Contoh Perhitungan Pembiayaan Kebajikan.....	36
Tabel 3.3 Bagi Hasil Si Suka.....	38
Tabel 4.1 Ilustrasi Dana Si Mapan.....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur Organisasi KSPPS BMT BinaUmmat Sejahtera.....	33
---	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia sangat berkembang pesat karena dukungan dan lembaga keuangan lainnya. Karena bank dan lembaga keuangan merupakan salah satu pelaku terpenting dalam perekonomian sebuah negara. Di dalam sebuah negara, masyarakat maupun kalangan pengusaha sangat membutuhkan jasa dari bank ataupun lembaga keuangan lainnya untuk mendukung mereka dalam memperlancar kegiatan aktivitasnya.

Saat ini, masyarakat saling berlomba-lomba dalam hal berbisnis karena bisnis dapat dilakukan oleh berbagai kalangan. Dari masyarakat bawah seperti petani, masyarakat menengah seperti guru maupun masyarakat atas seperti dokter. Sehingga bisnis sekarang ini tidak hanya bisnis konvensional melainkan muncul bisnis syariah.

Bisnis syariah merupakan implementasi/perwujudan dari aturan syari'at Allah. Sebenarnya bentuk bisnis syariah tidak jauh beda dengan bisnis pada umumnya, yaitu upaya memproduksi/mengusahakan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan konsumen. Namun, aspek syariah inilah yang membedakannya dengan bisnis pada umumnya, juga menjalankan syariat dan perintah Allah dalam hal bermuamalah.

Karakteristik bisnis syariah adalah 1) tidak memberi hadiah/komisi dalam lobi bisnis (uang, wanita, dan lain-lain), 2) tidak makan riba, 3) tidak wanprestasi/ingkar janji, 4) input, proses, output bebas dari barang dan jasa haram, 5) tidak suap, 6) tidak menipu, 7) tidak korupsi, 8) tidak zalim.¹

Awal perkembangan perbankan syariah adalah sekitar tahun 1990-an. Berdasarkan amanat Munas IV MUI dibentuk kelompok kerja untuk

¹Dr. Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, Jakarta : Kencana, 2014, hlm. 23-25

mendirikan bank Islam di Indonesia. Dari situlah lahir Bank Muamalat Indonesia (BMI).²Ketangguhan perbankan syariah sudah teruji kuat, seperti pada saat peristiwa krisis pertengahan tahun 1997 dimana banyak bank-bank konvensional bertumbangan tetapi perbankan syariah seperti Bank Muamalat Indonesia tetap tegar.³

Lembaga keuangan mikro syariah pun tidak ketinggalan dalam proses perkembangan ekonomi Islam di Indonesia. Lembaga keuangan mikro syariah khususnya BMT (Baitul Maal wat Tamwil) mengalami pertumbuhan yang cukup membanggakan. Walaupun masih banyak kendala yang harus dihadapi seperti keterbatasan sumber daya manusia. BMT merupakan bentuk lembaga keuangan dan bisnis yang serupa dengan koperasi atau lembaga swadaya masyarakat (LSM). Segmen masyarakat yang biasa dilayani BMT adalah masyarakat kecil yang sulit berhubungan dengan bank. Perkembangan BMT semakin marak setelah mendapat dukungan dari Yayasan Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (YINBUK) yang diprakarsai oleh MUI.⁴

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) sesuai dengan namanya terdiri dari dua fungsi utama, yaitu : Baitul Maal (rumah harta), menerima titipan dana zakat, infaq dan sedekah serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya. Sedangkan Baitul Tamwil (rumah pengembangan harta), melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi. Lembaga keuangan mikro syariah dalam hal ini BMT memiliki potensi pengembangan cukup besar

²M. Syafi'i Antonio, *Islamic Banking Bank Syariah : Dari Teori Ke Praktik* , Jakarta : Gema Insani Press, 2001, hlm.25

³M. Luthfi Hamidi, *Jejak-jejak Ekonomi Syariah*, Jakarta : Senaya Abadi Publishing, 2003, hlm.47

⁴Muhammad (ed.), *Bank Syariah Analisis Kekuatan, Peluang, Kelemahan dan Ancaman* , Yogyakarta : Ekonisa, 2006, hlm.135

dengan adanya kebutuhan masyarakat dan dukungan kebijakan pengembangan yang kuat.⁵

Baitul Mal wat Tamwil (BMT) pada dasarnya merupakan pengembangan dari konsep ekonomi dalam Islam terutama dalam bidang keuangan. Baitul Mal wat Tamwil (BMT) adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan bayt al-mal wa al-tamwil dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya.⁶

BMT sebagai lembaga keuangan yang ditumbuhkan dari peran masyarakat luas, tidak ada batasan ekonomi, sosial, bahkan agama, semua komponen masyarakat dapat berperan aktif dalam mengembangkan sistem keuangan yang lebih adil dan yang lebih penting mampu menjangkau lapisan pengusaha yang terkecil sekalipun.⁷

Keberadaan BMT di masyarakat diharapkan mampu mengatasi berbagai permasalahan ekonomi masyarakat seperti rentenir yang mengakibatkan masyarakat semakin terjerumus pada masalah ekonomi yang tidak menentu. Besarnya pengaruh rentenir terhadap perkenomian masyarakat tidak lain karena tidak adanya unsur-unsur yang cukup akomodatif dalam menyelesaikan masalah yang masyarakat hadapi. Oleh karena itu, BMT diharapkan mampu berperan aktif dalam memperbaiki kondisi ini.⁸

Kualitas dan kepuasan pelanggan telah menjadi kunci untuk bersaing di akhir tahun 1990-an. Sedikit organisasi yang akan berhasil dalam lingkungan saat ini tanpa fokus pada kualitas, perbaikan terus-menerus,

⁵M. Ridwan, *Manajemen Baitul Wal Tamwil*, Yogyakarta : UII Press, 2004, hlm.126

⁶A. Djazuli & Yadi Janwari, *Lembaga-lembaga Perekonomian Umat*, Jakarta : PT Raja Grafindo, 2002, hlm.183

⁷Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2007, hlm.126

⁸Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, Yogyakarta : Ekonisia, 2003, hlm.85

dan kepuasan konsumen.⁹Karena itu tidak heran bahwa perusahaan yang unggul masa kini adalah yang paling berhasil memuaskan, bahkan menyenangkan pelanggan sasaran mereka. Perusahaan-perusahaan ini melihat pemasaran sebagai filosofi seluruh perusahaan, bukan bagian tersendiri.¹⁰

Pemasaran tidak hanya dipandang sebagai suatu bagian. Pemasar terlibat dalam pengambilan keputusan manajemen jauh sebelum produk dirancang dan terus terlibat jauh setelah produk terjual. Pemasar mengenali kebutuhan pelanggan yang merupakan peluang menguntungkan mereka, mereka terlibat dalam perancangan bauran barang dan jasa, mereka mempengaruhi penetapan harga penawaran tersebut, mereka bekerja keras mengkomunikasikan serta mempromosikan produk, jasa serta citra perusahaan, mereka mengamati kepuasan pelanggan dan mereka terus meningkatkan penawaran serta kinerja perusahaan berdasarkan umpan balik dari pasar.¹¹

Reacy dan Wiersema baru-baru ini membedakan tiga strategi yang berhasil dalam diferensiasi dan kepemimpinan pasar.

1. Operasi yang cemerlang : memberi pelanggan produk atau jasa yang handal dengan harga bersaing dan sudah dapat.
2. Keakraban pelanggan : mengenal dekat pelanggan sehingga dapat menanggapi kebutuhan khusus mereka.
3. Keunggulan produk : memberi pelanggan produk dan jasa inovatif yang meningkatkan utilitas pelanggan dan memiliki unjuk kerja lebih baik daripada pesaingnya.¹²

⁹Carl Mc Daniel dan Roger Gates, *Riset Pemasaran Kontemporer* , Jakarta : Salemba Empat, 2001, hlm.7

¹⁰Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* , Jakarta : Salemba Empat, 2001, hlm. XXV

¹¹Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* , Jakarta : Salemba Empat, 2001, hlm. XXVi

¹²Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* , Jakarta : Salemba Empat, 2001, hlm.388

Karena pemasaran itu penting dalam hal berbisnis maka BMT BUS berupaya agar dapat memasarkan produknya dengan baik dan dapat diterima oleh masyarakat. BMT Bina Ummat Sejahtera memiliki produk 1) Si Reli yaitu simpanan anggota yang dikelola berdasarkan prinsip syariah yang memungkinkan anggota dapat melakukan transaksi penyimpanan atau penarikan setiap saat 2) Si Hafit yaitu simpanan anggota yang dikelola berdasarkan prinsip syariah yang dititipkan untuk Tabungan Hari Fitri dan pengambilan tidak dapat setiap saat hanya saat Hari Fitri, dll. Saat ini BMT BUS memunculkan produk baru yaitu Produk Si Mapan (Simpanan Masa Depan).

Si Mapan adalah produk baru yang dikeluarkan oleh BMT BUS yaitu bentuk simpanan yang diperuntukkan bagi perorangan maupun lembaga, yang merupakan investasi dana jangka panjang untuk perencanaan keperluan masa pensiun, perencanaan biaya hidup hari tua atau pesangon karyawan bagi perusahaan, dengan pilihan jangka waktu minimal 5 tahun sampai 30 tahun.

Oleh karena itu, penulis ingin membahas mengenai teknik pemasaran yang digunakan dan kemungkinan hasil yang akan dicapai KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera pada produk ini. Penulis mengambil judul “STRATEGI PEMASARAN PRODUK SI MAPAN (SIMPANAN MASA DEPAN) DI KSPPS BMT BINA UMMAT SEJAHTERA CABANG COMAL PEMALANG”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi permasalahan dalam penulisan penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh BMT BUS dalam produk terbarunya SI MAPAN tersebut ?
2. Apa kendala yang di hadapi saat memasarkan produk barunya SI MAPAN tersebut ?

C. Tujuan dan Manfaat Hasil Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk baru yang diterapkan pada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera.

2. Manfaat Hasil Penelitian

- a. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi ilmu ekonomi pada umumnya, khususnya mengenai strategi pemasaran di BMT. Dan juga mampu memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu ekonomi Islam, khususnya dalam sektor perbankan. Sebagai bahan pembanding secara teori dan fakta atau kenyataan yang terjadi di lapangan.

- b. Secara praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan para karyawan dalam memasarkan produk barunya di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera. Dan sebagai hasil karya yang dapat dijadikan sebagai bahan wacana dan pustaka bagi mahasiswa atau pihak lain yang memiliki ketertarikan di bidang yang sama.

Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai aplikasi langsung dimasyarakat atas pengetahuan secara teori yang selama ini didapat dibangku perkuliahan, serta membantu untuk penelitian selanjutnya agar mendapatkan mengenai efektivitas strategi pemasaran yang terjadi di masyarakat.

D. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka adalah kajian tentang hasil-hasil penelitian yang relevan dengan masalah yang ingin diteliti. Kegunaan dari telaah pustaka adalah untuk membedakan antara penelitian ini dengan penelitian yang

sejenis yang telah dilakukan serta melihat persoalan yang terkait dengan permasalahan yang diteliti. Sejauh penelusuran yang telah dilakukan, peneliti menjumpai hasil penelitian yang menjumpai titik singgung dengan judul yang diangkat dalam penelitian tugas akhir ini, diantaranya adalah :

Lina Laili Inayati (2013) dalam tugas akhirnya “ Strategi Pemasaran Produk Simpanan Bismillah di BMT Bismillah Sukorejo”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk Simpanan Bismillah tidak mempunyai segmen khusus, sehingga lapisan masyarakat dapat menggunakan produk tersebut. Kegiatan promosi menggunakan layanan jemput bola (*pick-up service*) marketing dapat menjangkau semua pasar bahkan yang jauh sekalipun. Dalam memasarkan produk Simpanan Bismillah ini promosi yang dilakukan oleh BMT Bismillah Sukorejo adalah dengan penyebaran brosur dan *personal selling*.¹³

Muhammad Fadkhan (2014) dalam tugas akhirnya dengan judul “ Strategi *Marketing Mix* dalam Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan IB TASYA *Wadi'ah* BPRS Suriah Semarang” menyimpulkan bahwa strategi *marketing mix* dengan menerapkan strategi harga, strategi lokasi, strategi produk dan strategi promosi, belum mampu meningkatkan jumlah nasabah Tabungan IB TASYA *Wadi'ah* yang menurun dari tahun ketahun.¹⁴

Penelitian lain yang dilakukan oleh saudari Isti Puspita Sari yang ditulis dalam sebuah tugas akhir yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran yang Efektif untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk IB Jumroh di BPRS PNM BINAMA Semarang Cabang Mijen” menyimpulkan bahwa dalam menarik nasabah BPRS PNM BINAMA melakukan peningkatan pelayanan melalui *pick-up service* pada nasabahnya yang ingin melakukan transaksi keuangan, melakukan

¹³Lina Laili Inayati, *Strategi Pemasaran Produk Simpanan Bismillah di BMT Bismillah Sukorejo*, Semarang : TA UIN Walisongo, 2014

¹⁴Fadkhan Muhammad, *Strategi Marketing Mix dalam Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan IB TASYA Wadi'ah BPRS Suriah Semarang*, Semarang : TA UIN Walisongo, 2014

presentasi ke beberapa jama'ah pengajian, kemudian memberikan tarif pembukuan rekening yang rendah. Namun, strategi tersebut dirasa belum membuahkan hasil yang maksimal. Kendala utamanya terletak pada tingkat persaingan yang tinggi dengan lembaga keuangan serupa lainnya yang berada disekitarnya.¹⁵

E. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian adalah strategi umum yang dianut dalam pengumpulan data dan analisis data yang diperlukan, guna menjawab persoalan yang sedang diselidiki atau diteliti.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian lapangan (*field research*), dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, bukan berupa angka. Penelitian diskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditunjukkan untuk mendiskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun rekayasa manusia, karena penelitian ini bertujuan untuk memperjelas keadaan subjek yang diteliti.

Penelitian kualitatif juga memiliki asumsi-asumsi filosofis, strategi-strategi penelitian, dan metode-metode pengumpulan, analisis, dan interpretasi data yang beragam. Meskipun prosesnya sama, prosedur-prosedur kualitatif tetap mengandalkan data berupa teks dan gambar, memiliki langkah-langkah yang unik dalam analisis datanya, dan bersumber dari strategi-strategi penelitian yang berbeda-beda.¹⁶

Adapun tujuan penelitian diskriptif adalah untuk membuat pencandraan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta dan

¹⁵Isti Puspita Sari, *Analisis Strategi Pemasaran yang Efektif untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk IB Jumroh di BPRS PNM Binama Semarang Cabang Mijen*, Semarang : TA UIN Walisongo, 2014

¹⁶John W. Creswell, *Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010, hlm.258

sifat populasi atau daerah tertentu. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data atau dokumen.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.¹⁷ Dengan data ini penulis mendapatkan gambaran umum tentang KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera.

b. Sumber Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh penelitian melalui buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini, literatur dan artikel yang di dapat dari *website*.¹⁸ Sebagai data sekunder, penulis mengambil dari buku-buku yang berhubungan dengan penelitian ini. Hal ini dilakukan penulis untuk mendapatkan tambahan pengetahuan mengenai masalah yang sedang dibahas.

3. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah:

a. Penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara:

1) Metode Observasi

Observasi merupakan salah satu metode utama dalam penelitian kualitatif. Secara umum observasi berarti pengamatan, penglihatan. Dan dalam penelitian, metode observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan

¹⁷Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada, 2005, hlm.42

¹⁸Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana, 2005, hlm.97

secara sistemik terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.

