

**ANALISIS PENERAPAN STRATEGI PROMOSI DALAM
UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH KSPPS
BMT BINA UMMAT SEJAHTERA CABANG LIMPUNG**

TUGAS AKHIR

**Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya Perbankan Syariah**



Oleh :

IVANA SAFITRI

NIM : 132503103

**PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2016

Drs. Zaenuri, MH
Desa Sumberjosari RT. 01 RW. 02
Kel. Karang Ruyung, Kab. Grobogan

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks
Hal : Naskah Tugas Akhir
An. Ivana Safitri

Assalamualaikum Wr. Wb.

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

Nama : Ivana Safitri
NIM : 132503103
Judul : **Analisis Penerapan Strategi Promosi dalam Upaya
Meningkatkan Jumlah Nasabah KSPPS BMT Bina
Ummat Sejahtera Cabang Limpung**

Dengan ini saya mohon kiranya Tugas Akhir saudara tersebut dapat segera diujikan. Demikian harap menjadikan maklum.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Semarang, 18 Mei 2016

Pembimbing



Drs. Zaenuri, MH

NIP. 19610315 199703 1 001



PENGESAHAN

Nama : Ivana Safitri
NIM : 132503103
Jurusan : Perbankan Syari'ah
Judul : **“ANALISIS PENERAPAN STRATEGI PROMOSI DALAM UPAYA
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH KSPPS BMT BINA UMMAT
SEJAHTERA CABANG LIMPUNG”**

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:


9 Juni 2016

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


Semarang, 9 Juni 2016

Mengetahui,

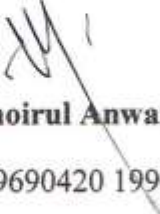
Penguji I


Drs. H. Hasyim Syarbani, MM.
NIP. 19570913 198203 1 002

Penguji II

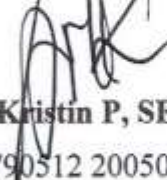

Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., MA.
NIP. 19751218 200501 1 002

Penguji III



H. Khoirul Anwar, M.Ag.
NIP. 19690420 199603 1 002



Penguji IV


Dr. Ari Kristin P, SE., M.Si.
NIP. 19790512 200501 2 004

Pembimbing


Drs. Zaenuri, MH.

NIP. 19610315 199703 1 001

HALAMAN MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ۗ
(البقرة : 282)

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya...”

(QS.al-Baqarah : 282).

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan anugerahnya.
2. Orang tua tercinta yang telah sabar, penuh kasih sayang serta senantiasa tulus ikhlas membesarkan, mendidik dan mengajarkan tentang banyak hal, dan ketulusan do'a nya yang menyertaiku dalam menjalani kehidupan ini.
3. Adik tersayang Ilham Khoirul Malik yang telah memberikan semangat dan do'anya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Almamater tercinta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menimba wawasan keilmuan tentang Perbankan Syariah.
5. Sahabat-sahabat saya yang senantiasa berbagi senang, sedih dan duka bersama semoga persahabatan kita tidak akan pernah terputus.
6. Teman-teman angkatan 2013 serta keluarga besar D3 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang.

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 satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan rujukan.

Semarang, 13 Mei 2016



Deklarator

Ivana Safitri
132503103

ABSTRAK

Banyak alternatif yang dapat ditempuh oleh suatu perusahaan dalam memasarkan produknya tersebut, salah satu alat pemasaran yang umum digunakan adalah melalui promosi. Hal itu pula yang diterapkan oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Limpung dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah. KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Limpung berupaya memberikan pelayanan maksimal dan juga memberikan sosialisasi sekaligus mempromosikan produk dan layanannya kepada masyarakat. Dalam melakukan promosi dibutuhkan suatu strategi yang tepat. Memperhatikan hal-hal tersebut diatas, penulis memandang penting untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Penerapan Strategi Promosi dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Limpung**”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi promosi oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Limpung dalam upayanya untuk meningkatkan jumlah nasabah. Dengan rumusan masalah bagaimana penerapan strategi promosi oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Limpung dalam upaya meningkatkan jumlah nasabahnya. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan yang dilakukan di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Limpung untuk menggali data-data yang relevan atau sumber data (primer dan sekunder). Penulis melakukan pengumpulan data dengan observasi, dokumentasi, dan wawancara. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis dengan metode deskriptif analitis.

Strategi promosi yang dilakukan oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Limpung yaitu memanfaatkan setiap alat promosi untuk memperkenalkan produk dan layanannya. Dengan menggunakan pendekatan penjualan personal dan hubungan masyarakat sebagai alat promosi utamanya, karyawan lebih bisa mengambil hati masyarakat dan membina keakraban dengan suasana santai dan tetap memperhatikan etiket yang ada. Dimana data terakhir menunjukkan jumlah anggota *lending* dan *funding* selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya menunjukkan bahwa strategi promosi yang diterapkan oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Limpung telah berhasil mencapai target dan sesuai dengan visinya yaitu Menjadi Lembaga Keuangan Mikro Syariah Terdepan Dalam Pendampingan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang Mandiri.

Kata Kunci : Penerapan Strategi Promosi

KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum Wr. Wb

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan dan tauladan Rasulullah Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya.

Alhamdulillah atas rahmat, nikmat dan karunia kekuatan yang diberikan Allah SWT akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul **“ANALISIS PENERAPAN STRATEGI PROMOSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH KSPPS BMT BINA UMMAT SEJAHTERA CABANG LIMPUNG”**. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan program D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Terselesaikannya Tugas Akhir ini tidak dapat dilepaskan dari semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini baik berupa materiil, spiritual, nasehat, saran, dan lain sebagainya. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Imam Yahya, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Johan Arifin, S.Ag., MM selaku Ketua Program D3 Perbankan Syariah UIN Walisogo Semarang.
4. Bapak Drs. Zaenuri, MH selaku Pembimbing Tugas Akhir yang dengan tulus telah memberikan petunjuk dan bimbingan kepada penulis sehingga Tugas Akhir ini dapat selesai dengan yang di harapkan.
5. Bapak-bapak dan Ibu-ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis sebagai bekal dalam kegiatan praktek kerja lapangan.

6. Bapak Henry Sancoko selaku Manager BMT BUS cabang Limpung beserta jajaran, yang telah membimbing kami selama proses praktek kerja lapangan (PKL) / Magang.
7. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dalam kegiatan praktek kerja lapangan ini yang tidak dapat ditulis satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Namun demikian penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Semarang, 13 Mei 2016

Penulis



Ivana Safitri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN DEKLARASI.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
D. Tinjauan Pustaka	4
E. Metodologi Penelitian.....	6
F. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Promosi	10
B. Bauran Promosi	18

BAB III	GAMBARAN UMUM KSPPS BMT BUS	
	A. Sejarah KSPPS BMT BUS.....	23
	B. Manajemen	25
	C. Kelembagaan	26
	D. Visi, Misi dan Motto	27
	E. Budaya dan Prinsip Kerja	27
	F. Perkembangan KSPS BMT BUS	29
	G. Susunan Pengurus.....	31
	H. Struktur Organisasi.....	31
	I. Produk-produk	34
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Penerapan Strategi Promosi dengan Memperhatikan Bauran Komunikasi Pemasaran Pada KSPPS BMT BUS Cabang Limpung	43
	B. Analisis Penerapan Strategi Promosi dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah.....	53
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	55
	B. Saran	55
	C. Penutup	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan perbankan syari'ah pada era reformasi ditandai dengan disetujuinya UU No. 10 Tahun 1998. Dalam Undang-Undang tersebut diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syari'ah. Undang-undang tersebut juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuka cabang syari'ah atau bahkan mengkonversikan diri secara total menjadi bank syari'ah.¹