2) Metode Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, di mana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.¹⁹

3) Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan kepada subyek penelitian, namun melalui dokumen,²⁰ yaitu dengan cara mengumpulkan data yang ada sangkut pautnya dengan penelitian, sebagai pelengkap dari hasil wawancara yang telah dilakukan. Dalam metode pengumpulan data ini peneliti mengumpulkan data-data dengan mencatat atau menggandakan dokumen-dokumen.

b. Metode Analisis Data

Selain data yang diperoleh langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data, semua data yang diperoleh baik secara observasi, wawancara dan dokumentasi diolah atau dianalisis untuk mencapai tujuan akhir penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data secara deskriptif kualitatif yaitu teknik analisis data dengan cara menggambarkan

¹⁹Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta : Kencana, 2011, hlm. 111

²⁰M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1996, hlm. 159

kondisi obyektif dari obyek penelitian dan menguraikan dalam bentuk kalimat berdasarkan data primer dan data sekunder.²¹

F. Sistematika Penulisan

Agar penulisan Tugas Akhir ini mudah dipahami, maka penulis menyusun sistematika sebagai berikut :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : PEMBAHASAN UMUM TENTANG STRATEGI PEMASARAN

Berisi tentang pengertian strategi, pengertian pemasaran, konsep pemasaran, Strategi Pemasaran, dan Manajemen Pemasaran Koperasi.

BAB III : GAMBARAN UMUM KSPPS BMT BINA UMMAT SEJAHTERA

Berisi tentang sejarah berdirinya KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera, visi misi, data, struktur organisasi, program kerja, dan produk-produk KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan permasalahan.

BAB V : PENUTUP

Bab kelima merupakan bab penutup yang memuat kesimpulan dari semua pembahasan dan sekaligus

²¹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013, hlm. 401

jawaban dari permasalahan yang dikaji. Bab ini meliputi kesimpulan dan saran.

BAB II

PEMBAHASAN UMUM MENGENAI STRATEGI PEMASARAN

A. Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari kata Yunani *strategeia* (*stratos* = militer; dan *ag* = me-mimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Konsep ini relevan dengan situasi pada zaman dulu yang sering diwarnai perang, di mana jenderal di butuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang.¹

Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Kadang-kadang langkah yang harus dihadapi terjal dan berliku-liku, namun ada pula langkah yang relatif mudah. Di samping itu, banyak rintangan atau cobaan yang dihadapi untuk mencapai tujuan. Oleh karena itu, setiap langkah harus dijalankan secara hati-hati dan terarah.²

Strategi dalam marketing bertujuan untuk mencari atau menciptakan kondisi paling menguntungkan untuk menjual produk. Beberapa komponen dalam strategi marketing antara lain :

1. Menentukan segmen pasar, yaitu menentukan siapa yang paling mungkin dan memastikan menjadi pangsa pasar dari produk yang kita jual.
2. Menetapkan target penjualan, yaitu merencanakan berapa jumlah produk yang paling optimal masuk ke segmen pasar. Misalnya produk kita souvenir pernikahan, segmen pasarnya adalah orang yang punya hajat pernikahan, maka kita harus mentarget jumlah maksimal pada bulan-bulan orang melakukan pernikahan.

¹Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : ANDI, 2008, hlm. 3

²Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta : Rajawali Pers, 2013, hlm. 186

3. Memberikan pemahaman pasar terhadap produk, yaitu upaya agar sedapat mungkin keunggulan produk kita mampu membentuk *imej* di masyarakat, sehingga produk kita mudah dikenal dan dikenang. Misalnya, orang senang sepeda motor merk Honda, karena keiritannya. Jadi penekanan pembentukan *imej* adalah sesuatu kelebihan yang ada pada produk kita dibanding produk lain.³

B. Pemasaran

Pemasaran menurut *American Marketing Association* adalah sebagai hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang langsung berkaitan dengan mengalirnya barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Menurut pengertian yang lain adalah yang menyatakan pemasaran sebagai usaha untuk menyediakan dan menyampaikan barang dan jasa yang tepat kepada orang-orang yang tepat pada tempat dan waktu serta harga yang tepat dengan promosi dan komunikasi yang tepat.

Disamping pengertian yang telah disebutkan diatas, terdapat pengertian yang sering digunakan dalam tulisan ini. Pengertian tersebut menyatakan pemasaran sebagai kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.⁴

Menurut William pemasaran ada 2 pengertian :

- a. Dalam arti kemasyarakatan

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dari jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

³Firdaus, *Kewirausahaan Santri, Bimbingan Santri Mandiri*, Jakarta : PT. Citrayudha Alamanda Perdana, hlm. 83-84

⁴Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran, Konsep, Dasar dan Strategi*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2011, hlm. 4-5

b. Dalam arti bisnis

Pemasaran adalah termasuk salah satu kegiatan dalam perekonomian dan membantu dalam penciptaan nilai ekonomi sedangkan nilai ekonomi itu sendiri akan menentukan harga barang dan jasa bagi individu-individu. Selain pemasaran kegiatan lain yang dapat menciptakan nilai ekonomi adalah :

1. Produksi yang membuat barang-barang
2. Konsumsi yang menggunakan barang-barang tersebut

Jadi, jika kita meninjau pemasaran sebagai salah satu sistem dari kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan, ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan barang dan jasa kelompok pembeli.⁵

C. Konsep Pemasaran

1. Kebutuhan (*Needs*)

Kebutuhan adalah sebuah kondisi di mana kita merasa kekurangan atas satu barang tertentu, dan ada sebuah dorongan untuk memenuhinya.

2. Keinginan (*Want*)

Menurut Philip Kotler, Keinginan adalah kebutuhan manusia yang sudah dibentuk oleh budaya dan kepribadian individu. Kata kuncinya disini adalah budaya dan kepribadian. Artinya, individu mungkin memiliki kebutuhan yang sama, seperti kebutuhan akan minum, makan atau pakaian. Namun, individu bisa memiliki keinginan yang berbeda karena sudah ada peranan budaya dan kepribadian. Misal dalam makanan yang termasuk itu kebutuhan

⁵ Basu Swastha & Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi Ketiga, Yogyakarta : Liberti, 2002, hlm. 179.

namun keinginan berbeda, ada orang yang lebih ingin makan soto daripada sate.

3. Permintaan

Permintaan adalah keinginan manusia yang didukung oleh daya beli.

4. Produk

Produk adalah apa saja, yang dapat ditawarkan kepada pasar agar dapat dibeli, digunakan atau dikonsumsi, yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan mereka. Bentuk yang biasa ditawarkan dalam perusahaan-perusahaan :

- a. Ide-ide
- b. Tempat
- c. Orang
- d. Organisasi
- e. Pelayanan
- f. Pengalaman (*Experience*)

5. Nilai Pelanggan (*Customer Value*)

Semua “biaya” itu kita sebut dengan Biaya Total Konsumen (*Total Customer Cost*) Perbandingan antara nilai yang didapatkan dengan biaya total.

6. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Pada dasarnya kepuasan pelanggan inilah yang harus menjadi tujuan setiap pemasaran.

7. Relationship Marketing

Relationship Marketing merupakan istilah yang erat kaitannya dengan meraih dan menjaga kepuasan pelanggan. Kita perlu terus menerus menciptakan, menjaga, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Untuk mendapatkan pelanggan, menarik dan membujuknya untuk membeli produk kita tidak mudah, banyak

penelitian yang menyebutkan bahwa biaya dan usaha mendapatkan konsumen baru, jauh lebih besar dibandingkan mempertahankannya. Artinya, kalau kita ingin mendapatkan kembali pelanggan yang tadinya jadi pelanggan kita, ongkosnya sepuluh kali lebih besar.

8. Pasar

Dalam pemasaran, pasar dirumuskan sebagai mereka yang membeli barang sekarang, termasuk mereka yang potensial untuk membeli barang dari kita. Ada dua golongan utama pasar, yaitu :

a. Pasar konsumen

Adalah mereka yang membeli untuk dikonsumsi langsung sebagai pengguna akhir.

b. Pasar bisnis

Adalah organisasi yang membeli barang untuk : a) dikonsumsi, b) mengolah kembali (digunakan sebagai bahan dalam proses produksi), c) menjual kembali.⁶

D. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dari sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Faktor lingkungan yang dianalisis dalam penyusunan strategi pemasaran adalah keadaan pasar atau persaingan, perkembangan

⁶Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2005, hlm. 7-17

teknologi, keadaan ekonomi, peraturan dan kebijakan pemerintah, keadaan sosial budaya dan keadaan politik. Khusus dalam bidang pemasaran, faktor-faktor lingkungan atau eksternal adalah faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pimpinan perusahaan (*uncontrollable factors*). Sedangkan faktor internal dalam bidang pemasaran adalah faktor yang dapat dikendalikan oleh pimpinan perusahaan umumnya dan pimpinan pemasaran khususnya (*controllable factors*), yang terdiri dari produk, harga, penyaluran/distribusi, promosi, dan pelayanan (*services*).⁷

Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan dari perwujudan, pemberian harga, promosi dan distribusi dari barang-barang, jasa dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi. Ada lima konsep pemasaran yang mendasari cara organisasi melakukan kegiatan pemasarannya :

1. Konsep berwawasan produksi

Konsep berwawasan produksi berpendapat bahwa konsumen akan memilih produk yang mudah didapat dan murah harganya. Manajer organisasi yang berwawasan produksi memusatkan perhatiannya untuk mencapai efisiensi produksi yang tinggi serta cakupan distribusi yang luas.

2. Konsep berwawasan produk

Konsep berwawasan produk berpendapat bahwa konsumen akan memilih produk yang menawarkan mutu, kinerja terbaik, atau hal-hal inovatif lainnya. Manajer dalam organisasi berwawasan produk memusatkan perhatian untuk membuat produk yang lebih baik dan terus menyempurnakannya.

⁷Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran, Konsep, Dasar dan Strategi*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2011, hlm.168-170

3. Konsep berwawasan menjual

Konsep berwawasan menjual berpendapat bahwa kalau konsumen dibiarkan saja, konsumen tidak akan membeli produk organisasi dalam jumlah cukup. Organisasi harus melakukan usaha penjualan dan promosi yang agresif.

4. Konsep berwawasan pemasaran

Konsep berwawasan pemasaran berpendapat bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien daripada saingannya.

5. Konsep berwawasan pemasaran bermasyarakat

Konsep berwawasan pemasaran beranggapan bahwa tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan kepentingan pasar sasaran dan memenuhinya dengan lebih efektif serta lebih efisien daripada saingannya dengan cara mempertahankan atau meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.⁸

Setelah banyak terjadi skandal keuangan, era pemasaran telah bergeser ke arah *spiritual marketing*. Pada level ini pemasaran sudah disikapi sebagai “bisikan nurani” dan “panggilan jiwa”, prinsip-prinsip kejujuran, empati, cinta, dan kepedulian terhadap sesama menjadi sangat dominan. *Spiritual marketing* merupakan keseluruhan proses pemasaran yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah, ia mengandung nilai-nilai ibadah, yang menjadikannya berada pada puncak tertinggi dalam pemasaran atau muamalah.

Definisi syariah marketing atau pemasaran menurut perspektif ekonomi syariah adalah segala aktifitas yang dijalankan dalam kegiatan bisnis dalam bentuk kegiatan penciptaan nilai (*Value Creating Activities*) yang memungkinkan siapapun yang melakukan bertumbuh serta

⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*, Jakarta : Salemba Empat, 1999, hlm.20-40

mendayagunakan kemanfaatannya yang dilandasi atas kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan keikhlasan sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad bermuamalah Islami.⁹

Sedangkan dalam buku asuransi syariah karangan Syakir Sula pemasaran syariah didefinisikan sebagai sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *values* dari suatu inisiator kepada *stakeholder*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam. Definisi tersebut didasarkan pada salah satu ketentuan dalam bisnis Islami yang tertuang dalam kaidah fiqih yang mengatakan “ *Al-muslimuna ‘ala syuruthimin illa syarthan harrama halalan aw ahalla haraman*” yang artinya kaum muslimin terikat dengan syarat-syarat mereka, kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram. Seperti hadits berikut :

عَنْ عَمْرِو بْنِ عَوْفٍ الْمُزَنِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : الصُّلْحُ جَاءَ بَيْنَ الْمُسْلِمِينَ إِنَّا صُلْحًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا وَالْمُسْلِمُونَ (وَفِي لَفْظِ أَبِي دَاوُدَ وَالْمُؤْمِنُونَ) عَلَى شُرُوطِهِمْ إِنَّا شُرُطًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا (رواه الترمذی وصححه)

Dari Amr bin ‘Auf al-Muzani r.a, sesungguhnya Rasulullah saw. bersabda : “perdamaian diperbolehkan di antara kaum muslimin kecuali perdamaian yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram. Dan kaum muslimin (menurut Abu Dawud bukan kata muslimin tapi mukminin) terikat dengan syarat-syarat mereka, kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram. Diriwayatkan oleh Al-Tirmidzi dan orang-orang yang membenarkannya.

Selain itu, kaidah fiqih lain mengatakan :

⁹ Amrin Abdullah, Strategi Pemasaran Syariah, Jakarta : Grasindo, 2007, hlm. 2

الاصْلُ فِي الْمُعَامَلَاتِ إِلَّا أَنْ يَدُلُّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

“Pada dasarnya, semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”.

Dan dijelaskan pula di dalam Q.S Al-Nisa’ {4} : 29

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu....” (QS. Al-Nisa’ : 29).

Dalam *syariah marketing*, bisnis yang disertai keikhlasan semata-mata hanya untuk mencari ridho-Nya, maka seluruh bentuk transaksinya menjadi nilai ibadah di hadapan-Nya. Ini akan menjadi bibit dan modal dasar bagi bisnis itu untuk tumbuh menjadi bisnis yang besar, yang memiliki spiritual *brand*, yang memiliki kharisma, keunggulan, dan keunikan yang tak tertandingi. Ada 4 karakteristik Pemasaran Islami (*syariah marketing*) yang dapat menjadi panduan bagi para pemasar sebagai berikut :

1. Teistis (*rabaniyyah*)

Jiwa seseorang *syariah marketer* meyakini bahwa hukum-hukum syariat yang teistis atau bersifat ketuhanan ini adalah hukum yang paling sempurna. Seorang *syariah marketer* meyakini bahwa Tuhan selalu dekat dan mengawasinya ketika dia sedang melaksanakan segala macam bentuk bisnis.

2. Etis (*akhlaqiyyah*)

Syariah marketing merupakan konsep pemasaran yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika, tidak peduli apapun agamanya. Karena nilai etika adalah nilai yang bersifat universal, yang diajarkan oleh semua agama. Untuk mencapai tujuan tersebut, Tuhan memberikan petunjuk melalui para rasul yang meliputi segala sesuatu

yang dibutuhkan manusia, baik akidah, akhlak (moral, etika), maupun syariah.

3. Realistis (*al-waqi'iyah*)

Syariah marketing merupakan konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluwesan syariah Islamiyah yang melandasinya. *Syariah marketer* adalah para pemasar profesional dengan penampilan yang bersih, rapi, dan bersahaja, apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakannya. Mereka bekerja dengan profesional dan mengedepankan nilai-nilai religius, kesalehan, aspek moral, dan kejujuran dalam segala aktivitas pemasarannya.

4. Humanistis (*insaniyyah*)

Humanistis (*Al-insaniyyah*) mengandung makna bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiannya terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat kehewanannya dapat terkekang dengan panduan syariah. Dengan memiliki nilai humanistis ia menjadi manusia yang terkontrol. Dan seimbang (*tawazun*), bukan manusia yang serakah, yang menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya. Bukan menjadi manusia yang bahagia diatas penderitaan orang lain atau manusia yang kering dengan kepedulian sosial.¹⁰

Spiritual marketing menjadi penting manakala perusahaan koperasi dihadapkan pada pengelolaan pasar internal dan eksternal. Pasar internal adalah hubungan bisnis antara perusahaan koperasi dengan anggotanya. Pengembangan nilai-nilai etika, humanisme, realistis dan teistis ketika melayani anggota merupakan bagian yang tak terpisahkan dari pencapaian visi, misi dan tujuan organisasi koperasi.

Pasar eksternal berkaitan dengan perilaku bisnis koperasi dengan calon anggota baru. Meskipun mereka bukan anggota koperasi,

¹⁰Hendar, *Manajemen Perusahaan Koperasi*, Jakarta : Erlangga, 2010, hlm.61-62

kedudukan mereka sangat menentukan keberhasilan koperasi karena dari sinilah koperasi akan mendapatkan keuntungan yang berguna bagi pengembangan perusahaan koperasi.