Selain Bank Syariah yang akhir-akhir ini banyak bermunculan di Indonesia, banyak pula bermunculan lembaga keuangan Mikro Swasta yang berprinsip pada Syariah. Di antaranya yaitu *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT). *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) merupakan suatu lembaga yang terdiri dari dua istilah, yaitu *baitul maal* dan *baitul tamwil*. *Baitul maal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non profit seperti: zakat, infak dan sedekah. Adapun *baitul tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Lembaga ini didirikan dengan maksud untuk memfasilitasi masyarakat bawah yang tidak terjangkau oleh pelayanan Bank Islam atau BPRS Islam. Prinsip operasinya didasarkan atas prinsip bagi hasil, jual beli (*ijarah*), dan titipan (*wadi'ah*).²

Keberadaan BMT sendiri merupakan usaha untuk memenuhi keinginan khususnya sebagian umat Islam yang menginginkan jasa layanan Bank Syariah untuk mengelola perekonomiannya. Kebutuhan akan kemudahan berinteraksi, penyimpanan dana, fasilitas, pembiayaan, keamanan dan kenyamanan atas segala risiko kerugian dan kebutuhan untuk berinvestasi adalah bentuk-bentuk kebutuhan yang dapat dilayani oleh lembaga keuangan

¹ M. Syafii Antonio, *Bank Syari'ah dari Teori dan Praktek*, Jakarta: Gema Insani, 2001, h. 26.

²Nurul Huda Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010, Cet ke-1. h. 363.

syariah. Untuk itu, pengembangan dan pemasaran lembaga keuangan syariah perlu lebih ditingkatkan lagi. Usaha-usaha pemasaran untuk menguasai dan memperluas pasar mempunyai arti yang sangat penting, untuk itu perlu di tempuh berbagai cara demi mencapai tujuan tersebut. Seperti yang di ketahui, bahwa konsep dan strategi pemasaran akan selalu berkembang sesuai dengan perkembangan jaman.

Pemasaran modern membutuhkan lebih dari sekedar mengembangkan produk bagus, menghargai secara menarik dan membuatnya dapat diakses oleh pelanggan sasaran. Perusahaan juga harus berkomunikasi dengan pelanggan yang telah membeli produknya maupun dengan pelanggan potensialnya. Jadi setiap perusahaan harus mengambil peran sebagai komunikator dan promotor.³

Setiap perusahaan dalam kegiatan pemasarannya mempunyai strategi yang berbeda dalam bersaing dengan perusahaan lain. Selain dengan menciptakan produk-produk unggulan dan persyaratan yang tidak menyulitkan anggotanya, perusahaan dituntut untuk memperkenalkan produk-produknya pada masyarakat. Banyak alternatif yang dapat ditempuh oleh suatu perusahaan dalam memasarkan produknya tersebut, salah satu alat pemasaran yang umum digunakan adalah melalui promosi. Menurut Drs. Basu Swastha SH dan Irawan (1993), promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dan pemasaran.

Jika produk sudah diciptakan, harga sudah ditetapkan dan tempat (lokasi sudah disediakan) artinya produk sudah benar-benar siap untuk dijual. Agar produk tersebut laku dijual ke masyarakat maka perlu adanya pemberitahuan atas kehadiran produk tersebut berikut manfaat, harga, dimana dapat diperoleh dan kelebihan produk dibanding produk pesaing. Hal itu pula yang diterapkan oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Limpung dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya guna mencapai visi dan

³Philip Kotler, Swee Hoon Ang dkk, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, Yogyakarta : Andi, 2000, h. 2.

misinya. Dalam memasarkan produk dan layanannya, KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera menyadari bahwa salah satu kunci kesuksesan dari pemasaran adalah terbentuknya persepsi dan pemahaman yang tepat di benak konsumen. Untuk membentuk persepsi dan pemahaman yang tepat, dibutuhkan strategi marketing yang tidak mudah. KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Limpung berupaya memberikan pelayanan maksimal dan juga memberikan sosialisai sekaligus mempromosikan produk dan layanannya kepada masyarakat.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul : **“Analisis Penerapan Strategi Promosi dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Limpung”** sebagai bahan penelitian dalam rangka penyusunan Tugas Akhir guna melengkapi persyaratan menyelesaikan Program Studi D3 Perbankan Syariah.

B. Perumusan Masalah

Untuk menghindari supaya dalam pembahasan Tugas Akhir tetap konsisten dengan judul yang diangkat oleh penulis dan dapat menghasilkan pembahasan yang obyektif dan terarah, maka pokok permasalahannya adalah sebagai berikut :

Bagaimana penerapan strategi promosi oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Limpung dalam upaya meningkatkan jumlah nasabahnya?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan di atas , maka tujuan penelitian yang akan dicapai adalah :

Untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi promosi oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Limpung dalam upayanya untuk meningkatkan jumlah nasabah.

2. Manfaat

a. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dan kemampuan tentang analisis penerapan strategi promosi dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah dan menerapkan teori-teori yang selama ini didapat dengan aplikasi nyata di dunia Perbankan Syariah khususnya BMT.

b. Bagi BMT

Bagi BMT BUS cabang Limpung penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil kebijakan juga sebagai masukan dalam upaya meningkatkan jumlah nasabahnya.

c. Bagi Pembaca

Untuk menambah wawasan pengetahuan tentang lembaga keuangan syariah dan sebagai referensi untuk melakukan penelitian lanjutan.

D. Tinjauan Pustaka

Adapun yang menjadi tinjauan pustaka untuk menunjang dan sebagai bahan masukan dalam penyusunan laporan Tugas Akhir, penulis menggunakan beberapa buku induk, antara lain :

1. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Pemasaran*. Dalam buku ini dijelaskan bahwa salah satu unsur penting dalam proses manajemen pemasaran adalah rencana dan strategi pemasaran yang kreatif yang dapat memandu kegiatan pemasaran. Pengembangan strategi pemasaran yang tepat sepanjang waktu membutuhkan campuran antara disiplin dan fleksibilitas. Perusahaan harus setia pada strategi, tapi juga harus menemukan cara-cara untuk terus memperbaikinya.

Dalam menganalisis pasar konsumen, persepsi adalah lebih penting daripada realitas. Karena persepsi itulah yang akan mempengaruhi perilaku aktual konsumen, yang mana persepsi tersebut dapat dibentuk dari bagaimana pemasar mempromosikan produknya pada masyarakat.

2. Kasmir, SE.,MM. dalam bukunya yang berjudul *Pemasaran Bank*. Dalam buku ini dijelaskan bahwa kebanyakan konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk terkecuali perusahaan menjalankan suatu usaha promosi dan penjualan yang kokoh. Oleh karena itu, perusahaan harus menjalankan usaha-usaha promosi dan penjualan dalam rangka mempengaruhi konsumen.

Dalam mengembangkan usahanya dilakukan strategi penetrasi pasar guna meningkatkan penjualan. Cara-cara yang dilakukan adalah dengan meningkatkan usaha pemasaran melalui peningkatan promosi.

3. Fandy Tjiptono dalam bukunya yang berjudul *Strategi Pemasaran*. Dijelaskan bahwa ada tiga unsur pokok dalam struktur proses komunikasi pemasaran yaitu : pelaku komunikasi yang terdiri atas pengirim atau komunikator yang menyampaikan pesan, meterial komunikasi meliputi gagasan, pesan, media serta respon, dan terakhir adalah proses komunikasi.

Secara singkat komunikasi pemasaran atau lebih dikenal dengan promosi adalah berkaitan dengan upaya untuk mengarahkan seseorang agar dapat mengenal produk perusahaan, kemudian memahaminya, berubah sikap, menyukai, yakin dan kemudian pada akhirnya membeli dan selalu ingat akan produk tersebut.