E. Manajemen Pemasaran Koperasi

Koperasi merupakan salah satu badan usaha yang ikut berperan dalam mekanisme pasar tertentu baik di pasar input maupun di pasar output.¹¹ Dipandang dari aspek pemasaran koperasi, pada dasarnya koperasi mempunyai dua jenis orientasi bisnis, yakni orientasi servis (*service oriented*) dan orientasi keuntungan (*profit oriented*). *Service oriented* ditujukan kepada anggota (di pasar internal) dan *profit oriented* ditujukan kepada non anggota (di pasar eksternal).¹²

Dalam kegiatan bisnisnya koperasi memiliki dua jenis pasar yaitu pasar internal dan pasar eksternal. Pasar internal merupakan hubungan (transaksi) bisnis antara perusahaan koperasi dengan anggotanya, sedangkan Manajemen pemasaran internal adalah segala kegiatan yang berhubungan dengan usaha perusahaan koperasi dalam memuaskan anggotanya.¹³

Pasar eksternal merupakan hubungan (transaksi) bisnis antara perusahaan koperasi dan non-anggota. Sedangkan Manajemen pemasaran eksternal adalah segala upaya yang dilakukan perusahaan koperasi untuk memuaskan pelanggan eksternal koperasi (non-anggota).¹⁴

Ada 2 hal yang berkaitan dalam penyusunan Manajemen Pemasaran, yaitu :

1. Menyusun rencana pemasaran internal

Perencanaan pemasaran internal yang baik paling tidak harus mencapai empat tujuan, yaitu menentukan kebutuhan dan keinginan anggota, menentukan pasar sasaran yang tepat,

¹¹Hendar, *Manajemen Perusahaan Koperasi*, Jakarta : Erlangga, 2010, hlm.54

¹²Hendar, *Manajemen Perusahaan Koperasi*, Jakarta : Erlangga, 2010, hlm.56

¹³Hendar, *Manajemen Perusahaan Koperasi*, Jakarta : Erlangga, 2010, hlm.78

¹⁴Hendar, *Manajemen Perusahaan Koperasi*, Jakarta : Erlangga, 2010, hlm.113

menyusun strategi pemasaran untuk mengembangkan daya saing, membantu menciptakan bauran pemasaran sesuai dengan kebutuhan dan keinginan anggota (Zimerrer, 2002).

Kebutuhan dan keinginan anggota dapat diketahui melalui riset pasar internal. Perubahan-perubahan yang terjadi dengan cepat dalam peradaban ini akan mempengaruhi sifat anggota dan merupakan potensi kekuatan yang mengubah lingkungan bisnis perusahaan koperasi di pasar internal. Pergeseran pola dalam umur, pendapatan, pendidikan, dan karakteristik demografi anggota yang lain akan memiliki pengaruh kuat terhadap perkembangan perusahaan koperasi. Usaha koperasi yang mengabaikan kecenderungan demografis anggotanya dan gagal menyesuaikan strateginya dengan kondisi demografis tersebut akan menanggung resiko ketertinggalan dari pesaingnya.

Salah satu tujuan utama riset pasar internal adalah mengidentifikasi pasar sasaran (*target market*) yakni anggota koperasi yang menjadi target produk perusahaan koperasi. Pada koperasi yang anggotanya cukup luas dan cenderung heterogen kebutuhannya, penentuan pasar sasaran untuk produk-produk tertentu sangat diperlukan. Anggota adalah pelanggan yang perlu dilayani dengan baik dengan menawarkan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhannya. Pelayanan terhadap anggota harus lebih diutamakan dibanding dengan non-anggota. Dengan cara seperti ini koperasi dapat membangun daya saing di pasar internal. Jika koperasi tidak memberikan pelayanan dengan baik dan anggota tidak mendapatkan manfaat atas keanggotannya sementara perusahaan pesaing koperasi mampu memberikan manfaat yang lebih baik, maka koperasi akan kehilangan daya saingnya.

Pengetahuan tentang daya saing koperasi diperlukan untuk menentukan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang tepat di pasar internal. Implementasi bauran pemasaran akan dievaluasi setiap saat, disesuaikan dengan perubahan keinginan dan kebutuhan anggota.

Daya saing (*competitive edge*) sangatlah penting dalam keberhasilan bisnis koperasi. Perusahaan koperasi akan memiliki daya saing bila anggotanya memperoleh kesan bahwa produk-produknya lebih baik daripada produk atau jasa pesaing. Produk-produk yang berkualitas yang dijual dengan harga relatif murah kepada anggota akan menjadi perangsang anggota untuk berpartisipasi aktif pada pelaksanaan program-program koperasi. Dengan kata lain, loyalitas anggota pada koperasinya akan sangat tergantung pada sejauh mana koperasi mampu memuaskan anggota dibanding kepuasan yang diberikan perusahaan pesaing. Oleh karena itu, guna mendapatkan daya saing yang tinggi di pasar internal, perusahaan koperasi dapat melihat lima sumber penting dalam mengembangkan daya saing, yaitu fokus pada anggota sebagai pelanggan, kesetiaan pada mutu, perhatian terhadap kenyamanan, konsentrasi terhadap inovasi, dan dedikasi pada pelayanan (Zimerrer, 2002).¹⁵

2. Menyusun rencana pemasaran eksternal

Suatu perencanaan pemasaran koperasi yang baik di pasar eksternal harus memenuhi empat tujuan, yaitu :

1. Menentukan kebutuhan dan keinginan pelanggan melalui riset pasar.

Perubahan demografis yang sangat cepat dewasa ini merupakan potensi kekuatan yang mengubah lingkungan bisnis koperasi.

¹⁵Hendar, *Manajemen Perusahaan Koperasi*, Jakarta : Erlangga, 2010, hlm.79-80

Pergeseran pola dalam umur, pendapatan, pendidikan, dan karakteristik demografis lainnya akan memiliki pengaruh kuat terhadap bisnis perusahaan koperasi. Perusahaan koperasi yang mengabaikan kecenderungan demografis dan gagal menyesuaikan strateginya, akan menanggung risiko ketinggalan sama sekali dalam persaingan.

2. Menentukan pasar sasaran yang tepat.

Salah satu tujuan utama riset pasar adalah mengidentifikasi pasar sasaran (*target market*) yaitu kelompok pelanggan tertentu di mana perusahaan mengarahkan barang dan jasanya. Kebanyakan ahli pemasaran berpendapat bahwa kesalahan pemasaran eksternal yang terbesar yang dilakukan bisnis koperasi adalah gagal menentukan dengan jelas pasar sasaran yang akan dilayaninya. Menurut Hendar, kebanyakan perusahaan koperasi mengikuti “pendekatan asal tembak” dalam pemasaran, menembakkan jurus-jurus pemasaran ke setiap pelanggan yang mereka lihat, dengan harapan dapat menangkap beberapa dari mereka.¹⁶

3. Menyusun strategi pasar untuk mengembangkan daya saing.

Daya saing (*competitive edge*) sangatlah penting dalam keberhasilan bisnis koperasi di pasar eksternal. Perusahaan koperasi memiliki daya saing bila pelanggannya memperoleh kesan bahwa produk atau jasanya lebih baik daripada produk dan jasa pesaing. Untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, manajemen koperasi perlu melihat enam sumber penting dalam mengembangkan daya saing, yakni fokus pada pelanggan, kesetiaan pada mutu, perhatian terhadap kenyamanan, konsentrasi terhadap inovasi, dedikasi pada pelayanan, dan tekanan pada kecepatan.

¹⁶ Hendar, *Manajemen Perusahaan Koperasi*, Jakarta : Erlangga, 2010, hlm.116

4. Menyusun strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang tepat.

Unsur-unsur utama dalam strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah empat “P” dalam pemasaran, yakni *product* (produk), *place* (distribusi), *price* (harga), dan *promotion* (promosi). Keempat faktor ini saling memperkuat dan bila terkoordinasi akan meningkatkan daya tarik penjualan dari produk atau jasa. Manajer perusahaan koperasi harus memadukan faktor-faktor tersebut untuk memaksimalkan pengaruh produk atau jasanya terhadap pelanggan. Keempat faktor tersebut harus mendukung citra produk atau jasa perusahaan koperasi terhadap calon pelanggan.¹⁷

¹⁷Hendar, *Manajemen Perusahaan Koperasi*, Jakarta : Erlangga, 2010, hlm.116-117

BAB III

GAMBARAN UMUM KSPPS BMT BINA UMMAT SEJAHTERA

A. PENDAHULUAN

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari'ah BMT "BINA UMMAT SEJAHTERA" yang berkedudukan di Jl. Untung Suropati No. 16 Kecamatan Lasem Kabupaten Rembang Propinsi Jawa Tengah, didirikan pada tanggal 10 November 1996, berdasarkan Anggaran Dasar yang disahkan oleh Menteri Koperasi, Pengusaha Kecil dan Menengah dengan Surat Keputusan Nomor: 13801/BH/KWK.11/III/1998 tanggal 31 Maret 1998 dengan:

- Nama koperasi adalah Koperasi Serba Usaha Bina Ummat Sejahtera (KSU BUS)
- Mempunyai wilayah kerja yang meliputi seluruh wilayah di Kabupaten Rembang

Dalam perjalanannya, Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari'ah BMT Bina Ummat Sejahtera telah mengalami beberapa Perubahan Anggaran Dasar, yaitu:

- a. Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor: 03/BH/PAD/KDK.11/VII/2002 tanggal 1 Juli 2002 mengesahkan Akta Perubahan Anggaran Dasar tentang:
 - Perubahan dari Koperasi Serba Usaha menjadi Koperasi Simpan Pinjam Syariah Bina Ummat Sejahtera (KSPS BUS)
 - Perubahan wilayah kerja menjadi meliputi seluruh wilayah Propinsi Jawa Tengah
- b. Berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Jawa Tengah Nomor 04/PAD/KDK.11/IV/2006 tanggal 4 April 2006 yang mengesahkan Akta Perubahan Anggaran Dasar Nomor 120 tanggal 30 Januari 2006 oleh Notaris Liembang Priyadi Daljono, SH. Yang berkedudukan di Blora tentang:
 - Perubahan dari Koperasi Simpan Pinjam Syariah menjadi Koperasi Jasa Keuangan Syariah Bina Ummat Sejahtera (KJKS BUS)
- c. Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 188/PAD./M.KUKM.2/III/2014 tanggal 26 Maret 2014 yang mengesahkan Akta Perubahan Anggaran Dasar

Nomor 55 tanggal 26 Februari 2014 oleh Notaris H. Muchamad Al Hilal, SH., M.Kn. yang berkedudukan di Rembang tentang:

- Perubahan dari Koperasi Jasa Keuangan Syariah menjadi Koperasi Simpan Pinjam Syariah Baitul Maal wat Tamwil Bina Ummat Sejahtera (KSPS BMT BUS)
- Perubahan wilayah kerja menjadi meliputi seluruh wilayah Nasional Indonesia yang merupakan gabungan dari KJKS BMT Bina Ummat Sejahtera Jawa Tengah, KJKS BMT Bina Ummat Sejahtera Yogyakarta dan KJKS BMT Bina Ummat Sejahtera Jakarta.

d. Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 216/PAD/M.KUKM.2/XII/2015 tanggal 15 Desember 2015 yang mengesahkan Akta Perubahan Anggaran Dasar Nomor 53 tanggal 21 Oktober 2015 oleh Notaris H. Muchamad Al Hilal, SH., M.Kn. yang berkedudukan di Rembang tentang:

- Perubahan dari Koperasi Simpan Pinjam Syariah menjadi Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Baitul Maal wat Tamwil Bina Ummat Sejahtera (KSPPS BMT BUS)

Sesuai dengan pasal 4 Anggaran Dasar, bahwa Koperasi bertujuan meningkatkan kesejahteraan Anggota pada khususnya dan ummat pada umumnya, sekaligus sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari tatanan perekonomian nasional yang demokratis dan berkeadilan. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka KSPPS BMT 'BINA UMMAT SEJAHTERA' Kecamatan Lasem Kabupaten Rembang menyelenggarakan kegiatan usaha keuangan, Persewaan dan Jasa Perusahaan serta mengadakan kerjasama antar koperasi juga badan usaha lainnya. Untuk kepuasan Anggota KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera telah meningkatkan mutu pelayanan dengan standar Internasional, ini dibuktikan dengan telah menerima sertifikat ISO 9001:2000 pada tanggal 16 Februari 2007 dengan nomor ID07/0857, setelah itu ada uji ulang tiap tahun dan masa berlaku sertifikat ISO adalah 3 tahun sehingga KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera telah istiqomah mempertahankan mutu pelayanan kepada Anggota berstandar internasional tersebut dengan mendapatkan sertifikat sebagai berikut:

1. ISO 9001:2000 masa berlaku 16 Februari 2007 s.d. 15 Februari 2010
2. ISO 9001:2008 masa berlaku 16 Februari 2010 s.d. 15 Februari 2013

3. ISO 9001:2008 masa berlaku 16 Februari 2013 s.d. 15 Februari 2016

Sebagai pedoman kerja maka KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera mempunyai Motto, Visi dan Misi sebagai berikut:

MOTTO:

‘WAHANA KEBANGKITAN EKONOMI UMMAT’

Dari Ummat Untuk Ummat Sejahtera Untuk Semua

VISI :

Menjadi Lembaga Keuangan Syari’ah Terdepan Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Yang Mandiri.

MISI :

1. Membangun lembaga keuangan syari’ah yang mampu memberdayakan jaringan ekonomi mikro syari’ah, sehingga menjadikan ummat yang mandiri.
2. Menjadikan lembaga keuangan syari’ah yang tumbuh dan berkembang melalui kemitraan yang sinergi dengan lembaga syari’ah lain, sehingga mampu membangun tatanan ekonomi yang penuh kesetaraan dan keadilan.
3. Mengutamakan mobilisasi pendanaan atas dasar ta’awun dari golongan aghniya, untuk disalurkan ke pembiayaan ekonomi mikro, kecil dan menengah serta mendorong terwujudnya manajemen zakat, infaq dan shodaqoh dan wakaf guna mempercepat proses menyejahterakan ummat, sehingga terbebas dari dominasi ekonomi ribawi.
4. Mengupayakan peningkatan permodalan sendiri, melalui penyertaan modal dari para pendiri, anggota, pengelola dan segenap potensi ummat, sehingga menjadi lembaga jasa keuangan syari’ah yang sehat dan tangguh
5. Mewujudkan lembaga yang mampu memberdayakan, membebaskan dan membangun keadilan ekonomi ummat, sehingga menghantarkan ummat Islam sebagai *Khoera Ummat*.

B. SASARAN

Dengan memanfaatkan jaringan dan pengalaman yang dimiliki, KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera memfokuskan sasarannya pada:

1. Memberdayakan Pengusaha kecil menjadi potensi masyarakat yang handal.

2. Sebagai lembaga intermediary, dengan menghimpun dan menyalurkan dana Anggota dan Calon Anggota permanen dan kontinyu untuk mengembangkan ekonomi produktif bagi kemashlahatan masyarakat.
3. Proaktif dalam berbagai program pengembangan sarana sosial kemasyarakatan.
4. Mengangkat harkat dan martabat fakir miskin ke tingkat yang lebih baik.
5. Mewujudkan kehidupan yang seimbang dalam keselamatan, kedamaian, kesejahteraan, dan pemerataan keadilan ekonomi antara kaum fakir miskin dengan *aghniya* (kaum berpunya).

C. BUDAYA KERJA :

KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera sebagai lembaga jasa keuangan syari'ah menetapkan budaya kerja dengan prinsip-prinsip syari'ah yang mengacu pada sikap akhlaqul karimah dan kerahmatan.