4. Philip Kotler, Swee Hoon Ang, Siew Men Leong dan Chin Tiong Tan dalam bukunya yang berjudul "*Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*" menjelaskan bahwa setiap perusahaan harus mengambil peran sebagai komunikator dan promotor peran itu dilakukan dengan menggunakan urutan tahapan yang tepat. Dengan memahami urutan yang tepat, pemasar dapat melaksanakan pekerjaan perencanaan komunikasi dengan lebih baik.

E. Metodologi Penelitian

Untuk menyusun Tugas Akhir ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu pendekatan yang lebih menekankan analisisnya pada proses penyimpulan induktif, serta pada analisis terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati dengan menggunakan logika ilmiah.⁴ Oleh karena itu, peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas jadi biasa bertanya, menganalisa dan mengkonstruksi obyek yang diteliti menjadi lebih jelas.

Untuk memperoleh data-data yang penulis butuhkan, penulis menggunakan metode pengumpulan data antara lain sebagai berikut :

1. Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Metode ini merupakan pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dengan cara menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja panca indera mata serta dibantu dengan panca indera yang lainnya⁵ selama di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Limpung. Serta mencatat semua yang berhubungan dengan pelayanan dan kegiatan promosi.

b. Wawancara

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab sepihak, yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian. Tanya jawab tersebut dilakukan oleh dua orang atau lebih secara fisik dan masing-masing pihak dapat menggunakan saluran-saluran komunikasi secara wajar dan lancar.⁶ Wawancara dilakukan dengan cara tanya jawab. Penulis melakukan wawancara kepada bagian pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain adalah *Manager Area, Staff Marketing* dan *Teller* di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Limpung. Hal ini dilakukan agar tidak

⁴Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005, h.5.

⁵Burhan Bungis, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005, h.133.

⁶Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, Yogyakarta: Andi Offset, 2014, h. 218.

terjadi penyimpangan atau kesalah pahaman mengenai judul yang diangkat.

c. Dokumentasi

Merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu baik berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental⁷ yang penulis kumpulkan dari KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera. Data tersebut berupa *Profile Company* yang didalamnya dijelaskan tentang sejarah berdirinya KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera secara spesifik. Data lain adalah berupa *brosure* KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukur atau pengambilan data langsung pada sumber obyek sebagai sumber informasi yang dicari.⁸

Data primer penulis, mengumpulkan langsung dari sumber utama atau dari data penulis sendiri. Dalam hal ini, penulis melalui interview dengan Manajer Administrasi BMT BUS cabang Limpung dan interview dengan karyawan.

b. Data Sekunder

Adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut, yang disajikan oleh pihak pengumpul data primer.⁹Penulismemperoleh data sekunder dari data historis KSPPS BMT BUS cabang Limpung, studi literatur, laporan penelitian da laporan keuangan yang diterbitkan KSPPS BMT BUS cabang Limpung maupun internet dan lain-lain.

⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, , 2012, Cet ke -17, h. 240.

⁸Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005. h. 9.

⁹M. Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah Suatu Pengenalan Umum*, Jakarta: Tazkia Institute, 1999, Cet ke-1, h.138

3. Analisis Data

Untuk menganalisis data yang diperoleh, penulis menggunakan pendekatan deskriptif analitis, yaitu suatu metode yang bertujuan untuk membuat analisis deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.¹⁰ Dengan fakta-fakta yang sudah diperoleh penulis menganalisis dengan mengaitkan pada penerapan strategi promosi KSPPS BMT BUS cabang Limpung dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah.

F. Sistematika Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini, penulis mendeskripsikan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini akan menjelaskan tentang landasan teori yang meliputi: strategi promosi dan bauran promosi.

BAB III GAMBARAN UMUM KSPPS BMT BUS

Bab ini berisi tentang gambaran umum perusahaan yang meliputi: sejarah dan perkembangan perusahaan, visi dan misi perusahaan, bidang usaha dan wilayah kerja perusahaan, struktur organisasi perusahaan, tugas masing-masing bagian, budaya perusahaan, prinsip dan produk perusahaan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi permasalahan yang akan diteliti yakni tentang penerapan strategi promosi BMT BUS cabang Limpung dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah.

¹⁰Nazir, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghlmia Indonesia, 1998, h. 48

BAB V PENUTUP

Bab terakhir dari penulisan Tugas Akhir ini berisi kesimpulan, saran dan penutup.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Promosi

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari kata Yunani *strategia* (*stratos* = militer, dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Konsep ini relevan dengan situasi pada jaman dulu yang sering diwarnai perang.

Dalam konteks bisnis, strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu organisasi.¹¹

Menurut Jain 1990, setiap organisasi membutuhkan strategi manakala menghadapi situasi sebagai berikut :

- 1) Sumber daya yang dimiliki terbatas.
- 2) Ada ketidakpastian mengenai kekuatan bersaing organisasi.
- 3) Komitmen terhadap sumber daya tidak dapat diubah lagi.
- 4) Keputusan-keputusan harus dikoordinasikan antar bagian sepanjang waktu.
- 5) Ada ketidakpastian mengenai pengendalian inisiatif.

Menurut Stoner, Freeman dan Gilbert, Jr. (1995), konsep strategi dapat didefinisikan berdasarkan dua perspektif yang berbeda.¹² Pertama, strategi didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya. Makna yang terkandung dari strategi ini adalah para manajer memainkan peranan yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi. Dalam lingkungan

¹¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, 2000, h. 3.

¹²*Ibid.*

yang turbulen dan selalu mengalami perubahan, pandangan ini lebih banyak diterapkan. Sedangkan perspektif kedua, strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Pada definisi ini setiap organisasi pasti memiliki strategi, meskipun tidak pernah dirumuskan secara eksplisit. Pandangan ini diterapkan bagi para manajer yang bersifat reaktif, yaitu hanya menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan secara pasif manakala dibutuhkan.

Strategi adalah pola fundamental dari tujuan sekarang dan yang direncanakan, pengalokasian sumber daya, dan interaksi dari organisasi dengan pasar, pesaing dan faktor-faktor lingkungan lain.¹³

Strategi menjelaskan apa yang harus dicapai, kemana (pada industri apa dan produk pasar akan berfokus), dan bagaimana (sumber daya dan kegiatan mana yang akan dialokasikan untuk setiap produk pasar dalam memenuhi peluang dan tantangan lingkungan serta untuk meraih keunggulan kompetitif).

b. Unsur - unsur Strategi

Secara lebih spesifik ada lima unsur atau himpunan isu dalam strategi yang dikembangkan dengan baik :¹⁴

1) Ruang lingkup

Ruang lingkup suatu organisasi mengacu pada keluasan dari sasaran strateginya, jumlah dan tipe industri, lini produk dan segmen pasar dimana ia bersaing atau direncanakan untuk masuk.

2) Tujuan dan sasaran

Strategi merinci tingkat penyelesaian yang diinginkan pada satu atau lebih dimensi kinerja seperti pertumbuhan volume, kontribusi laba atau pengembalian investasi selama periode waktu

¹³Larreche, dkk., *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2000, h. 28.

¹⁴*Ibid.*

tertentu untuk setiap perusahaan dan produk pasar dan untuk organisasi secara keseluruhan.

3) Pengalokasian sumber daya

Menentukan juga melibatkan keputusan bagaimana sumber daya itu dicapai dan dialokasikan antar unit bisnis, produk pasar, departemen fungsional dan kegiatan-kegiatan di dalam setiap perusahaan.

4) Identifikasi keunggulan kompetitif yang layak

Satu bagian penting dari strategi apapun adalah spesifikasi dari bagaimana organisasi akan bersaing dalam setiap unit bisnis dan produk pasar di dalam domainnya. Bagaimana perusahaan dapat memposisikan dirinya untuk mengembangkan dan mempertahankan keunggulan yang berbeda atas pesaing-pesaingnya.