Sikap tersebut terinspirasi dengan empat sifat Rasulullah yang disingkat SAFT, yaitu;

1. ***Shidiq***
Menjaga integritas pribadi yang bercirikan ketulusan niat, kebersihan hati, kejernihan berfikir, berkatabenar, bersikap terpuji dan mampu jadi teladan.
2. ***Amanah***
Menjadi terpercaya, peka, obyektif dan disiplin serta penuh tanggung jawab.
3. ***Fathonah***
Profesionalisme dengan penuh inovasi, cerdas, trampil dengan semangat belajar dan berlatih yang berkesinambungan.
4. ***Tabligh***
Kemampuan berkomunikasi atas dasar transparansi, pendampingan dan pemberdayaan yang penuh keadilan.

D. PRINSIP KERJA

PEMBERDAYAAN

KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera adalah Lembaga Keuangan Syari'ah yang selalu menstansfer ilmu kewirausahaan lewat pendampingan manajemen, pengembangan sumberdaya insani dan teknologi tepat guna, kejasama bidang

finansial dan pemasaran, sehingga mampu memberdayakan wirausaha-wirausaha baru yang siap menghadapi persaingan dan perubahan pasar.

KEADILAN

Sebagai *intermediary institution*, KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera, menerapkan azas kesepakatan, keadilan, kesetaraan dan kemitraan, baik antara lembaga dan anggota maupun antar sesama anggota dalam menerapkan bagi hasil usaha.

PEMBEBASAN

Sebagai Lembaga Keuangan Syari'ah, KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera yang berazaskan *akhlaqul karimah* dan kerahmatan, melalui produk-produknya, insya Allah akan mampu membebaskan ummat dari penjajahan ekonomi, sehingga menjadi pelaku ekonomi yang mandiri dan siap menjadi tuan di negeri sendiri.

E. PERKEMBANGAN KELEMBAGAAN

1. IDENTITAS UMUM :

- a. Nama Lembaga : Koperasi Simpan Pinjam dan
Pembiayaan Syariah Baitul Maal
Wat Tamwil (KSPPS BMT) Bina
Sejahtera.
- b. Diresmikan Tangg : 10 November 1996
Oleh Ikatan Cendekiawan Muslim
Indonesia (Orsat Kabupaten
Rembang)
- c. Badan Hukum : Koperasi Serba Usaha "Unit
Simpan Pinjam"
Nomor Badan Hukum : 13801/BH/KWK.11/III/1998,
tanggal 31 Maret 1998
Perubahan Anggaran Dasar : Koperasi Simpan Pinjam Syari'ah
Keputusan Gubernur Nomor : 03/BH/PAD/KDK.11/VII/2002,
tanggal 01 Juli 2002
Perubahan Anggaran Dasar : Koperasi Jasa Keuangan Syariah

Keputusan Gubernur Nomor : 04/PAD/KDK.11/IV/2006, tanggal
04April 2006

Keputusan Gubernur Nomor : 09/PAD/KDK.11/VIII/2007,
tanggal 22Agustus 2007

Perubahan Anggaran Dasar : Koperasi Simpan Pinjam Syari'ah

KeputusanMen.Kop. Dan UKM : 188/PAD/M.KUKM.2/III/2014,
tanggal 26 Maret 2014

Perubahan Anggaan Dasar : Koperasi Simpan Pinjam dan
Pembiayaan Syai'ah

Keputusan Men.Kop. Dan UKM :216/PAD/M.KUKM.2/XII/2015,
tanggal 15 Desember 2015

- d. NPWP : 01.697.414.9-507.000
Nomor SIUSP : 241/SISP/Dep.1/V/2014
Nomor TDP : 112726400089
- e. Alamat Kantor Pusat : Jl. Untung Suropati No. 16 Lasem
Telp. 0295– 532376, Fax. 0295-
531263
- f. E-mail : bmt_bus@yahoo.com

2. PENGAWAS

1. koordinator : Hj. Maryam Cholil
2. Anggota : H. Jumanto Purwo Sukarto., S.Pd., MM.
3. Anggota : H. Minanul Ghoffar, ST., MM.

3. PENGAWAS SYARIAH

1. Ketua : H. Mahmudi, S.Ag.,M.SI.
2. Anggota : H. Taufiqurrohman, BA
3. Anggota : H. Anwar Said

4. PENGURUS

1. Ketua : H. Abdullah Yazid
2. Sekretaris : Drs. H. Ahmad Zuhri, MM.
3. Bendahara : Imam Payoga

5. Kantor Pelayanan BMT BUS

1. Kantor Pusat : Jl. Untung Suropati No. 16 Lasem
Telp.0295– 532376
2. **Cabang Utama Rembang** : Jl.Untung Suropati No.16 Lasem Telp.
0295– 532376
3. Cabang Pasar Lasem : Jl. Kios Terminal No. 4 Lasem, Telp.
0295-532036
4. Cabang Taman Lasem : Pertokoan Alun-alun Blok III / 12
Lasem Telp. 0295 – 532429

5. Cabang Comal : Jl. Komplek Pasar Comal Blok A No.
10 Purwoharjo Comal Kab. Pemalang
0285 577 931

Struktur organisasi KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera



F. PRODUK-PRODUK KSPPS BMT BINA UMMAT SEJAHTERA

1. PRODUK PEMBIAYAAN

a. Pembiayaan Modal Kerja

Pembiayaan Modal Kerja merupakan produk layanan pembiayaan dari KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera yang diperuntukkan bagi calon anggota / anggota yang memerlukan tambahan modal kerja untuk mengembangkan usahanya. Pembiayaan modal kerja ini menggunakan akad pembiayaan Mudhorobah yaitu dengan menggunakan sistem bagi hasil dengan pembagian nisbah yang telah disepakati bersama antara *Mudharib* (pengelola usaha) dan *Shohibul Maal* (pemilik dana).

- Pembiayaan *Mudhorobah* (Modal Kerja)

Akad pembiayaan antara dua belah pihak, dimana BMT sebagai *Shohibul Maal* (penyedia modal) dan anggota sebagai *Mudhorib* (Pengelola Usaha), atas kerjasama ini berlaku sistem bagi hasil dengan ketentuan nisbah sesuai kesepakatan kedua belah pihak.

Bidang yang dilayani dalam pembiayaan modal kerja yaitu:

- 1) Pertanian
- 2) Perdagangan
- 3) Jasa
- 4) Perikanan
- 5) Industri
- 6) Dan lain-lain

Selain keenam bidang di atas, juga melayani pembiayaan modal kerja untuk usaha produktif yang halal.

Contoh perhitungan bagi hasil :

Kedua belah pihak telah sepakat dalam pembagian prosentase **Nisbah** bagi hasil di awal.

Contoh: Pak Ahmad mengajukan pembiayaan **Rp. 10.000.000,-** dengan perhitungan mendapatkan keuntungan **Rp. 500.000,-** setiap bulannya, prosentase **nisbah** keuntungan yang disepakati kedua belah

pihak yaitu 30% untuk BMT dan 70% untuk *Mudhorib*, maka bagi hasil untuk BMT sebesar **Rp. 150.000** dan bagi hasil untuk anggota sebesar **Rp. 350.000**

b. Pembiayaan Pengadaan / Jual Beli Barang

Pembiayaan pengadaan / jual beli barang merupakan produk layanan di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera yang diperuntukkan bagi calon anggota / anggota yang membutuhkan barang yang dapat dipergunakan untuk aktifitas sehari-hari. Pembiayaan pengadaan / jual beli barang ini menggunakan akad pembiayaan *Murobahah*.

- Pembiayaan *Murobahah* (pengadaan / jual beli barang)

Pembiayaan *Murobahah* merupakan transaksi penjualan barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli dengan pembayaran dilakukan secara angsur ataupun jatuh tempo.

Contoh Jenis pembiayaan barang dalam hal pembangunan/ renovasi
Misalnya: Pak Joni ingin merenovasi rumahnya namun Pak Joni belum memiliki dana dan Pak Joni adalah anggota KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera, sehingga Pak Joni melakukan pembiayaan dengan akad *murobahah* dengan harga pokok margin yang telah disepakati bersama antara kedua belah pihak.

Tabel 1 Contoh Perhitungan Harga Barang

Harga Pokok	Harga Jual	Angsuran Perbulan	Jml Angsuran
Rp. 1.000.000,-	Rp. 1.250.000,-	Rp. 250.000,-	5 x
Rp. 5.000.000,-	Rp. 6.000.000,-	Rp. 600.000,-	10 x
Rp. 10.000.000,-	Rp. 12.000.000,-	Rp. 1.200.000,-	10 x

Sumber : Brosur KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera

Harga pokok Rp. 1.000.000,- dengan harga jual Rp. 1.250.000,- dan diangsur selama 5 kali maka besar angsuran perbulannya yaitu (Rp.

1.250.000,- ÷ 5 = **Rp. 250.000,-**), untuk harga pokok Rp. 5.000.000,- dengan harga jual Rp. 6.000.000,- dan diangsur selama 10 kali maka besar angsuran perbulannya yaitu (Rp. 6.000.000,- ÷ 10 = **Rp. 600.000,-**), dan untuk harga pokok Rp. 10.000.000,- dengan harga jual Rp. 12.000.000,- dan diangsur selama 10 kali maka besar angsuran perbulannya yaitu (Rp. 12.000.000,- ÷ 10 = **Rp. 1.200.000,-**),

c. Pembiayaan Kebajikan

Pembiayaan kebajikan merupakan layanan pembiayaan dari KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera yang diperuntukkan bagi calon anggota/anggota yang bertujuan untuk kebajikan dengan pertimbangan sosial dengan menggunakan akad *Qordul Hasan*. Pembiayaan ini sumber dananya berasal dari Baitul Maal KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera.

Tabel 2 Contoh Perhitungan Pembiayaan Kebajikan

Pembiayaan	Margin	Angsuran	Jml angsuran
Rp. 1.000.000,-	0	Rp. 100.000,-	10x
Rp. 2.000.000,-	0	Rp. 200.000,-	10x

Sumber : Brosur KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera

Karena pembiayaan ini menggunakan akad *Qordul Hasan* maka tidak ada margin keuntungan yang disepakati bersama. Untuk pembiayaan Rp. 1.000.000,- dan diangsur selama 10 kali maka besar angsurannya yaitu (Rp. 1.000.000,- ÷ 10 = **Rp. 100.000,-**). Untuk pembiayaan Rp. 2.000.000,- dan diangsur selama 10 kali maka besar angsurannya yaitu (Rp. 2.000.000,- ÷ 10 = **Rp. 200.000,-**)

SYARAT-SYARAT PEMBIAYAAN¹

Adapun syarat-syarat untuk mengajukan pembiayaan di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera yaitu sebagai berikut:

1. Jujur dan amanah

¹ Brosur KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera

2. Mempunyai usaha/sumber pendapatan yang jelas (halal, baik, dan sah secara hukum)
3. Bersedia menjadi anggota KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera
4. Fotocopy KTP Suami, Istri, KK, Surat Nikah (2 Lembar)
5. Fotocopy Surat Jaminan (2 Lembar)
6. Fotocopy KTP Suami dan a/n Jaminan, KK (2 Lembar)
7. Mengisi Formulir Permohonan Pembiyaaan yang disediakan oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera
8. Bersedia disurvei usaha, rumah dan
9. Bersedia mematuhi aturan.

2. PRODUK SIMPANAN

A. SI RELA (Simpanan Suka Rela Lancar)

Si Rela merupakan simpanan yang dikelola berdasarkan prinsip *mudharabah*, dalam akad ini anggota sebagai *shohibul maal* (pemilik dana) dan BMT sebagai *mudhorib* (pelaksana/pengelola usaha), atas kerjasama ini berlaku sistem bagi hasil dengan nisbah yang telah disepakati di muka.

1) Fasilitas:

Setoran dan penarikan

- a. Penyimpanan dapat melakukan penyetoran dan penarikan setiap saat.
- b. Melalui sistem jemput bola kapanpun dibutuhkan, kami siap melayani.
- c. Setoran ringan, dana dikelola secara professional berapapun jumlahnya.
- d. Bebas Biaya Administrasi

Simpanan Si Rela tidak dibebani biaya administrasi bulanan.

- e. Bagi Hasil

Dengan menggunakan prinsip *mudharabah* hasil usaha akan dibagi hasilkan dengan nisbah 30% :70%.

- 2) Manfaat²
 - a. Sebagai persiapan keuangan diluar rencana
 - b. Membantu mewujudkan keinginan dan mengatasi masalah yang tidak terencana
 - c. Menunjang kelancaran modal di saat membutuhkan.
- 3) Persyaratan:
 - a) Menyerahkan foto kopi KTP /SIM yang masih berlaku sebanyak 1 lembar
 - b) Mengisi formulir permohonan menjadi anggota
 - c) Mengisi aplikasi pembukaan Si Rela
 - d) Membayar Simpanan Pokok (Simpok) dan Simpanan Wajib (Simwa)
 - e) Menyetorkan simpanan dengan saldo setoran awal minimal Rp. 10.000,-

B. SI SUKA (Simpanan Sukarela Berjangka)

Si Suka merupakan simpanan berjangka yang berdasarkan prinsip *mudharabah*, dengan prinsip ini simpanan dari *shohibul maal* (pemilik dana) akan diperlakukan sebagai investasi oleh *mudharib* (pelaksana/pengelola usaha). BMT akan memanfaatkan dana tersebut secara produktif dalam bentuk pembiayaan yang diberikan kepada masyarakat dengan profesional dan sesuai dengan syariah. Hasil usaha tersebut dibagi antara pemilik dana dan BMT sesuai nisbah(porsi) yang telah disepakati di awal.

² Lihat di Buku Diktat Basic Training Level 1 KJKS BMT Bina Ummat Sejahtera, hlm. 108

1) Fasilitas:³

Setoran dan penarikan

- a) Melalui sistem jemput bola kapanpun dibutuhkan, kami siap melayani.
- b) Pada saat jatuh tempo, perpanjangan dapat dilakukan secara otomatis dengan nisbah bagi hasil disesuaikan atas dasar kesepakatan.
- c) Bagi hasil yang diberikan tiap bulan dapat dipindahkan sebagai setoran masuk secara otomatis pada rekening Si Rela sesuai tanggal jatuh tempo Si Suka.
- d) Penarikan bagi hasil tiap bulan juga dapat dilayani sesuai tanggal jatuh tempo Si Suka.
- e) Bebas Biaya Administasi
Simpanan Si Suka tidak dibebani biaya administasi bulanan.
- f) Bagi Hasil

Dikelola secara produktif dengan prinsip mudharabah dengan nisbah yang menguntungkan. Besarnya bagi hasil yangdiberikan disesuaikan dengan ketentuan jangka waktu sebagaimana tertera dalam kolom dibawah ini.

Tabel 3 Bagi Hasil Si SUKA

Jangka Waktu	Nisbah
Si Suka 1 Bulan	35% : 65%
Si Suka 3 Bulan	40% : 60%
Si Suka 6 Bulan	45% : 55%
Si Suka 12 Bulan	50% : 50%

Sumber : Brosur KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera

g) Multifungsi

Simpanan Si Suka dapat dijadikan sebagai agunan pembiayaan di BMT Bina Ummat Sejahtera.

³ Lihat di *Buku Diktat Basic Training Level 1 KJKS BMT Bina Ummat Sejahtera*, hlm.109

2) Manfaat:⁴

- a) Membangun kerjasama yang jauh dari sistem ribawi.
- b) Sebagai program investasi dalam jangka panjang.
- c) Dana yang disimpan akan mengangkat perekonomian masyarakat lapisan bawah.

3) Persyaratan:

- a) Menyerahkan foto kopi KTP /SIM yang masih berlaku sebanyak 1 lembar.
- b) Mengisi formulir permohonan menjadi anggota.
- c) Mengisi aplikasi pembukaan rekening Si Suka.
- d) Membayar Simpanan Pokok (Simpok) dan Simpanan Wajib (Simwa).
- e) Setoran simpanan Si Suka minimal Rp. 500.000,-
- f) Biaya materai Rp. 6.000,- untuk nominal yang di atas Rp. 1.000.000,-

C. SI SIDIK (Simpanan Siswa Pendidikan)

Si Sidik merupakan simpanan untuk perencanaan biaya pendidikan siswa sekolah mulai umur 0 tahun sampai dengan perguruan tinggi. Simpanan ini berdasarkan prinsip *mudharabah*, yaitu anggotasebagai *shohibul maal* atau pemilik dana dan BMT sebagai *mudharib* atau pengelola dana.

Jenis produk simpanan Si Sidik dibagi 2 yaitu:

- a. Si Sidik
- b. Si Sidik PLUS

Keterangan:

a. Si Sidik

Si sidik merupakan simpanan yang bertujuan untuk merencanakan biaya pendidikan siswa sekolah mulai dari umur 0 tahun sampai lulus SMA. Setoran simpanan Si Sidik ini bisa dilakukan setiap

⁴ Lihat di Buku Diktat Basic Training Level 1 KJKS BMT Bina Ummat Sejahtera, hlm.110

bulan, dan penarikan simpanan dilakukan setiap tamat jenjang pendidikan sampai lulus SMA. Besarnya setoran simpanan berdasarkan kelas SI Sidik, yaitu:

- Si Sidik kelas A : Rp. 200.000,-
- Si Sidik kelas B : Rp. 150.000,-
- Si Sidik kelas C : Rp. 100.000,-

b. Si Sidik Plus

Dalam Si Sisdik Plus setoran simpanan dilakukan di awal pendaftaran dan hanya sekali sebesar Rp. 5.000.000,-, penarikan simpanan dapat dilakukan setiap tamat jenjang pendidikan, selain itu anggota simpanan juga akan mendapatkan subsidi bea masuk sekolah dengan ketentuan-ketentuan yang berlaku, apabila anggota melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi, biaya subsidi kuliah diberikan persemester hingga 10 semester. Namun bagi anggota yang meneruskan ke perguruan tinggi atau hanya mengambil program D1 sampai D3 maka sisa simpanan akan dikembalikan kepada anggota lagi.

Kompensasi yang diberikan yaitu:

- a. Setiap peserta Si Sidik berhak mendapatkan hadiah peralatan sekolah pada setiap kenaikan kelas yang jenisnya ditentukan oleh pihak BMT. Setiap penyimpan atau Peserta Si Sidik dapat menarik simpanan Si Sidik setiap tamat jenjang pendidikan yang telah ditentukan oleh pihak BMT.
- b. Apabila pada penarikan tamat jenjang pendidikan tertentu tidak di ambil, maka akan dimasukkan ke tabungan Si Rela

- c. Setiap kenaikan kelas pihak BMT akan memberikan Bea Siswa kepada ara peseta Si Sidik yang berprestasi di kelas yang nominalnya telah ditetapkan oleh pihak BMT.
- d. Yang dimaksud dalam ketentuan nomor 3 adalah siswa yang mendapatkan rangking 1 s/d 3 di kelas masing-masing, dibuktikan dengan menunjukkan fotocopy raport semester terakhir yang dilegalisir oleh kepala sekolah masing-masing.

D. SI HAJI (Simpanan Haji)

Si Haji merupakan simpanan bagi anggota yang berencana untuk menunaikan ibadah haji. Simpanan ini dikelola dengan menggunakan prinsip *wadiah yadh dhamanah* dimana atas ijin penitip dana, BMT dapat memanfaatkan dana tersebut sebelum dipergunakan oleh penitip. Setelah simpanan anggota mencukupi atas kuasa anggota penyimpan, BMT akan menyetorkan kepada BPS (Bank Penerima Setoran) BPIH (Biaya Perjalanan Ibadah Haji) yang sudah online dengan SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) untuk selanjutnya di daftarkan melalui SISKOHAT.

Fasilitas yang diberikan yaitu:

- a. Setoran ringan, setoran awal Rp. 500.000,- setoran selanjutnya disesuaikan dengan rencana tahun keberangkatan.
- b. Simpanan Haji tidak dibebani biaya administrasi bulanan.
- c. BMT menyediakan dana talangan maksimal 20% dari nominal setoran masuk bank.⁵

E. Si Mapan (Simpanan Masa Depan)

Si Mapan (Simpanan Masa Depan) adalah produk baru yang dikeluarkan oleh BMT Bina Ummat Sejahtera yaitu bentuk simpanan yang diperuntukkan bagi perorangan maupun lembaga, yang merupakan investasi dana jangka penjang untuk perencanaan

⁵ Ibid

keperluan masa pensiun, perencanaan biaya hidup hari tua atau pesangon karyawan bagi perusahaan, dengan pilihan jangka waktu minimal 5 tahun sampai 30 tahun.

3. Pendampingan

Bagian Pendampingan mempunyai keterkaitan yang kuat dalam pengamanan dan keberhasilan produk-produk pembiayaan yang diberikan KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera, sehingga kedua bagian ini saling mendukung dan mengevaluasi perencanaan dan pencapaian kinerjanya.

Supaya mata rantai tersebut dapat berjalan dengan baik, maka tugas yang harus dilakukan oleh bagian pendamping ini yaitu:

a. Pendampingan Manajemen Usaha

Kebanyakan anggota yang berada di sektor informal masih kurang memiliki kemampuan manajemen usaha yang baik. Oleh karena itu, anggota perlu diberikan asistensi tentang manajemen usaha yang baik, diantaranya:

- Pembukuan sederhana
- Manajemen keuangan sederhana
- Manajemen pemasaran

b. Pendampingan Permodalan

Salah satu faktor yang menjadi kendala dalam menumbuhkan usaha anggota adalah masalah permodalan. Lembaga membuka lebar bagi anggota untuk mendapatkan permodalan lewat pembiayaan dengan sistem bagi hasil yang sudah sesuai dengan ketentuan dan persyaratan yang ada.

c. Pendampingan Pemasaran

Dalam hal pemasaran produk, lembaga mengupayakan untuk membantu mempromosikan produk-produk anggota kepada pihak-pihak tertentu terutama melalui media pameran, baik yang

diselenggarakan oleh pihak pemerintah maupun pihak swasta. Kualitas produk dari usaha anggota sering dikomunikasikan supaya di pasaran tidak ketinggalan dengan produk-produk dari produsen lain.

d. Pendampingan Jaringan Usaha

Melalui jaringan usaha (*Networking*) khususnya jaringan usaha antar anggota diharapkan mereka mampu untuk mengelola usahanya dengan baik, supaya diharapkan produk yang dihasilkan tidak kalah dalam persaingan usaha yang semakin ketat ini. Komunikasi yang dilakukan diantaranya melalui kegiatan formal yang berupa temu bisnis anggota maupun melalui kegiatan non formal seperti pengajian ataupun kegiatan lain yang bermanfaat untuk kemajuan usaha anggota.

4. *Baitul Maal*

Pada bagian *baitul maal* ini sangat potensial untuk menjadi kekuatan di lembaga ini, dikarenakan dengan di intensifikannya *baitul maal* maka akan menjadi kekuatan yang luar biasa untuk pemberdayaan ummat, termasuk pembinaan usaha lewat pembiayaan *Qardul Hasan*.

Sumber dana yang diperoleh *Baitul Maal* yaitu berasal dari:

- a. Zakat, Infaq dan Shodaqoh baik dari anggota zakat tijaroh dari modal kerja maupun dari masyarakat.
- b. Pemberdayaan zakat dari pengelolaan pada setiap bulannya (2,5 % dari gaji)
- c. Bekerjasama dengan pihak Laznas BMT Pusat, berkaitan dengan program penghimpunan maupun penyaluran zakat.
- d. Bekerjasama dengan Dompot Dhuafa Republika melalui program Teba Hewan Qurban.

Penyaluran ZIS (Zakat, Infaq dan Shodaqoh) antara lain :

- a. Santunan kepada fakir miskin dan yatim piatu
- b. Pembudayaan pelaku ekonomi mikro khususnya anggota KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera.
- c. Bantuan fasilitas ibadah untuk masjid dan mushola
- d. Pemberian beasiswa bagi penduduk yang tidak mampu

Memberikan sumbangan sosial kepada anggota maupun masyarakat yang sedang tertimpa musibah.⁶

⁶ COMPANY PROFILE KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Rembang

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Produk

Produk Si Mapan adalah produk baru yang ditawarkan oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera. Berawal dari neraca keuangan di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera di akhir tahun 2015 tepatnya pada bulan Juli produk simpanan sangat menipis. Sehingga pada tahun tersebut terjadi minus pengeluaran sebesar 1,3 Miliar rupiah, pemasukan dari masyarakat sebesar 77,6 Miliar rupiah sedangkan pengeluaran sebesar 79,0 Miliar rupiah. Ini menunjukkan bahwa produk simpanan yang ada belum berorientasi jangka panjang. Di sisi lain, biaya hidup dari tahun ke tahun selalu naik dan mengakibatkan pemasukan masyarakat selalu menurun. Oleh karena itu diperlukan adanya produk simpanan yang diperuntukkan untuk persiapan dana jangka panjang.

Sejalan dengan hal tersebut, kondisi seperti ini sangat potensial sebagai peluang bagi KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera untuk menciptakan produk baru yaitu Si Mapan (Simpanan Masa Depan) adalah bentuk simpanan yang diperuntukkan bagi perorangan maupun lembaga, yang merupakan investasi dana jangka panjang untuk perencanaan keperluan masa pensiun, perencanaan biaya hidup hari tua atau pesangon karyawan bagi perusahaan, dengan pilihan waktu minimal 5 tahun sampai 30 tahun. Produk Si Mapan sendiri baru diluncurkan tepatnya pada bulan Januari tahun 2016.

Tujuan produk Si Mapan adalah

1. Pencapaian target pertumbuhan simpanan
2. Mempererat tali silaturahmi antara anggota dengan BMT Bina Ummat Sejahtera
3. Sebagai upaya peningkatan *Trust*/kepercayaan anggota dengan BMT Bina Ummat Sejahtera

4. Mewujudkan anggota BMT Bina Ummat Sejahtera yang mandiri secara finansi
5. Media syiar dan promosi simpanan seluruh elemen BMT Bina Ummat Sejahtera

Landasan normatif dan hukum produk Si Mapan

1. Firman Allah QS. Al-Nisa ‘ {4}:29

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَاتَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِ اِبْطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُونَ
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

Artinya:

“hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu....

2. Hadis Nabi riwayat Ibnu Majah

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ: ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبِرْكَةُ :
الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ , وَخَلْطُ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ لِلْبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ (رواه
ابن ماجه عنصهيب)

Nabi bersabda, ‘ada tiga hal yang mengandung berkah : jual beli tidak secara tunai, muqaradhah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan jewawut untuk keperluan rumah tangga, bukan untuk dijual.’ (HR. Ibnu Majah dari Shuhaib).

3. Sebagaimana fatwa Dewan Syari’ah Nasional No : 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang Tabungan dan fatwa Dewan Syari’ah Nasional No : 03/DSN-MUI/IV/2000 tentang Deposito bahwa tabungan (simpanan) yang tidak dibenarkan secara syari’ah, yaitu

tabungan/simpanan yang berdasarkan perhitungan bunga sedangkan tabungan/simpanan yang dibenarkan yaitu tabungan/simpanan yang berdasarkan prinsip *Mudharabah* dan *Wadi'ah*.

a. Ketentuan Umum Simpanan berdasarkan *Mudharabah* :

- 1) Dalam transaksi ini penyimpan bertindak sebagai shahibul mal atau pemilik dana, dan BMT bertindak sebagai mudharib atau pengelola dana.
- 2) Dalam kapasitasnya sebagai mudharib, BMT dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syari'ah dan mengembangkannya, termasuk di dalamnya *mudharabah* dengan pihak lain.
- 3) Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
- 4) Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening.
- 5) BMT sebagai mudharib menutup biaya operasional simpanan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
- 6) BMT tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan anggota tanpa persetujuan yang bersangkutan.

b. Ketentuan Umum Tabungan berdasarkan *Wadi'ah* :

- 1) Bersifat simpanan.
- 2) Simpanan bisa diambil kapan saja atau berdasarkan kesepakatan.
- 3) Tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian (*'athaya*) yang bersifat sukarela dari pihak BMT.

Simpanan Masa Depan (Si Mapan) adalah bentuk simpanan yang diperuntukkan bagi perorangan maupun lembaga, yang merupakan investasi dana jangka panjang untuk perencanaan keperluan masa pensiun, perencanaan biaya hidup hari tua atau pesangon karyawan bagi perusahaan, dengan pilihan jangka waktu minimal 5 tahun sampai 30 tahun.

Simpanan Masa Depan menggunakan prinsip syariah dengan akad Mudharabah Mutlaqah dimana shahibul maal menyediakan modal dan memberikan kewenangan penuh kepada mudharib dalam menentukan jenis dan tempat investasi, sedangkan keuntungan dan kerugian dibagi menurut kesepakatan dimuka sehingga pihak BMT bisa mengelola dan mengalokasikan dana tanpa adanya batasan dari peserta Si Mapan dan dengan sistem setoran bulanan yang memberikan kemudahan dan manfaat untuk anggota.

Ketentuan umum Si Mapan :

1. Perorangan atau lembaga/perusahaan yang memenuhi syarat kepersertaan.
2. Peserta harus menyerahkan fotokopi KTP/SIM/Identitas lainnya dan fotokopi Kartu Keluarga.
3. Masa kepersertaan (jangka waktu) minimal 5 tahun.
4. Setoran Si Mapan minimal Rp 25.000,- / bulan.
5. Nisbah bagi hasil Si Mapan ditentukan 50% : 50%.
6. Akumulasi setoran dan bagi hasil Si Mapan dicatat dalam buku Si Mapan atas nama peserta.
7. Terhadap pengelolaan dana Si Mapan, KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera tidak memungut biaya kecuali yang sesuai dengan peraturan dan ketentuan pemerintah (pajak).

8. Penarikan setelah masa kepesertaan berakhir dapat dilakukan secara tunai pada saat jatuh tempo Si Mapan maksimal 1 bulan setelah berkas administrasi di terima oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera.
9. Penarikan dana sebelum masa kepesertaan berakhir, dikenakan ketentuan nisbah bagi hasil diperhitungan Si Rela.
10. Peserta yang tidak melakukan setoran dalam 6 bulan berturut-turut dinyatakan tidak aktif/batal/mengundurkan diri. Saldo Si Mapan akan dikembalikan sesuai dengan ketentuan penarikan sebelum masa kepesertaan berakhir.
11. Jika peserta meninggal dunia, maka penarikan Si Mapan dapat dilakukan oleh ahli warisnya dan jumlah saldo Si Mapan diperhitungkan dengan nilai pengembangannya dengan menyerahkan persyaratan :
 - a. Fotokopi KTP dan KK peserta Si Mapan.
 - b. Fotokopi KTP dan KK Ahli Waris.
 - c. Surat Keterangan Kematian dari Desa/ Kelurahan.
 - d. Surat Keterangan Ahli Waris dari Desa/ Kelurahan yang dilegalisir Kantor Kecamatan.
 - e. Surat Kuasa dari semua ahli waris jika ahli waris lebih dari satu.