5) Sinergi

Sinergi muncul bila unit bisnis, produk pasar, pengalokasian, sumber daya dan kompetensi perusahaan saling melengkapi dan saling menguatkan satu sama lain.

2. Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir dimana setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.¹⁵

Menurut Fandy Tjiptono, promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.¹⁶

¹⁵Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2005, h. 176.

¹⁶Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, 2000, h. 219.

Menurut Stanson, promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, penjualan personal dan alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.¹⁷

Sedangkan menurut Irwan Dani, promosi adalah usaha yang dilakukan agar calon pembeli memperhatikan kepada usaha, barang atau jasa yang ditawarkan untuk kemudian mendorongnya untuk membeli.¹⁸

Dari beberapa definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa promosi adalah cara komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendorong atau menarik calon konsumen agar membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Ringkasnya promosi merupakan alat komunikasi yang bersifat sosialisasi dan persuasif agar konsumen mau mengkonsumsi produk dan atau jasa kita.

Promosi berdasarkan perspektif Islam harus mengandung nilai-nilai sebagai berikut :¹⁹

1) Tulus, ikhlas (*sincerety*)

Promosi yang dilakukan haruslah dilandasi atas niat yang baik, tulus dan ikhlas serta tidak merendahkan produk lain.

2) Kejujuran (*honesty*)

Informasi yang disampaikan sesuai denganspesifikasi produk itu sendiri, tidak menyelewengkan informasi tentang suatu jasa atau produk.

3) Penuh makna (*meaningful*)

Pesan yang disampaikan mempunyai nilai yang bermanfaat.

¹⁷ Angipora, M.P, *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1999, h. 65

¹⁸ Irwan Dani, *Bagaimana Memperbaiki Pemasaran Anda*, Jakarta: Friedrich Ebert Stiftung, 1999, h. 66.

¹⁹ Hamzah Ya'kub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam*, Bandung: CV. Diponegoro, 1992, h. 156.

4) Bertanggung jawab (*accountability*)

Bertanggung jawab terhadap apa yang dipromosikan dan menepati janji-janji yang diberikan dalam sebuah promosi. Maka dari itu tidak diperkenankan membuat iklan yang berlebih-lebihan dan terlalu banyak memuji produk sendiri agar laku.

b. Tujuan Promosi

Menurut Rossiter dan Percy (dalam Prayitno, 1993) mengklasifikasikan tujuan promosi sebagai efek dari komunikasi adalah sebagai berikut :

- 1) Menumbuhkan persepsi pelanggan terhadap suatu kebutuhan (*category need*).
- 2) Memperkenalkan dan memberikan pemahaman tentang suatu produk kepada konsumen (*brand awareness*).
- 3) Mendorong pemilihan terhadap suatu produk (*brand attitude*).
- 4) Membujuk pelanggan untuk membeli suatu produk (*brand purchase intention*).
- 5) Mengimbangi kelemahan unsur bauran pemasaran lain (*purchase facilitation*).
- 6) Menanamkan citra produk dan perusahaan (*positioning*).

3. Pengertian Strategi Promosi

Strategi promosi berkaitan dengan masalah-masalah perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian komunikasi persuasif dengan pelanggan. Strategi promosi ini untuk menentukan proporsi *personal selling*, iklan dan promosi penjualan.²⁰ Ada enam strategi pokok dalam strategi promosi :

²⁰*Ibid*, h. 233.

a. Strategi pengeluaran promosi

Ada empat metode umum yang dipakai :²¹

- Metode sesuai kemampuan yaitu menetapkan anggaran promosi sebatas yang mereka perkirakan dapat ditanggung perusahaan.
- Metode persentase penjualan, yaitu menetapkan anggaran promosi sebesar persentase tertentu dari penjualan saat ini atau yang diramalkan.
- Metode menyamai pesaing, yaitu menyamakan anggaran promosi perusahaan dengan pesaing.
- Metode tujuan dan tugas, yaitu menetapkan anggaran promosi berdasarkan apa yang ingin dicapai dengan promosi.

b. Strategi bauran promosi

Strategi ini berupaya memberikan distribusi yang optimal dari setiap metode promosi. Faktor-faktor yang menentukan bauran promosi :

- Faktor produk, yaitu dengan mempertimbangkan karakteristik dan cara produk itu dibeli, dikonsumsi dan dipersepsikan.
- Faktor pasar, yaitu memperhatikan tahapan-tahapan yang dimulai dengan tahap pengenalan, pertumbuhan, kedewasaan dan penurunan. Promosi dan posisi penjualan sangat diperlukan untuk menghambat penurunan penjualan produk.
- Faktor pelanggan.
- Faktor anggaran
- Dan faktor bauran pemasaran

c. Strategi memilih media

Tujuan dari strategi ini adalah memilih media dengan tepat untuk kampanye iklan dalam rangka membuat pelanggan menjadi tahu, paham, menentukan sikap dan membeli produk yang dihasilkan perusahaan. Pemilihan setiap media dipengaruhi oleh faktor-faktor

²¹Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2001, h.126.

seperti ciri produk, pasar sasaran, luas dan jenis distribusi, anggaran, strategi iklan pesaing, serta keunggulan dan kekurangan media itu sendiri.

d. Strategi copy periklanan

Copy adalah isi dari iklan. Copy berfungsi untuk menjelaskan manfaat produk dan memberi alasan kepada pembacanya mengapa harus membeli produk tersebut. Copy yang efektif haruslah menarik, spesifik, mudah dimengerti, singkat, bisa dipercaya, sesuai dengan keinginan pembaca dan persuasif.

e. Strategi penjualan

Yang dimaksud dengan strategi penjualan adalah memindahkan posisi pelanggan ke tahap pembelian (dalam proses pengambilan keputusan) melalui penjualan tatap muka.

f. Strategi motivasi dan penyediaan tenaga penjual

Karyawan dapat dimotivasi dengan menggunakan penghargaan baik finansial (berwujud kompensasi uang) maupun nonfinansial (dalam bentuk program evaluasi kerja). Sedangkan penyediaan diperlukan untuk memastikan bahwa karyawan bekerja dengan baik, menempatkan karyawan pada lokasi yang tepat, memberi pelatihan dan sebagai saluran komunikasi antara atasan dengan bawahan.

Dalam menjalankan strategi promosi, peran karyawan sangat penting dalam menentukan apakah strategi yang diciptakan berhasil atau tidaknya. Mengingat karakter dan latar belakang konsumen yang beragam, perusahaan harus benar-benar memilih karyawan yang memiliki semangat kerja dan sifat optimis yang tinggi sebagai kunci kemenangan. Sebagaimana firman Allah dalam Al Qur'an Surah Yunus ayat 107, yang berbunyi :

وَإِنْ يَمَسُّكَ اللَّهُ بِضُرٍّ فَلَا كَاشِفَ لَهُ إِلَّا هُوَ وَإِنْ يُرِدْكَ
بِخَيْرٍ فَلَا رَادَّ لِفَضْلِهِ يُصِيبُ بِهِ مَنْ يَشَاءُ مِنْ عِبَادِهِ وَهُوَ الْغَفُورُ
الرَّحِيمُ ﴿١٠٧﴾

Artinya : “Jika Allah menimpakan sesuatu kemudharatan kepadamu, maka tidak ada yang dapat menghilangkannya kecuali Dia. Dan jika Allah menghendaki kebaikan bagi kamu, maka tak ada yang dapat menolak karunia-Nya. Dia memberikan kebaikan itu kepada siapa yang dikehendaki-Nya di antara hamba-hamba-Nya dan Dialah Yang Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”(QS: Yunus Ayat: 107)²²

Dalam Hadist juga dijelaskan bahwa :

وَعَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ : أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ :
مَنْ دَعَا إِلَى هُدًى كَانَ لَهُ مِنَ الْأَجْرِ مِثْلُ أُجُورٍ مَنْ تَبَعَهُ لَمْ يَنْقُصْ ذَلِكَ مِنْ
أُجُورِهِمْ شَيْئًا وَمَنْ دَعَا إِلَى ضَلَالَةٍ كَانَ عَلَيْهِ مِنَ الْإِثْمِ مِثْلُ آثَامِ مَنْ تَبَعَهُ لَمْ
يَنْقُصْ ذَلِكَ مِنْ آثَامِهِمْ شَيْئًا (روه مسلم)

Dari Abu Hurairah ra, ia berkata: sesungguhnya Rasulullah saw bersabda: “siapa saja yang mengajak kepada kebenaran, maka ia memperoleh pahala seperti pahala orang yang mengerjakannya tanpa dikurangi sedikitpun. Dan siapa saja yang mengajak kepada kesesatan, maka ia mendapat dosa seperti dosa orang yang mengerjakan tanpa dikurangi sedikitpun” (HR Muslim)²³

²² Departemen Agama Republik Indonesia, *Al Qur'an dan Terjemahannya*, Surabaya : Al-Hidayah

²³ Ahmad.,*Syarah Mukhtaarul Ahaadits, terj. Moch. Anwar, dkk.*, Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2005, cetakan VII., h. 94

B. Bauran Promosi

Dalam praktiknya paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya. Pertama, promosi melalui periklanan (*advertising*). Kedua, melalui promosi penjualan (*sales promotion*), ketiga publisitas (*publicity*) dan keempat adalah promosi melalui penjualan pribadi (*personal selling*).²⁴

1. Periklanan (*Advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh bank. Informasi yang diberikan adalah manfaat produk, harga produk serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan pesaing. Tujuan promosi lewat iklan adalah berusaha untuk menarik dan mempengaruhi calon nasabahnya.

Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti lewat :

- a. Pemasangan *billboard* (papan nama) di jalan-jalan strategis.
- b. Pencetakan brosur baik disebar di setiap cabang atau pusat-pusat perbelanjaan.
- c. Pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang strategis.
- d. Melalui koran.
- e. Melalui majalah.
- f. Melalui televisi.
- g. Melalui radio.
- h. Dan menggunakan media lainnya.

Agar iklan dapat dijalankan dengan efektif dan efisien, maka perlu dilakukan program pemasaran yang tepat. Dalam praktiknya, program periklanan yang harus dilalui adalah sebagai berikut :

- a. Identifikasi pasar sasaran dan motif pembeli.

²⁴Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2005, h. 176.

- b. Menentukan misi yang menyangkut sasaran penjualan dan tujuan periklanan.
- c. Menetapkan anggaran iklan.
- d. Merancang pesan yang akan disampaikan.
- e. Memilih media yang akan digunakan.
- f. Mengukur dampak dari iklan.

Tujuan penggunaan dan pemilihan iklan tergantung dari tujuan bank. Masing-masing media memiliki tujuan yang berbeda. Terdapat paling tidak lima macam tujuan penggunaan iklan sebagai media promosi, yaitu :

- a. Untuk memberitahukan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan produk dan jasa bank yang dimiliki oleh suatu bank. Seperti peluncuran produk baru, manfaat produk atau informasi lainnya. Iklan juga bertujuan untuk memberitahukan tentang pembukaan cabang baru, atau penggunaan teknologi baru.
- b. Untuk mengingatkan kembali kepada nasabah tentang keberadaan atau keunggulan jasa bank yang ditawarkan. Biasanya karena banyak saingan yang masuk sehingga perlu diingatkan agar nasabah tidak beralih ke bank lain.
- c. Untuk menarik perhatian dan minat para nasabah baru dengan harapan akan memperoleh daya tarik dari para calon nasabah. Diharapkan mereka mencoba untuk membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan atau paling tidak mereka sudah mengerti tentang kehadiran produk.
- d. Mempengaruhi nasabah saingan agar berpindah ke bank yang mengiklankan. Dalam hal ini sasarannya adalah nasabah yang sudah mengerti dan sudah menjadi nasabah kita. Diharapkan nasabah lain juga ikut terpengaruh dengan peringatan kita.
- e. Membangun citra perusahaan untuk jangka panjang, baik untuk produk yang dihasilkan maupun nama perusahaan.

2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Promosi penjualan dapat dilakukan melalui pemberian diskon, kontes, kupon, atau sample produk. Dengan menggunakan alat tersebut akan memberikan tiga manfaat bagi promosi penjualan, yaitu :

- a. Komunikasi, memberikan informasi yang dapat menarik perhatian nasabah untuk membeli.
- b. Insentif, memberikan dorongan dan semangat kepada nasabah untuk segera membeli produk yang ditawarkan.
- c. Invitasi mengharapkan nasabah segera merealisasi pembelian.

Bagi bank, promosi penjualan dapat dilakukan melalui :

- a. Pemberian bunga khusus (*special rate*) untuk jumlah dana yang relatif besar. Walaupun hal ini akan mengakibatkan persaingan tidak sehat.
- b. Pemberian insentif kepada setiap nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu.
- c. Pemberian cinderamata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah yang loyal.
- d. Promosi serta penjualan lainnya.

Tiga macam cara program promosi penjualan :

- a. Promosi konsumen, seperti penggunaan kupon, sampel produk, hadiah atau bentuk undian.
- b. Promosi dagang, berupa bantuan peralatan atau insentif.
- c. Promosi wiraniaga, melalui kontes penjualan.

3. Publisitas (*Publicity*)

Merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial serta kegiatan lainnya. Kegiatan

publisitas dapat meningkatkan pamor bank dimata para nasabahnya. Oleh karena itu, publisitas perlu diperbanyak lagi dengan tujuan agar nasabah mengenal bank lebih dekat.

Kegiatan publisitas dapat dilakukan melalui :

- a. Ikut pameran
- b. Kegiatan amal
- c. Bakti sosial
- d. Sponsorship kegiatan.

4. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank. *Personal selling* juga dilakukan dengan merekrut tenaga-tenaga dan salesman/salesgirl untuk melakukan penjualan *door to door*. Penjualan secara *personal selling* akan memberikan beberapa keuntungan bank, yaitu :

- a. Bank dapat langsung bertatap muka dengan nasabah atau calon nasabah, sehingga dapat langsung menjelaskan tentang produk bank kepada nasabah secara rinci.
- b. Dapat memperoleh informasi langsung dari nasabah tentang kelemahan produk kita terutama dari keluhan yang nasabah sampaikan termasuk informasi dari nasabah tentang bank lain.
- c. Petugas bank dapat langsung mempengaruhi nasabah dengan berbagai argumen yang kita miliki.
- d. Memungkinkan hubungan terjalin akrab antara bank dengan nasabah.
- e. Petugas bank yang memberikan pelayanan merupakan citra bank yang diberikan kepada nasabah apabila pelayanan yang diberikan baik dan memuaskan.
- f. Membuat situasi seolah-olah mengharuskan nasabah mendengarkan, memperhatikan dan menganggapi bank.

Secara khusus *personal selling* dilakukan oleh petugas *Costumer Service*.

Dalam melakukan kegiatan promosinya, suatu lembaga keuangan harus juga memperhatikan etiket perbankan. Karena dengan etiket atau norma-norma yang diterapkan untuk kegiatan promosi akan lebih memudahkan tercapainya tujuan promosi tersebut. Adapun ketentuan yang diatur dalam etiket secara umum, antara lain :²⁵

1. Sikap dan perilaku
2. Penampilan
3. Cara berpakaian
4. Cara berbicara
5. Gerak-gerik
6. Cara bertanya
7. Dan hal-hal lain.

²⁵*Ibid*, h. 189.

BAB III

GAMBARAN UMUM KSPPS BMT BUS

A. Sejarah KSPPS BMT BUS

Tahun 1996 Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) Orsat Rembang berusaha menggerakkan organisasi dengan mendirikan sebuah lembaga keuangan alternatif berupa usaha simpan pinjam yang dimotori gerakan Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM), karena perkembangan lembaga ini mendapat tanggapan yang baik dari masyarakat, maka pada tahun 1998 berubah menjadi Koperasi Serba Usaha (KSU), pada tahun 2002 berubah menjadi Koperasi Simpan Pinjam Syariah (KSPS) BMT Bina Ummat Sejahtera sampai pada akhirnya pada tahun 2006 berubah menjadi Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) dan 26 Maret 2014 berubah lagi menjadi Koperasi Simpan Pinjam Syariah (KSPS).

BMT Bina Ummat Sejahtera atau *Baitul Maal wat Tamwil* Bina Ummat Sejahtera lahir pada tanggal 10 November 1996 atas prakarsa ICMI Orsat Rembang dengan modal awal Rp. 2.000.000,-. Dibawah kepemimpinan H. Abdullah Yazid pada awal berdirinya. BMT BUS hanya dikelola oleh 3 orang sarjana yang anehnya ketiganya bukanlah lulusan dari ekonomi. Ketiga orang tersebut adalah Drs. Ahmad Zuhri dengan dasar pendidikan keguruan. Drs. Saifuddin dengan dasar pendidikan publistik, dan Drs. Rokhmad dengan dasar pendidikan ilmu syariah. Meskipun dari ketiga pengelola tersebut tidak mempunyai dasar ilmu ekonomi namun berkat kekuatan niat dan semangat berhasil menghantarkan BMT BUS menjadi lembaga yang saat ini mampu bersaing di kancah perekonomian nasional. Pada masa awal operasional BMT Bina Ummat Sejahtera pekerjaan yang dilakukan pertama kali adalah segmentasi pasar.

Segmentasi pasar yang menjadi perhatian BMT Bina Ummat Sejahtera adalah para pedagang pasar tradisional yang berada pada kelompok *grass root*. Mengapa demikian karena pada kelompok inilah yang merupakan

kelompok rentan praktik hutang rentenir, dimana mereka menggunakan pinjaman modal dari para pemilik uang dengan bunga yang relatif tinggi.

Berbekal modal Rp. 2.000.000,-, pengelola yang berjumlah 3 (tiga) orang mulai keluar masuk pasar untuk memberikan bantuan permodalan dengan menggunakan sistem bagi hasil. Perilaku sistem bagi hasil ini ternyata menarik minat para pedagang kecil. Mereka seolah mendapatkan angin segar dan perlahan melepaskan diri dari jeratan si rentenir. Berkat kegigihan dan semangat yang dimiliki oleh para pengelola, pelan tapi pasti menunjukkan pertumbuhan yang signifikan baik dari segi jumlah anggota yang dilayani maupun nominal pembiayaan yang diberikan. Selain memberi pembiayaan, mereka para pengelola juga memberikan edukasi kepada para anggota pembiayaan untuk sedikit menyisihkan hasil usaha sebagai simpanan yang digunakan untuk kepentingan yang tidak terduga.

Melalui edukasi ini banyak anggota pembiayaan yang awalnya hanya mempunyai pembiayaan pada akhirnya juga mempunyai simpanan. Memang simpanan yang mereka miliki tidaklah besar karena mereka hanya dapat menyisihkan Rp.1.000,- perhari untuk mengisi simpanan, namun demikian sudah ikut serta dalam peningkatan aset yang dimiliki oleh BMT Bina Ummat Sejahtera. Dengan memanfaatkan jaringan dan pengalaman, KSPS 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 kontinue untuk mengembangkan ekonomi produktif bagi kemaslahatan 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).

B. Manajemen

Koperasi Simpan Pinjam Syariah Bina Ummat Sejahtera dalam menapaki perjalanannya telah menerapkan manajerial sistem, hal tersebut tercermin dalam rapat anggota tahunan sebagai kekuasaan tertinggi untuk memilih Pengurus dan Pengawas dari anggota untuk masa jabatan 5 tahun. Beberapa pengurus ditunjuk sebagai pengawas atau supervisi sesuai dengan sistem yang diterapkan oleh lembaga. Oleh karenanya, Pengurus bertindak sebagai *Policy maker* dalam menjalankan roda keorganisasian.

Operasionalisasi kerja sehari-hari dikuasakan kepada Manajer Region dan Manajer Pemasaran, Manajer Operasional, Manajer SPI, dimana masing-masing Manajer dibantu oleh beberapa Kabag. Yaitu Kabag Pembiayaan, Kabag Simpanan, Kabag Pendampingan, Kabag Keuangan, Kabag Adum, Kabag HRD dan Personalia, Kabag Audit serta Kabag IT, yang masing-masing Kabag dibantu oleh Kasi, Kasubsidi dan Staf. Hal ini bertujuan untuk mengefektifkan kerja Pengurus.

Manajemen menetapkan rapat kerja dua kali dalam satu bulan yang diikuti oleh jajaran Top Manajemen dan para manajer cabang, hal tersebut dimaksudkan untuk mengadakan evaluasi dan pencapaian target dan untuk menetapkan kebijakan pada bulan yang akan datang. Pengawasan kinerja cabang telah ditetapkan Pengurus dikendalikan oleh Manajer Region dan para Pengawas yang memantau langsung ke cabang serta Internal Audit secara rutin mengevaluasi kinerja cabang, sehingga pengendalian ini benar-benar dilakukan sesuai dengan sistem yang telah ditetapkan oleh Lembaga.

Pengawasan dilakukan atas dasar laporan yang dikirim oleh masing-masing cabang atau dasar temuan-temuan oleh Internal Audit. Selain hal tersebut, Audit Akuntan Publik dilakukan setiap tahun untuk memberikan penilaian kinerja lembaga dalam kurun waktu satu tahun.

C. Kelembagaan

Nama Lembaga	: Koperasi Simpan Pinjam Syariah <i>Baitul Maal wat Tamwil</i> (KSPS BMT) Bina Ummat Sejahtera
Diresmikan Tanggal	: 10 November 1996 Oleh Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (Orsat Kabupaten Rembang)
Badan Hukum	: 1. Koperasi Serba Usaha “Unit Simpan Pinjam”
Nomor Badan Hukum	: 13801/BH/KWK.11/III/1998 Tanggal 31 Maret 1998
Perubahan Anggaran Dasar Keputusan Gubernur Nomor	: 2. Koperasi Simpan Pinjam Syariah : 03/BH/PAD/KDK.11/VII/2002 Tanggal 1 Juli 2002
Perubahan Anggaran Dasar Keputusan Gubernur Nomor	: 3. Koperasi Jasa Keuangan Syariah : 04/PAD/KDK.11/IV/2006 Tanggal 4 April 2006
Keputusan Gubernur Nomor	: 09/PAD/KDK/VIII/2007 Tanggal 22 Agustus 2007
Perubahan Anggaran Dasar Keputusan Men.Kop. dan UKM	: Koperasi Simpan Pinjam Syariah : 188/PAD/MKUKM.2/III/2014 Tanggal 26 Maret 2014
NPWP	: 1.697.414.9-507
Nomor SIUP	: 21-08/11.27/PM/III/2009
Nomor TDP	: 1127000204
Alamat Kantor Pusat	: Jl. Untung Suropati No.16 Lasem, Rembang, Jawa Tengah.
Telp./Fax	: (0295) 532376
Email	: bmt_bus@yahoo.com

D. Visi , Misi dan Motto

1. Visi

Menjadi lembaga keuangan syariah terdepan dalam pendampingan usaha mikro, kecil dan menengah yang mandiri.