Tabel 4.1 Ilustrasi Dana Si Mapan :

Jangka waktu Si Mapan	Setoran Bulanan (Rp)					
	25.000	50.000	100.000	200.000	300.000	
1 Tahun	310.000	630.000	1.260.000	2.520.000	3.780.000	
2 Tahun	660.000	1.330.000	2.660.000	5.330.000	7.990.000	
3 Tahun	1.050.000	2.110.000	4.220.000	8.450.000	12.680.000	
4 Tahun	1.490.000	2.980.000	5.970.000	11.940.000	17.910.000	
5 Tahun	1.970.000	3.950.000	7.900.000	15.810.000	23.720.000	
6 Tahun	2.510.000	5.030.000	10.060.000	20.130.000	30.200.000	
7 Tahun	3.110.000	6.230.000	12.470.000	24.940.000	37.410.000	
8 Tahun	3.780.000	7.570.000	15.140.000	30.290.000	45.440.000	
9 Tahun	4.530.000	9.060.000	18.130.000	36.260.000	54.390.000	
10 Tahun	5.360.000	10.720.000	21.440.000	42.890.000	64.340.000	
11 Tahun	6.280.000	12.570.000	25.140.000	50.290.000	75.430.000	
12 Tahun	7.310.000	14.630.000	29.260.000	58.520.000	87.780.000	
13 Tahun	8.460.000	16.920.000	33.840.000	67.680.000	101.530.000	
14 Tahun	9.730.000	19.470.000	38.940.000	77.890.000	116.840.000	
15 Tahun	11.150.000	22.310.000	44.620.000	89.250.000	133.880.000	
16 Tahun	12.730.000	25.470.000	50.950.000	101.910.000	152.860.000	
17 Tahun	14.500.000	29.000.000	58.000.000	116.000.000	174.000.000	
18 Tahun	16.460.000	32.920.000	65.840.000	131.690.000	197.530.000	
19 Tahun	18.640.000	37.290.000	74.580.000	149.160.000	223.740.000	
20 Tahun	21.070.000	42.150.000	84.300.000	168.610.000	252.920.000	
21 Tahun	23.780.000	47.560.000	95.130.000	190.270.000	285.410.000	
22 Tahun	26.790.000	53.590.000	107.190.000	214.390.000	321.590.000	
23 Tahun	30.150.000	60.310.000	120.620.000	241.250.000	361.880.000	
24 Tahun	33.890.000	67.790.000	135.580.000	271.160.000	406.740.000	
25 Tahun	38.050.000	76.110.000	152.230.000	304.460.000	456.700.000	
26 Tahun	42.690.000	85.380.000	170.770.000	341.550.000	512.320.000	
27 Tahun	47.850.000	95.710.000	191.420.000	382.840.000	574.260.000	
28 Tahun	53.600.000	107.200.000	214.410.000	428.820.000	643.230.000	
29 Tahun	60.000.000	120.000.000	240.010.000	480.020.000	720.030.000	

30 Tahun	67.120.000	134.250.000	268.510.000	537.020.000	805.540.000	1
----------	------------	-------------	-------------	-------------	-------------	---

Sumber : Data wawancara KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera

Kepesertaan Si Mapan

1. Peserta Si Mapan

Peserta adalah anggota KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera yang telah berumur minimal 17 atau yang sudah menikah dan telah di daftar sebagai anggota Si Mapan.

2. Ketentuan peserta

a. Peserta Si Mapan adalah anggota yang telah didaftar oleh petugas dengan dibuktikan melalui :

- 1) Buku bukti setoran Si Mapan
- 2) Penandatanganan pada Form persetujuan sebagai anggota
- 3) Telah menyerahkan setoran awal minimal Rp 25.000,-

b. Peserta Si Mapan dapat gugur keanggotaannya sebelum masa Si Mapan selesai/jatuh tempo dengan sebab :

- 1) Peserta Si Mapan meninggal dunia
- 2) Peserta Si Mapan menarik simpanannya karena kebutuhan mendesak
- 3) Peserta Si Mapan tidak melakukan setoran 6 kali berturut-turut
- 4) Karena sesuatu hal, peserta Si Mapan mengajukan surat permohonan pengunduran diri sebagai anggota dengan digantikan orang lain atau ahli waris atas persetujuan lembaga.

c. Pada point ke 2b dan 2c, lembaga akan mengenakan administrasi Rp 100.000,- dan mengembalikan dana Si Mapan sesuai dengan jumlah setorannya ditambah bagi hasil diperhitungkan nisbah bagi hasil Si Rela.

Jangka Waktu

1. Jangka waktu Si Mapan adalah 5 tahun, 10 tahun, 15 tahun, 20 tahun, 25 tahun dan 30 tahun.

2. Pada waktu jatuh tempo Si Mapan, peserta Si Mapan dapat melakukan penarikan saldo simpanannya secara tunai atau sesuai kesepakatan.

Dengan adanya produk Si Mapan tersebut diharapkan mampu memenuhi kebutuhan para anggotanya maupun calon anggota dan dapat membantu merencanakan dari segi keuangan di masa yang akan datang.

B. Strategi Pemasaran yang diterapkan oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera

1. Pasar sasaran

Produk Simpanan Masa Depan (Si Mapan) BMT Bina Ummat Sejahtera adalah jawaban dari peluang pasar yang sangat potensial baik untuk perorangan maupun di lingkungan instansi sekolah, yayasan, perusahaan, organisasi, lembaga skala menengah maupun besar.

Target sasaran marketing Simpanan Masa Depan adalah :

- a. Masyarakat umum pekerja secara keseluruhan di seluruh wilayah KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera
 - b. Keluarga dan saudara pengelola
 - c. Masyarakat umum baik anggota yang sudah terdaftar di BMT Bina Ummat Sejahtera maupun yang belum.
2. Strategi – strategi

Ada empat (4) strategi pemasaran yang digunakan KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera, yang kesemuanya mengacu pada pengembangan variabel Mix marketing yakni 4P (*Product, Price, Place, and Promotion*).

- a. Strategi produk (*product*)

Untuk menarik minat anggota menggunakan jasa produk baru yang ada pada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera, yaitu simpanan Si Mapan yang merupakan simpanan jangka panjang untuk merencanakan masa depan kelak. Produk Si Mapan tersebut tidak bisa di ambil sewaktu-waktu, tetapi minimal 5 tahun dan maksimal 30 tahun. KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera memberikan produk ini dengan tujuan menjawab keluh kesah masyarakat yang ingin menyimpan uangnya untuk masa depan kelak. Produk baru ini menjawab peluang yang ada dalam kehidupan masyarakat.

b. Strategi harga (*price*)

Dalam strategi harga yang dilaksanakan oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera dalam produk barunya Si Mapan tersebut yaitu bahwa KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera tidak mengenakan biaya administrasi per bulannya dan juga Bagi Hasil produk Si Mapan sebesar 0,9% per bulan.

c. Strategi tempat (*place*)

Kantor cabang yang berada di lingkungan pasar besar (tradisional) yaitu yang berlokasi di pasar Comal dengan maksud, mengcover pedagang pasar, sekaligus mendekati pasar karena pasar merupakan pusat sirkulasi keuangan, sehingga kantor cabang tersebut mudah dijangkau oleh masyarakat umum. Apalagi lokasinya yang sangat berdekatan dengan pasar, memungkinkan banyak masyarakat yang berada di area pasar tersebut akan memudahkan para marketer dalam memasarkan produk terbarunya tersebut.

d. Strategi Promosi (*promotion*)

1) Publisitas

Peran KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera sudah banyak dirasakan oleh masyarakat sekitar. Hal ini dapat meningkatkan citra perusahaan dalam mendukung

penjualan produknya. Apalagi KSPPS Bina Ummat Sejahtera adalah koperasi yang bergerak di bidang syariah pertama kali, dan sudah memiliki 115 cabang di berbagai kota di Indonesia.

2) Penjualan perorangan

Dalam menunjang penjualan produknya maka penjualan perorangan KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera dilakukan oleh para marketernya. Untuk menjual produk Simpanan Masa Depan (Si Mapan) ini, para marketer melakukan pemasaran kepada para anggota yang mereka pegang masing-masing.

3) Face to face

Produk Si Mapan adalah produk terbaru yang diluncurkan oleh pihak KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera pada bulan Januari tahun 2016, maka dalam memasarkan produk terbarunya tersebut para marketer memasarkan produk Si Mapan tersebut dengan cara face to face atau mulut ke mulut. Karena penyebaran brosur dalam produk Si Mapan tersebut belum tersedia di cabang comal.

C. Kendala atau hambatan pemasaran produk KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Comal

Berdasarkan wawancara penulis dengan pihak KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Comal dan juga pengamatan yang dilakukan oleh penulis, dalam melaksanakan kegiatan pemasaran produk barunya mengalami beberapa hambatan, di antaranya adalah:

1. Bidang Operasional

Kurangnya sistem IT serta fasilitas-fasilitas yang lengkap untuk mendukung kelancaran perkembangan KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera. Selain itu, adanya *double job* sehingga pada saat

menjalankan operasional KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera kurang efektif dan efisien.

2. Bidang Pemasaran

Permasalahan dalam bidang pemasaran antara lain:

- a. Menangani pembiayaan bermasalah
- b. Cuaca yang kurang mendukung pada saat marketer menjalankan tugasnya
- c. Ketidak pastian bertemunya antara marketer dengan anggota yang ingin menabung atau mengasur pinjaman
- d. Kurang adanya kerjasama dan atau komunikasi antara PL (Pekerja Lapangan) dengan anggota, sehingga ada anggota yang complain.
- e. Minimnya pemahaman masyarakat mengenai KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera dan dari segi marketernya pun kurang memahami produk dan jasa secara lebih spesifik sehingga pada saat memasarkannya menjadi kurang.
- f. Banyaknya BMT lain di sekitar cabang-cabang KSPPS BMT Bina Ummat sejahtera, sehingga persaingan pasar menjadi sangat ketat.
- g. Penguasaan pasar yang lebih luas masih kurang karena jumlah karyawan yang masih terbatas.

3. Bidang Sumber Daya Manusia

Permasalahan yang timbul pada bidang SDM yaitu SDM sendiri belum berkompeten baik di bidang pemasaran maupun non pemasaran. Karena karyawan yang direkrut oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera adalah lulusan SMA/SMK, dan diploma maupun sarjana yang sebagian besar dari jurusan umum yang bukan ahli ekonomi Islam maupun perbankan syariah. Hal ini menimbulkan kurangnya pemahaman mengenai lembaga keuangan syariah termasuk BMT, sehingga dalam mempromosikan produk-produk KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera kepada masyarakat menjadi

kurang. Selain itu jumlah karyawan di BMT ini masih kurang sehingga terjadi *double job*. Dan juga minimnya marketer laki-laki di cabang comal tersebut, sehingga itu mengganggu proses dalam hal pemasaran produk.

D. Analisis

Dari pembahasan sebelumnya, peneliti mencoba menganalisis dengan metode analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) yaitu suatu metode penelaahan tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu satuan organisasi.

1. Kekuatan

- a. Produknya sudah lengkap mulai dari pendanaan dan pembiayaan bahkan di bidang jasa.
- b. Pegawai KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Comal sangat ramah dalam melayani para anggotanya terutama dengan anak magang.
- c. Melaksanakan pengajian pagi dan dilanjutkan dengan membaca Al-Qur'an kemudian kultum pagi yang berisi tentang keagamaan untuk menambah wawasan serta kerohanian para karyawan.
- d. Setiap ada suatu musibah seperti sakit, kematian dan kabar gembira seperti kelahiran dan pernikahan, adanya kepedulian yang ditunjukkan BMT terhadap karyawan dan anggotanya.

2. Kelemahan

- a. Pemasaran melalui media online kurang, seperti website yang tidak ter-update, website yang tidak bisa dibuka untuk umum dan informasinya kurang lengkap.
- b. Adanya *double job* karyawan.

- c. Kurangnya promosi pada beberapa produk, seperti produk Si Mapan sehingga minat masyarakat terhadap produk tersebut karena kurangnya pengetahuan dan keberadaan akan produk tersebut.
- d. Tidak disediakan diesel di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Comal untuk mengantisipasi jika mati listrik terjadi sehingga transaksi tetap berjalan.

3. Peluang

- a. KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera sudah banyak membuka banyak cabang di seluruh wilayah Jawa Tengah sehingga memudahkan para marketer di setiap cabang terutama cabang Comal dalam hal memasarkan produk barunya karena masyarakat luas sudah mengetahui KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera.
- b. Apabila di cabang Comal memperbanyak karyawan terutama karyawan laki-laki, maka tidak akan ada lagi double job. Sehingga untuk menjalankan pekerjaannya menjadi lebih efektif dan efisien. Apalagi rata-rata tempat cabang sangat strategis, sehingga dapat lebih memperbanyak anggotanya.

4. Ancaman

Banyak lembaga keuangan di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera di cabang Comal, baik yang menggunakan prinsip syariah maupun non-syariah yang menawarkan bunga maupun bagi hasil yang berbeda-beda.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah dibahas, maka produk Si Mapan di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Comal dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera dengan menggunakan strategi *Mix Marketing* yakni 4P :

- a) *Product* (produk)
- b) *Price* (harga)
- c) *Place* (tempat)
- d) *Promotion* (promosi)

Strategi promosi yang dilakukan oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera dengan cara yaitu :

1. Publisitas
2. Penjualan perorangan
3. *Face to face*

2. Kendala atau hambatan KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera dalam memasarkan produk barunya tersebut yaitu :

- 1) Bidang operasional
- 2) Bidang pemasaran
- 3) Bidang sumber daya manusia

b. Saran

a. Promosi dalam memasarkan produk barunya tersebut seharusnya dengan menyebarkan brosur atau dengan memasang MMT di depan kantor cabang masing-masing agar masyarakat di sekitar dapat mengetahui tentang adanya produk baru yaitu Si Mapan sehingga memudahkan para marketer. Karena jika hanya mengandalkan *face to face*, masyarakat luas tidak akan mengetahui akan adanya produk baru tersebut.

c. Penutup

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu kelancaran dalam penulisan tugas akhir ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini bisa bermanfaat dan dapat berguna bagi semua kalangan yang membutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Djazuli, Janwari Yadi. 2002, *Lembaga-lembaga Perekonomian Umat*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Antonio, M. Syafi'i. 2001, *Islamic Banking Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta : Gema Insani Press.
- Amir, Taufiq. 2005, *Dinamika Pemasaran Jelajah dan Rasakan*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Assauri, Sofjan. 2011, *Manajemen Pemasaran, Konsep, Dasar, dan Strategi*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada..
- Bungin, Burhan. 2005, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta : Kencana.
- Bungin, Burhan. 2011, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta : Kencana.
- Brosur KSPPS BMT BUS.
- Creswell, John W. 2010, *Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Daniel, Carl Mc dan Gates, Roger. 2001, *Riset Pemasaran Kontemporer*, Jakarta : Salemba Empat.
- Firdaus. *Kewirausahaan Santri, Bimbingan Santri Mandiri*, Jakarta : PT Citrayudha Alamanda Perdana.
- Hamidi, M. Luthfi. 2003, *Jejak-jejak Ekonomi Syariah*, Jakarta Senaya Abadi Publishing
- Hasan, M. Iqbal. 1996, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Hendar. 2010, *Manajemen Perusahaan Koperasi*, Jakarta : Erlangga.
- Inayati, Lina Laili. 2014, *Strategi Pemasaran Produk Simpanan Bismillah di BMT Bismillah Sukorejo*, Semarang : TA UIN Walisongo.
- Kasmir. 2007, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2013, *Kewirausahaan*, Jakarta : Rajawali Pers.

Kotler, Philip. 1999, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta : Salemba Empat.

Kotler, Philip. 2001, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta : Salemba Empat.

Mardani. 2014, *Hukum Bisnis Syariah*, Jakarta : Kencana.

M. Ridwan. 2004, *Manajemen Baitul Wal Tamwil*, Yogyakarta : UII Press.

Muhammad (ed). 2006, *Bank Syariah Analisis Kekuatan, Peluang, Kelemahan dan Ancaman*, Yogyakarta : Ekonisia.

Muhammad, Fadkhan. 2014, *Strategi Marketing Mix dalam Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan IB TASYA Wadi'ah BPRS Suriah Semarang*, Semarang : TA UIN Walisongo.

Sari, Isti Puspita. 2014, *Analisis Strategi Pemasaran yang Efektif untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk IB Jumroh di BPRS PNM Binama Semarang Cabang Mijen*, Semarang : TA UIN Walisongo.

Sudarsono, Heri. 2001, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, Jakarta : Salemba Empat.

Sugiyono. 2013, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung : Alfabeta.

Swastha, Basu dan Ibnu Sukotjo. 2002, *Pengantar Bisnis Modern*, Yogyakarta : Liberti.

Tjiptono, Fandy. 2008, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : ANDI.