2. Misi

a. Membangun lembaga jasa keuangan syariah yang mampu memberdayakan jaringan ekonomi mikro syariah, sehingga menjadikan ummat yang mandiri.

b. Menjadikan lembaga jasa keuangan syariah tumbuh dan berkembang melalui kemitraan yang sinergi dengan lembaga syariah lain, sehingga mampu membangun tatanan ekonomi yang penuh kesetaraan dan keadilan.

c. 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 guna mempercepat proses mensejahterakan ummat, sehingga terbebas dari dominasi ekonomi ribawi.

d. Mewujudkan lembaga yang mampu memberdayakan, membebaskan dan membangun keadilan ekonomi ummat, sehingga menghantarkan ummat Islam sebagai *Khoero Ummat*.

3. Motto *Baitul Maal wat Tamwil*

“Wahana Kebangkitan Ekonomi Ummat”

Dari Ummat Untuk Ummat Sejahtera Untuk Semua.

E. Budaya dan Prinsip Kerja

1. Budaya Kerja

KSPS BMT BUS sebagai lembaga jasa keuangan syariah menetapkan budaya kerja dengan prinsip-prinsip syariah yang mengacu pada sikap akhlaqul karimah dan kerahmatan.

Sifat tersebut terinspirasi dengan empat sifat Rasulullah yang disingkat SAFT:

a. *Shidiq*

Menjaga integritas pribadi yang bercirikan ketulusan niat, kebersihan hati, kejernihan berfikir, berkata benar, bersikap terpuji dan mampu menjadi teladan.

b. *Amanah*

Menjadi terpercaya peka, obyektif dan disiplin serta penuh tanggung jawab.

c. *Fathonah*

Profesionalisme dengan penuh inovasi, cerdas, terampil dengan semangat belajar dan berlatih yang bekesinambungan.

d. *Tablig*

Kemampuan berkomunikasi atas dasar transparansi, pendampingan dan pemberdayaan yang penuh kedilan.

2. Prinsip Kerja

a. Pemberdayaan

KSPS BMT BUS adalah Lembaga Keuangan Syariah yang selalu mentransfer ilmu kewirausahaan lewat pendampingan manajemen, pengembangan sumberdaya insani dan teknologi tepat guna, kerjasama bidang finansial dan pemasaran, sehingga mampu memberdayakan wirausaha-wirausaha baru yang siap menghadapi persaingan dan perubahan pasar.

b. Keadilan

Sebagai *intermediary institution*, KSPS BMT BUS menerapkan asas kesepakatan, keadilan, kesetaraan dan kemitraan, baik antara lembaga dan anggota maupun antar sesama anggota dalam menerapkan bagi hasil usaha.

c. Pembebasan

Sebagai Lembaga Keuangan Syariah, KSPS BMT BUS yang berasaskan 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.

F. Perkembangan KSPS BMT BUS

Berkat ketekunan, keyakinan dan niat membantu masyarakat khususnya kalangan menengah bawah, kini KSPS BMT Bina Ummat Sejahtera semakin menunjukkan prestasi dan kinerja yang semakin meningkat. Hingga Agustus 2014, BUS telah memiliki 78 kantor cabang ditambah 1 kantor pusat dengan jumlah anggota 136.200 orang. Komposisi KSPS BMT BUS berjumlah 1.287 orang, terdiri dari 656 orang karyawan putra dan 631 orang karyawan putri. Dan jangkauan pelayanannya tersebar di wilayah Jawa Tengah, DIY, DKI dan Kalimantan Barat. Beberapa kantor cabang BUS, antara lain :

Tabel 3.1 Kantor Cabang BUS

No.	Kantor	Jumlah	Wilayah
1.	Kantor Pusat	1	Lasem
2.	Kantor Cabang Utama	10	Rembang, Kudus, Jepara, Grobogan, Solo, Semarang, Tegal, Yogyakarta, Jakarta, Pontianak.
3.	Kantor Cabang	68	- Pasar Lasem, Taman Lasem, Sluke, Pandangan, Kragan, Sarang, Kaliori, Sumber, Pati, Sukolilo, Juwana, Tayu, Blora, Randublatung, Ngawen, Cepu - Dawe, Jekulo, Kudus/Kaliwungu - Pecangaan, Kalinyamatan,

			<p>Welahan, Batealit, Mayong, Kelet, Demak, Sayung, Buyaran, Mranggen, Karangawen, Dempet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nambuhan, Gabus, Wolo, Geyer, Tawangharjo, Ginggang, Gubug, Jambon, Kradenan, Tuko, Toroh, Kalijambe, Masaran - Wonogiri, Sukoharjo - Semarang, Banyumanik, Kendal, Kaliwungu, Limpung, Pemalang - Ketanggunagn, Bulukamba, Larangan, Bumiayu, Ajibarang, Slawi, Tegal Kota - Prambanan, Godean - Tanjung Priok, Cicurug, Indramayu - Mempawah, Mandor, Sambora.
--	--	--	--

G. Susunan Pengurus

Sampai periode Agustus 2014 adalah sebagai berikut :

1. Ketua Pengawas : Hj. Maryam Cholil
2. Ketua Pengawas Syariah : H. Mahmudi, S.Ag.,M.SI.
3. Ketua Pengurus : Drs. H. Ahmad Zuhri, MM.
4. Wakil Ketua : H. Moh. Anshori, S.Pd.
5. Sekretaris : Drs. H. Rokhmad, MSI.
6. Bendahara : Drs. H. Saifuddin, MM.
7. Wakil Bendahara : Sitim Umi Sya'diyah, S.Ag.

H. Struktur Organisasi

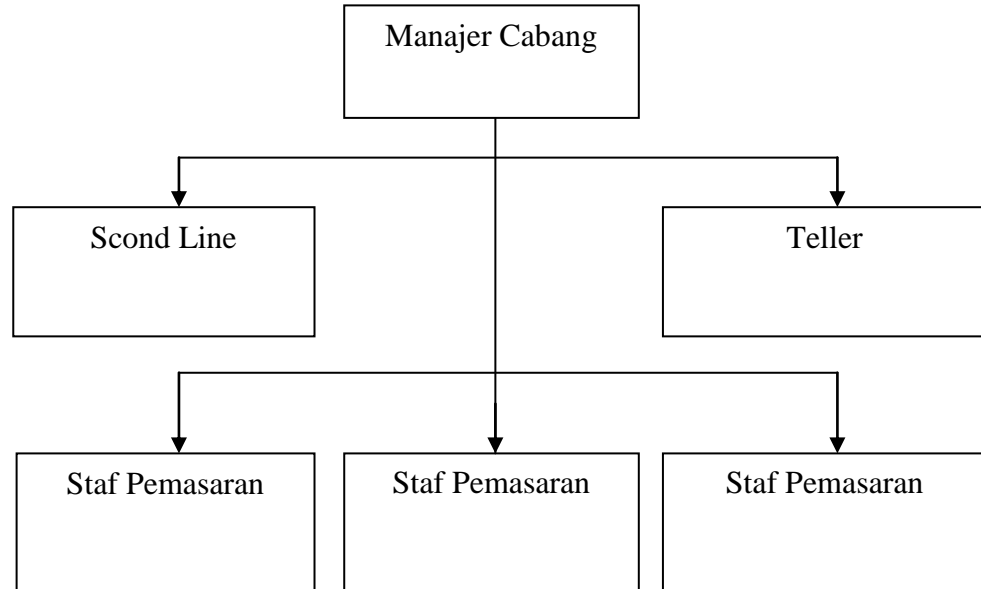
Untuk memperlancar tugas BMT BUS, maka diperlukan struktur organisasi yang mendiskripsikan alur kerja yang harus dilakukan oleh personil yang ada di dalam BMT tersebut. Tetapi dalam kenyataannya setiap BMT memiliki bentuk dan struktur organisasi yang berbeda. Hal ini dipengaruhi oleh:

1. Ruang lingkup atau wilayah operasi BMT
2. Efektivitas dalam pengelolaan organisasi BMT
3. Orientasi program kerja yang akan direalisasikan dalam jangka pendek dan jangka panjang.
4. Jumlah SDM yang diperlukan dalam menjalankan operasi BMT.