Umar, Husein. 2005, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

www.bmtbus.co.id diakses pada tanggal 4 Maret 2016 pukul 11.36 WIB.

www.bmtbus.co.id diakses pada tanggal 15 Maret 2016 pukul 14.20 WIB.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang membuat daftar riwayat hidup ini :

1. Nama : Fitri Afrida Fajariyani
2. NIM : 132503021
3. Tempat/Tanggal Lahir : Kendal, 10 Maret 1995
4. Nama Orang Tua : Jumeri dan Muawanah
5. Alamat asal : Desa Sukodono Kec.Kendal Kab.Kendal
6. Riwayat Pendidikan
 - a. SDN 01 Sukodono : Tahun 2001-2007
 - b. SMPN 03 Kendal : Tahun 2007-2010
 - c. SMAN 01 Pegandon : Tahun 2010-2013
 - d. UIN Walisongo Semarang : Tahun 2013 - sekarang

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.



KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH
 BAITUL MAAL WAT TAMWIL
 BINA UMMAT SEJAHTERA
 Nomor : 13801/BH/KWK.11/III/1998 Tgl : 31 Maret 1998
 PAD Nomor : 216/PAD/M.KUKM.2/XII/2015 Tgl : 15 Desember 2015
 Jl. Untung Suropati No.16 Lasem Telp. (0295) 532376 Fax. (0295) 531263
 e-mail : bmt_bus@yahoo.com website : www.bmtbus.co.id



SURAT KETERANGAN
 Nomor :416/KSPPS BMT/BUS/V/2016

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : H. Abdullah Yazid
 Jabatan : Ketua Pengurus KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera
 Alamat : Jalan Untung Suropati No. 16 Lasem, Rembang

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Fitri Afrida F
 NIM : 132503021
 Universitas : UIN Walisongo Semarang
 Jurusan : D3 Perbankan Syariah
 Alamat : Ds Sukondo RT 002/ RW 001 Sukondo Kendal

Telah melaksanakan Magang di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Comal mulai tanggal 1 – 29 Februari 2016.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Lasem, 2 Mei 2016

KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera



H. Abdullah Yazid
 Ketua Pengurus

 <p>KOPERASI SIMPAN PINJAM SYARIAH BAITUL MAAL WAT TAMWIL BINA UMMAT SEJAHTERA</p>	BMT BUS-F PMS-SP-03	
	Slip Angsuran	
Validasi No. Rekening : <input type="text"/> Nama : <input type="text"/> Alamat : <input type="text"/> Tanda : <input type="text"/> Tanda Tangan Penyeter : <input type="text"/>	Unit Kerja : <input type="text"/> Tanggal : <input type="text"/> BUKI Anggota <input type="checkbox"/> Harian <input type="checkbox"/> Mingguan <input type="checkbox"/> Bulanan <input type="checkbox"/> Jatun Tempo <input type="checkbox"/> Mudhorohah <input type="checkbox"/> BBA <input type="checkbox"/> Murabahah <input type="checkbox"/> Cordul Hasan Jumlah Setoran : Rp. <input type="text"/> Terbilang : <input type="text"/> Reason: Terbilang Angsuran Pokok : Rp. <input type="text"/> Bagi Hasil/Share Us : Rp. <input type="text"/> Cadangan Resiko/CO : Rp. <input type="text"/> Wahana Kebangkitan Ekonomi Ummat	

 <p>KOPERASI SIMPAN PINJAM SYARIAH BMT BINA UMMAT SEJAHTERA Wahana Kebangkitan Ekonomi Ummat Jl. Utung Bursipati No. 14 Loran, Rembang, Jawa Tengah Telp. 0295 - 822376, Fax. 0295 - 531253 Email : bmt_bua@yahoo.com</p>	BMT BUS-F PMS-SP-04	
	Slip Simpanan Keanggotaan	
Validasi No. Anggota : <input type="text"/> Nama : <input type="text"/> Alamat : <input type="text"/> No. Telp./HP : <input type="text"/> Tanda : <input type="text"/> Tanda Tangan Anggota : <input type="text"/>	Unit Kerja : <input type="text"/> Tanggal : <input type="text"/> No. : <input type="text"/> BUKI Anggota Jenis Simpanan : <input type="text"/> Jumlah Setor (Rp.) : <input type="text"/> 1. Simpanan Pokok : Rp. <input type="text"/> 2. Sertifikat Modal Koperasi : Rp. <input type="text"/> Jumlah : <input type="text"/> Terbilang : <input type="text"/> Wahana Kebangkitan Ekonomi Ummat	

 <p>KOPERASI SIMPAN PINJAM SYARIAH BAITUL MAAL WAT TAMWIL BINA UMMAT SEJAHTERA</p>	BMT BUS-F PMS-SP-05	
	Slip Simpanan	
Validasi No. Rekening : <input type="text"/> Nama : <input type="text"/> Alamat : <input type="text"/> Tanda : <input type="text"/> Tanda Tangan Penyeter : <input type="text"/>	Unit Kerja : <input type="text"/> Tanggal : <input type="text"/> BUKI Anggota Setoran untuk : <input type="checkbox"/> SI SUKA <input type="checkbox"/> SI SIDIK PLUS <input type="checkbox"/> SI RELA <input type="checkbox"/> SI HAJI <input type="checkbox"/> SI SIDIK <input type="checkbox"/> SI TARA Jumlah Setoran : Rp. <input type="text"/> Terbilang : <input type="text"/> Wahana Kebangkitan Ekonomi Ummat	

 <p>KOPERASI SIMPAN PINJAM SYARIAH BAITUL MAAL WAT TAMWIL BINA UMMAT SEJAHTERA</p>	BMT BUS-F PMS-SP-06	
	Slip Penarikan	
Validasi No. Rekening : <input type="text"/> Nama : <input type="text"/> Alamat : <input type="text"/> Tanda : <input type="text"/> Tanda Tangan Penyeter : <input type="text"/>	Unit Kerja : <input type="text"/> Tanggal : <input type="text"/> BUKI Anggota Penarikan untuk : <input type="checkbox"/> SI SUKA <input type="checkbox"/> SI SUKA <input type="checkbox"/> OK <input type="checkbox"/> SI RELA <input type="checkbox"/> SI SIDIK <input type="checkbox"/> SI SUKAT <input type="checkbox"/> SI SIDIK PLUS Wahana Kebangkitan Ekonomi Ummat	

Produktif Simpanan



KSPPS
BMT BUS

Alamat: *Ateleng Kaler, Kabupaten Kutai*
Kedua Jalan : 13818BHWK 11819TK, Tel. 31 Maret 1998 Jl. Undang Bungsu No. 16 Karang,
Talu, 69005 522232 Fax 62293 512323 Email : bmt_bmt@kspps.com Web Site : www.kspps.com

1. SI RELA

Produk simpanan yang dikelola berdasarkan prinsip mudharabah, yaitu anggota sebagai shohibul maal (pemilik dana) sedangkan BMT sebagai mudharabah (pelaksana/pengelola usaha), atau kerjasama ini berlaku selama tiga hari dengan meletakkan tanah dipisahkan di muka.

Estimasi

- **Bobas Biaya Administrasi**
Simpanan SI Relia tidak dibebaskan biaya administrasi bulanan
- **Bagi Hasil**
Dengan menggunakan prinsip mudharabah hasil usaha akan kami bagi hasilkannya dengan nisbah 30% - 70%

2. SI SUKA

Simpanan berjangka yang berdasarkan prinsip mudharabah, dimana prinsip ini simpanan dari shohibul maal/pemilik dana/jika dipertukarkan sebagai investasi oleh mudharabah (pengelola dana) BMT jika memantulkannya dapat menguntungkan secara produktif dalam bentuk pembayaran kepada masyarakat dengan profesional dan secara syaria. Hasil usaha simpanan dibagi antara pemilik dana dan BMT sesuai modal (awal) yang telah disepakati di awal.

Estimasi

- **Bobas Biaya Administrasi**
Simpanan SI Suka tidak dibebaskan biaya administrasi bulanan
- **Bagi Hasil**
Dikelola secara produktif dengan prinsip mudharabah dengan nisbah yang menguntungkan

Jangka Waktu	Nisbah
SI Suka 1 Bulan	35% : 65%
SI Suka 3 Bulan	40% : 60%
SI Suka 6 Bulan	45% : 55%
SI Suka 12 Bulan	50% : 50%

3. SI SIDIK

Simpanan untuk perencanaan biaya pendidikan siswa sekolah mulai dari umur 0 tahun sampai perguruan tinggi. Simpanan ini berdasarkan prinsip waridhah yaitu dharramah, yaitu shohibul maal menantikan dananya pada BMT kemudian atas selisih shohibul maal BMT dapat memantulkannya dana tersebut

jenis produk simpanan SI Sidik dibagi 2 yaitu:

- SI Sidik Platinum
- SI Sidik P1 US

Urutan

- SI Sidik Platinum**
SI Sidik Platinum adalah simpanan untuk perencanaan biaya pendidikan siswa sekolah mulai dari umur 0 tahun sampai tamat SMA
Selain simpanan dilakukan setiap bulan, dan penarikan simpanan dilakukan setiap tahun jenjang pendidikan sampai lulus SMA. Besarnya sebagian simpanan diserahkan ke atas SI Sidik yaitu:
SI Sidik kelas A : Rp. 200.000,-
SI Sidik kelas B : Rp. 150.000,-
SI Sidik kelas C : Rp. 100.000,-

b. SI Sidik Plus

Seluruh simpanan dilakukan di awal pendudukan dan hanya sekali sebesar Rp. 5.000.000,-. Penarikan simpanan dapat dilakukan setiap tahun jenjang pendidikan, anggota simpanan juga mendapatkan insentif dua minggu sebelum dengan ketentuan yang ada, apabila anggota melanjutkan ke jenjang pendidikan tinggi, biaya studi kuliah diberikan persentase 10% hingga 15 semester. Bagi yang tidak melanjutkan ke perguruan tinggi akan biaya mengambil program OT sampai OT bisa merupakan biaya ke universitas.

Kompensasi

1. Setiap peserta SI Sidik berhak mendapatkan hadiah pertalian sekolah pada setiap kenaikan kelas yang jenjang pendidikan oleh pihak BMT
Setiap Perayaan atau Peserta SI Sidik dapat menarik simpanan SI Sidik setiap tahun jenjang pendidikan yang telah ditentukan oleh pihak BMT.
2. Apabila pada penarikan tahun jenjang pendidikan tertentu tidak diambil, maka akan dimasukkan ke rekening SI Relia.
3. Setiap kenaikan kelas pihak BMT akan memberikan Bea Siswa kepada peserta SI Sidik yang berprestasi di kelas yang nominalnya ditentukan oleh pihak BMT.
4. Yang dimaksud dalam ketentuan nomor 3 adalah siswa yang mendapatkan rangkang 1 sid 3 kelas masing – masing, dengan menyerahkan foto copy raport berprestasi terbaik yang dipergilir kepada sekolah masing – masing.

4. SI HAJI

Simpanan bagi anggota yang berencana menunaikan ibadah haji. Simpanan ini dikelola dengan menggunakan dasar prinsip wadhiyah yaitu dharramah dimana atas jni pemilik dana, BMT dapat memantulkannya dana tersebut sebelum dipergunakan oleh pemilik. Setelah simpanan anggota memaklumi atau kuasa anggota pengurusan, BMT akan menyelitikan kepada BPIS (Badan Pengelola Sektoral) BPPIH (Badan Pengelola Badan Haji) yang sudah otnhe dengan SISKOHAT untuk selanjutnya di dabatkan melalui SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu).

Estimasi

- **Seluruh biaya**, seluruh awal Rp. 100.000,- seluruh selanjutnya disesuaikan dengan rencana tahun keberangkatan.
- **Simpanan Haji** tidak dibebaskan biaya administrasi bulanan, BMT menyediakan dana tabungannya maksimal 20% dari nominal sebesar masuk baik.



Produk Layanan



KONTAGI LAYANAN PELAJAR SYARIAH
BMT BUS
 Syariah
 Kantor: Jl. Raya Kertajati No. 100, Kertajati, Cirebon, Jawa Barat 47132
 Telp: (0271) 523279 Fax: (0271) 511303 Email: ksp@kspbus.com www.kspbus.com

PRODUK PEMBIAYAAN

1. Pembiayaan Modal Kerja



Pembiayaan Modal Kerja merupakan produk layanan pembiayaan dari KSPS BMT BUS diperuntukkan bagi calon anggota / anggota yang memerlukan tambahan modal kerja untuk mengembangkan usahanya.

Dengan menggunakan akad pembiayaan Mudhorabah yaitu dengan sistem bagi hasil yang pembagian miliknya telah di sepakat bertransaksi.

Pembiayaan Mudhorabah Modal Kerja

Akad pembiayaan antara dua pihak dimana (BMT sebagai pembeli Modal, penyedia modal) dan anggota sebagai Modal (Pengelola Usaha), atas kerjasama ini akan setiap tiga bulan dengan ketentuan tidak ada penalti dan biaya administrasi.

Bidang Yang Dilayani

- Pertanian
- Perdagangan
- Jasa
- Perikanan
- Industri
- dll

Termasuk Usaha Produktif yang Hasil

Contoh Perhitungan Bagi Hasil

Kenduri belah pihak telah sepakat dalam pembagian persentase Nisabah bagi hasil di awal.

Contoh : Pak Ahmad pembiayaan Rp. 10.000.000,- dengan perhitungan mendeposikan keuntungan Rp. 500.000,- setiap bulan, persentase nisabah keuntungan yang di sepakati yaitu 30% untuk BMT dan 70 % untuk mudhorib, maka bagi hasil untuk BMT Rp. 150.000,- dan bagi hasil untuk anggota Rp. 350.000,-.

2. Pembiayaan Pengadaan / Jual Beli Barang



Pembiayaan pengadaan / jual beli barang merupakan produk layanan di KSPS BMT BUS diperuntukkan bagi calon anggota/anggota yang membutuhkan barang dan untuk aktifitas sehari-hari dengan menggunakan akad pembiayaan Mudhorabah.

Pembiayaan Mudhorabah (Pengadaan / Jual Beli Barang)

Transaksi penjualan barang dengan menyatakan harga pembelian dan keuntungan (margin) yang di sepakati oleh penjual dan pembeli dengan pembiayaan dapat dilakukan secara angsur ataupun jatuh tempo.

SYARAT - SYARAT PEMBIAYAAN

1. Jujur dan amanah
2. Mempunyai sumber pendapat yang jelas
3. Berjasa dalam segi secara hukum
4. Berjasa dalam segi agama (KSPS BMT BUS)
5. Berjasa dalam segi sosial (KSPS BMT BUS)
6. Berjasa dalam segi lingkungan (KSPS BMT BUS)

Jenis Pembiayaan Barang :

- Pembangunan / Renovasi

Misalnya : Pak Janti ingin memperbaiki rumah sapi kelain ada dana dan Pak Janti adalah anggota KSPS BMT BUS. Pak Janti melakukan pembiayaan dengan akad mudhorabah dengan harga pokok material yang di sepakati bernilai antara kedua belah pihak.

Contoh Perhitungan Harga Barang

Harga Pokok	Harga Jual	Angsuran Perbulan	Jumlah Angsuran
Rp. 1.000.000,-	Rp. 1.250.000,-	Rp. 250.000,-	5 x
Rp. 5.000.000,-	Rp. 6.000.000,-	Rp. 600.000,-	10 x
Rp. 10.000.000,-	Rp. 12.000.000,-	Rp. 1.200.000,-	10 x

3. Pembiayaan Keajaiban



Pembiayaan Keajaiban merupakan produk layanan pembiayaan dari KSPS BMT BUS diperuntukkan bagi calon anggota / anggota yang bertujuan untuk keajaiban dengan pertimbangan sosial dengan menggunakan akad **Qordul Hasan**. Pembiayaan ini sumber dananya dari Bai'ul Masal KSPS BMT BUS.

Contoh Perhitungan

Pembiayaan	Margin	Angsuran	Jumlah Angsuran
Rp. 1.000.000,-	0	Rp. 100.000,-	10 x
Rp. 2.000.000,-	0	Rp. 200.000,-	10 x

5. Foto copy Surat Ijin dan 2 Lembar
6. Foto copy KTP Suami dan Irii Jajehin, KK (2 Lembar)
7. Mengisi formulir Pemohonan Pembiayaan yang disediakan oleh KSPS BMT BUS
8. Bersedia melakukan usaha, tambah dan
9. Bersedia melakukan angsuran



BMT BUS - F - PMS - PB - 04

KOPERASI SIMPAN PINJAM SYARIAH
BAITUL MAAL WAT TAMWIL
BINA UMMAT SEJAHTERA LASEM
CABANG COMAL

BH No. 13901/BI/KWK/II/III/1998 Tgl. 31 Maret 1998
Alamat : KOMPLEK PASAR COMAL BLOK A PURWOHARJO COMAL

FORM PENGAJUAN PEMBIAYAAN MODAL KERJA

Nama :	Tanggal :	Pengajuan Baru/Tambahan
Alamat :	Nomor :	Review ke :
TTL :	Cabang :	
Jenis Akad : Mudhorobah/Musyarakah	Jenis Agunan :	
Nominal Pengajuan :	Nomor Agunan :	
Sektor Usaha :	Atas Nama :	
Jenis Angsuran : Hr / Mg / Bin / JT	Luas :	
Jangka Waktu :	No Ukur :	
Nisbah : .. % BMT : .. % Anggota	No Rangka :	
Rencana Pendapatan :	No Mesin :	
	Merk :	
SURVEYOR I		SURVEYOR II
FORM PEMERIKSAAN PENGAJUAN PEMBIAYAAN		
Tanggal :		
1.		
2.		
3.		
SECOND LINE		



BAITUL MAAL WAT TAMWIL
BINA UMMAT SEJAHTERA
LEMBAGA KEUANGAN ISLAM

BMT BUS-F-PMS-PB-04

PERSETUJUAN PENCAIRAN

Nama Anggota dan Lokasi	Tanggal :	Proposal :
	Nomor :	Baru/Tambahan : Review :
KETERANGAN PEMBIAYAAN	JUMLAH	
	PENGAJUAN	REALISASI
AKAD : ..		
ANGSURAN : ..		
WAKTU : ..		
Pokok : ..		
Bagi hasil : ..		
Cr : ..		
Total pembiayaan		
Diajukan persetujuan pencairan		
Tanda Tangan	Tanda Tangan	Tanda Tangan
Manager Ops.	Teller	



LEMBAR PERMOHONAN PEMBIAYAAN

Nama Pemohon
 Tempat, Tgl. Lahir
 Alamat Pemohon
 Agama
 Pekerjaan Pokok
 Pekerjaan Sampingan

1. Istri / Suami Orang
 2. Anak Orang
 SD Orang
 SMP Orang
 SMA Orang
 AKADEMI Orang
 3. Orang Lain Orang

Pendapatan
 1. Pendapatan Pokok / bulan Rp
 2. Pendapatan lain
 a. Rp
 b. Rp
 c. Rp
 d. Rp

Data Kekayaan
 a. Status Rumah (Milik Sendiri/Kontrak/Milik Keluarga)
 b. Kondisi Rumah (Permanen/Semi Permanen)
 c. Sawah Ha
 d. Tegul / Karas Ha
 e. Kekayaan Lain
 1. Sepeda Motor
 2. Mobil
 3.
 4.

Perhitungan Usaha

2 Bulan lalu	
Rugi Laba	
Bruto Rp.	
Biaya-biaya ekonomi	
a. Bi. Rumah Tangga Rp.	
b. Bi. Transport Rp.	
c. Bi. Lain Rp.	
Total Biaya Rp.	
Netto Rp.	

1 Bulan lalu	
Rugi Laba	
Bruto Rp.	
Biaya-biaya ekonomi	
a. Bi. Rumah Tangga Rp.	
b. Bi. Transport Rp.	
c. Bi. Lain Rp.	
Total Biaya Rp.	
Netto Rp.	

Permohonan Pembiayaan Rp

Jangka Waktu Alokasi Dana
 Cara Bayar Harian / Mingguan / Bulanan / Sekaligus

Titipan Pokok
Bahas/MU
Cad. Resiko
Jumlah Angs

Komposisi Kebutuhan Modal

Jumlah Kebutuhan Dengan Rincian
 a. Modal Sendiri Rp
 b. Hitung Lain Rp
 c. Pembiayaan BMT BINA UMMAT SEJAHTERA Rp

Jaminan
 a. Jenis Jaminan
 b. Status Jaminan
 c. Atas Nama
 : Sertifikat / BPKB / Surat Pasar /
 : Milik Sendiri / Milik Keluarga / Milik Lembaga
 : Atas Nama Sendiri / Orang Lain

Saya menyatakan bahwa semua informasi tersebut adalah benar, informasi ini diberikan untuk tujuan permohonan pembiayaan. Dan saya mengizinkan Pihak BMT BINA UMMAT SEJAHTERA untuk mendapatkan dan mencari informasi yang diperlukan, serta saya mengizinkan Pihak BMT BINA UMMAT SEJAHTERA untuk memotong dari rekening Tabungan **SI BELA DAN SI SUKA** guna membayar angsuran pembiayaan atau kewajiban lain kepada **BMT BINA UMMAT SEJAHTERA** jika terjadi penundaan pembayaran. Dan saya menyetujui bahwa BMT BINA UMMAT SEJAHTERA berhak Menyetujui atau menolak permohonan ini tanpa memberikan alasannya

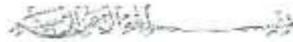
Penjamin,

Menyetujui
 Suami / Istri

Pemohon,

PERMOHONAN

1. PENUTUPAN REKENING SIMPANAN
2. KELUAR DARI KEANGGOTAAN KOPERASI JASA KEUANGAN SYARIAH BINA UMMAT SEJAHTERA



Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama :
 Tempat/tanggal lahir :
 Alamat :
 No. KTP/SIM :

Bermaksud untuk melakukan penutupan rekening simpanan/keluar dari keanggotaan* KJKS BMT Bina Ummat Sejahtera dengan data sebagai berikut :

1. Jenis Simpanan : Si Rela/Si Suka/Si Sidik/Si Sidik Plus/Si Haji*
 No. rekening Simpanan :
 Atas nama :
 Alamat :
2. No. Anggota :
 Nama Anggota :
 Alamat :

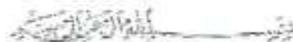
Disetujui	Diperiksa	Pemohon
Hari/Tgl:	Hari/Tgl:	
.....

* coret yang tidak perlu

PERMOHONAN

1. PENUTUPAN REKENING SIMPANAN
2. KELUAR DARI KEANGGOTAAN KOPERASI JASA KEUANGAN SYARIAH BINA UMMAT SEJAHTERA*

.....
-------	-------	-------



Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama :
 Tempat/tanggal lahir :
 Alamat :
 No. KTP/SIM :

Bermaksud untuk melakukan penutupan rekening simpanan/keluar dari keanggotaan* KJKS BMT Bina Ummat Sejahtera dengan data sebagai berikut :

1. Jenis Simpanan : Si Rela/Si Suka/Si Sidik/Si Sidik Plus/Si Haji*
 No. rekening Simpanan :
 Atas nama :
 Alamat :
2. No. Anggota :
 Nama Anggota :
 Alamat :

Disetujui	Diperiksa	Pemohon
Hari/Tgl:	Hari/Tgl:	
.....



KOPERASI JASA KEUANGAN SYARIAH
BAITUL MAAL WAT TAMWIL
BINA UMMAT SEJAHTERA
LEMBAGA KEUANGAN ISLAM

LEMBAR PEMERIKSAAN

1. Nama Anggota	: Sesuai / Tidak sesuai	
2. Alamat Anggota	: Sesuai / Tidak sesuai	
3. Data Rumah	: Sesuai / Tidak sesuai (.....	
4. Pekerjaan		
a. Pekerjaan Tetap	:	
b. Pekerjaan Sampingan	:	
5. Pendapatan		
a. Gaji Tetap	: Rp.	
b. Pendapatan lain		
1.	: Rp.	
2.	: Rp.	
c. Pendapatan Istri	: Rp.	
6. Data Kekayaan		
a. Rumah	: (Permanen/Semi Permanen)	Taksiran Nilai Rp.
b. Sawah	:	Ha Taksiran Nilai Rp.
c. Tegul / Karas	:	Ha Taksiran Nilai Rp.
d.	:	Taksiran Nilai Rp.
e.	:	Taksiran Nilai Rp.
f.	:	Taksiran Nilai Rp.
7. Barang Jaminan	a. Sudah Masuk / Belum masuk	
	b. Taksiran Nilai Jaminan	: Rp.
8. Analisa Usaha		
Total Pendapatan Brutto		: Rp.
Biaya - Biaya		
Biaya Tenaga Kerja		: Rp.
Biaya Transportasi		: Rp.
Biaya Rumah Tangga		: Rp.
Biaya Pendidikan		: Rp.
Biaya Lain - Lain		: Rp.
Total Biaya		: Rp.
Sisa Hasil Usaha		: Rp.
Kemampuan Angsur 80 %		: Rp. / Bulan

CATATAN SURVEYOR :

Petugas Survey

1. (.....

2. (.....

Hasil Survey ini telah disetujui oleh

Nama

(Sesuai dengan kewenangan masing - masing)

ILUSTRASI DAN PERTUMBUHAN SI MAPAN

Jangka Waktu Si Mapan	Setoran Bulanan (Rp)						
	25,000	50,000	100,000	200,000	300,000	400,000	500,000
1 Tahun	310,000	630,000	1,260,000	2,520,000	3,780,000	5,040,000	6,300,000
2 Tahun	660,000	1,330,000	2,660,000	5,330,000	7,990,000	10,660,000	13,320,000
3 Tahun	1,050,000	2,110,000	4,220,000	8,450,000	12,680,000	16,910,000	21,140,000
4 Tahun	1,490,000	2,980,000	5,970,000	11,940,000	17,910,000	23,880,000	29,850,000
5 Tahun	1,970,000	3,950,000	7,900,000	15,810,000	23,720,000	31,630,000	39,540,000
6 Tahun	2,510,000	5,030,000	10,060,000	20,130,000	30,200,000	40,270,000	50,340,000
7 Tahun	3,110,000	6,230,000	12,470,000	24,940,000	37,410,000	49,890,000	62,360,000
8 Tahun	3,780,000	7,570,000	15,140,000	30,290,000	45,440,000	60,590,000	75,740,000
9 Tahun	4,530,000	9,060,000	18,130,000	36,260,000	54,390,000	72,520,000	90,650,000
10 Tahun	5,360,000	10,720,000	21,440,000	42,890,000	64,340,000	85,790,000	107,240,000
11 Tahun	6,280,000	12,570,000	25,140,000	50,290,000	75,430,000	100,580,000	125,720,000
12 Tahun	7,310,000	14,630,000	29,260,000	58,520,000	87,780,000	117,040,000	146,300,000
13 Tahun	8,460,000	16,920,000	33,840,000	67,680,000	101,530,000	135,370,000	169,220,000
14 Tahun	9,730,000	19,470,000	38,940,000	77,890,000	116,840,000	155,780,000	194,730,000
15 Tahun	11,150,000	22,310,000	44,620,000	89,250,000	133,880,000	178,510,000	223,140,000
16 Tahun	12,730,000	25,470,000	50,950,000	101,910,000	152,860,000	203,820,000	254,770,000
17 Tahun	14,500,000	29,000,000	58,000,000	116,000,000	174,000,000	232,000,000	290,000,000
18 Tahun	16,460,000	32,920,000	65,840,000	131,690,000	197,530,000	263,380,000	329,230,000
19 Tahun	18,640,000	37,290,000	74,580,000	149,160,000	223,740,000	298,320,000	372,900,000
20 Tahun	21,070,000	42,150,000	84,300,000	168,610,000	252,920,000	337,230,000	421,540,000
21 Tahun	23,780,000	47,560,000	95,130,000	190,270,000	285,410,000	380,550,000	475,690,000
22 Tahun	26,790,000	53,590,000	107,190,000	214,390,000	321,590,000	428,790,000	535,990,000
23 Tahun	30,150,000	60,310,000	120,620,000	241,250,000	361,880,000	482,510,000	603,140,000
24 Tahun	33,890,000	67,790,000	135,580,000	271,160,000	406,740,000	542,330,000	677,910,000
25 Tahun	38,050,000	76,110,000	152,230,000	304,460,000	456,700,000	608,930,000	761,170,000
26 Tahun	42,690,000	85,380,000	170,770,000	341,550,000	512,320,000	683,100,000	853,870,000
27 Tahun	47,850,000	95,710,000	191,420,000	382,840,000	574,260,000	765,680,000	957,100,000
28 Tahun	53,600,000	107,200,000	214,410,000	428,820,000	643,230,000	857,640,000	1,072,050,000
29 Tahun	60,000,000	120,000,000	240,010,000	480,020,000	720,030,000	960,040,000	1,200,050,000
30 Tahun	67,120,000	134,250,000	268,510,000	537,020,000	805,540,000	1,074,050,000	1,342,570,000

**LEMBAR PENILAIAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PROGRAM STUDI D.III PERBANKAN SYARIAH
TAHUN ANGGARAN 2013**

Nama : FITRI AFRIDA FARIYANI
NIM : 132502021
Pembimbing Lapangan : Sri Mulyani
Jabatan/Posisi : Staf Pemasaran

Penilaian Praktek Kerja Lapangan Mahasiswa pada :
UNIT KERJA : BMT BUS Cabang Comal
PERIODE : 04 Februari s.d 27 Februari 2016

NO	KOMPONEN	PROSENTASE	NILAI
1	Disiplin	15%	
2	Komunikasi	10%	
3	Kerja Tim	15%	
4	Kerja Mandiri	10%	
5	Penampilan	10%	
6	Tingkah Laku	20%	
7	Pengetahuan	20%	
TOTAL NILAI PEMBIMBING		100%	

....., Februari 2016

Mengetahui,
Pembimbing PKL BMT BUS
Kabag Marketing


Mochamad Ilham, S.Pd


**DAFTAR HADIR PRAKTEK KERJA LAPANGAN
PROGRAM STUDI D.III PERBANKAN SYARIAH
TAHUN ANGKATAN 2013**

Nama : FTRI AFRIDA FAJRIYANI
NIM : 132503021

No	Tanggal	Jam Masuk	Paraf	Jam Pulang	Paraf	Rincian Pekerjaan
1	04 Februari 2016	07.00 WIB		16.00 WIB		1. Perencanaan 2. Marketing
2	05 Februari 2016	07.00 WIB		16.00 WIB		
3	06 Februari 2016	07.00 WIB		16.00 WIB		
4	08 Februari 2016	07.00 WIB		16.00 WIB		
5	09 Februari 2016	07.00 WIB		16.00 WIB		
6	10 Februari 2016	07.00 WIB		16.00 WIB		
7	11 Februari 2016	07.00 WIB		16.00 WIB		
8	12 Februari 2016	07.00 WIB		16.00 WIB		
9	13 Februari 2016	07.00 WIB		16.00 WIB		
10	15 Februari 2016	07.00 WIB		16.00 WIB		
11	16 Februari 2016	07.00 WIB		16.00 WIB		
12	17 Februari 2016	07.00 WIB		16.00 WIB		
13	18 Februari 2016	07.00 WIB		16.00 WIB		
14	19 Februari 2016	07.00 WIB		16.00 WIB		
15	20 Februari 2016	07.00 WIB		16.00 WIB		
16	22 Februari 2016	07.00 WIB		16.00 WIB		
17	23 Februari 2016	07.00 WIB		16.00 WIB		

2

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang membuat daftar riwayat hidup ini :

1. Nama : Fitri Afrida Fajariyani
2. NIM : 132503021
3. Tempat/Tanggal Lahir : Kendal, 10 Maret 1995
4. Nama Orang Tua : Jumeri dan Muawanah
5. Alamat asal : Desa Sukodono Kec.Kendal Kab.Kendal
6. Riwayat Pendidikan
 - a. SDN 01 Sukodono : Tahun 2001-2007
 - b. SMPN 03 Kendal : Tahun 2007-2010
 - c. SMAN 01 Pegandon : Tahun 2010-2013
 - d. UIN Walisongo Semarang : Tahun 2013 - sekarang

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 17 Juni 2016

Hormat Saya,



Fitri Afrida Fajariyani