Struktur Organisasi Cabang Limpung

1. Manager Cabang : Henry Sancoko
2. *Scond line* : Sofyan Eko Arfianto
3. *Teller* : Fitri Rahmat Dian
4. Staf Pemasaran : Siti Farikha dan Muhammad Khoerudin

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Kantor Cabang Limpung



Sumber : Kantor Cabang Limpung

Tugas masing-masing pengurus adalah sebagai berikut :

1. Manajer Cabang
 - a. Membuat usulan perubahan anggaran dan rencana strategis apabila dipandang perlu.
 - b. Memeriksa dan menandatangani permohonan pengadaan inventaris, kebutuhan logistik operasional dan kerumahtanggaan yang dibutuhkan Kantor Cabang Utama.
 - c. Menandatangani berkas pengajuan pembiayaan & memutuskan pemberian pembiayaan sesuai batas kewenangan.
 - d. Memastikan operasional pembiayaan dan supervisi pembiayaan berjalan sesuai dengan prosedur dan peraturan yang berlaku.

2. *Scond Line*
 - a. Mendokumentasikan data keanggotaan dalam bentuk *softcopy* dan *hardcopy* dengan sistem kluster dan sistem koding.

- b. Melacak/melakukan checklist terhadap seluruh Data anggota, kemudian melaporkan kekurangan data/berkas keanggotaan kepada Kasubsi ADUM untuk segera ditindak lanjuti dan dilengkapi.
- c. Mendokumentasikan terhadap seluruh proses kegiatan wawancara dan Akad pembiayaan anggota di Kantor Cabang.
- d. Mendata dan melaporkan setiap anggota yang telah melakukan akad pembiayaan dengan pihak terkait dan mencatat biaya-biaya yang muncul dalam realisasi pembiayaan dan dilaporkan kepada kasir untuk diasistensi.
- e. Menyusun Kebutuhan ATK, serta menyiapkan semua format lembar kerja baik soft copy maupun hard copy yang berkaitan dengan proses dan penyelenggaraan administrasi perkantoran.
- f. Menyusun dan mendokumentasikan absensi harian pengelola sesuai dengan jam kerja yang telah ditentukan.
- g. Mengelola, menerbitkan file folder pada sistem manual dan komputerisasi serta media elektronik lainnya (e-mail/blogger/FB/TW) secara sistematis dan terstruktur.
- h. Membuat sistem pelayanan administrasi yang efektif, efisien, akurat dan memuaskan.

3. *Teller*

- a. Menerima setoran Simpanan Anggota (Lancar dan berjangka) dan angsuran Pembiayaan.
- b. Membayarkan pencairan Simpanan (Lancar dan Berjangka) dan pembiayaan atas persetujuan Kasi Marketing/Manager Cabang.
- c. Mencatat transaksi penerimaan dan pengeluaran kas dalam buku kas harian.
- d. Membayarkan pengeluaran kas atas biaya-biaya atau pembelian barang atas persetujuan Kasi Marketing atau Manager Cabang.
- e. Melakukan kas *opname* atas posisi kas harian.

4. Staf Pemasaran

- a. Mengkoordinasikan pemasaran produk pembiayaan dan Simpanan sesuai ketentuan yang berlaku.
- b. Memberikan masukan kepada Manager Cabang dalam rangka pengembangan produk Simpanan dan pemasaran pembiayaan.
- c. Mengkoordinasikan pelaksanaan pemantauan penagihan angsuran.
- d. Membantu Manager mencari sumber dana diluar Simpanan Lancar dan Deposito.
- e. Memenuhi target Simpanan dan pembiayaan yang telah ditetapkan, dan secara aktif melakukan pemasaran produk-produk Simpanan, Pembiayaan dan jasa.

I. Produk-produk

Secara garis besar produk-produk KSPPS BMT BUS terbagi menjadi dua bagian yaitu produk Simpanan dan Pembiayaan. Disamping itu ada Pendampingan dan *Baitul Maal*.

1. Produk Simpanan

- a. Simpanan Sukarela Lancar (Si Rela)

Merupakan simpanan anggota yang didasarkan atas akad *Wadiah Yad Dhomanah* yaitu atas seijin pemilik dana, lembaga boleh menggunakannya untuk operasional dan *mudharabah* yaitu simpanan yang didalamnya ada perjanjian pembagian nisbah bagi hasil.

Penarikan maupun penyeteroran Si Rela dapat dilakukan oleh pemegang rekening setiap saat.

Keistimewaan Si Rela :

- 1) Prinsip bagi hasil

Melalui akad *mudharabah*, Si Rela memberikan keuntungan bagi hasil dengan nisbah 30% : 70%.

- 2) Pelayanan cepat

Kapanpun anggota membutuhkan, BMT siap melayani.

3) Manfaat Si Rela

- Rekening Si Rela dapat dijadikan simpanan pribadi atau keluarga.
- Anggota dapat melakukan penarikan kapanpun disemua Kantor Cabang BUS.
- Rekening Si Rela dapat dijadikan sebagai agunan pembiayaan.

b. Simpanan Sukarela Berjangka (Si Suka)

Simpanan berjangka dengan sistem setoran dapat dilakukan setiap saat dan pengambilannya disesuaikan dengan tanggal valuta. Jenis simpanan Si Suka dapat digolongkan Si Suka 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan 1 tahun. Produk ini didasarkan atas akad mudharabah.

Keistimewaan Si Suka :

1) Bagi hasil yang kompetitif

Si Suka memberikan keuntungan dengan perhitungan nisbah sebagai berikut :

Si Suka	1 bulan	: 35%	: 65%
	3 bulan	: 40%	: 60%
	6 bulan	: 45%	: 55%
	1 tahun	: 50%	: 50%

2) Multi fungsi

Si Suka dapat dijadikan agunan pembiayaan.

Syarat keanggotaan :

- Menyerahkan fotokopy/identitas diri (KTP/SIM).
- Mengisi formulir calon anggota.
- Membayar simpanan pokok dan simpanan wajib.
- Mantaati semua perturan yang telah ditetapkan lembaga.

c. Simpanan Siswa Pendidikan (Si Sidik)

Simpanan yang dipersiapkan sebagai penunjang khusus untuk biaya pendidikan dengan cara penyetorannya setiap bulan dan pengambilannya pada saat siswa akan masuk Perguruan Tinggi. Simpanan ini didasarkan pada akad *Wadiah Yad dhomanah* dan setoran dilakukan maksimal tanggal 10 pada setiap bulannya.

Besar setoran Si Sidik sesuai kelas sebagai berikut :

- 1) Kelas A, besar setoran Rp. 150.000,-
- 2) Kelas B, besar setoran Rp. 100.000,-
- 3) Kelas C, besar setoran Rp. 50.000,-

Apabila pada penarikan tamat jenjang pendidikan tidak diambil, maka akan dimasukkan ke Rekening Si Rela atas nama yang bersangkutan atau wali murid secara otomatis.

Simpanan Siswa Pendidikan Plus (Si Sidik Plus)

Si Sidik Plus merupakan produk unggulan KJKS BMT BUS, bagi orang tua anggota Si Sidik yang ingin mempersiapkan biaya pendidikan sampai dengan jenjang perguruan tinggi. Setoran Si Sidik Plus hanya dilakukan satu kali sebesar Rp 5.000.000,-

Fasilitas Si Sisik dan Si Sidik Plus :

- 1) Setiap kenaikan kelas anggota Si Sidik mendapatkan hadiah berupa peralatan sekolah.
- 2) Siswa anggota Si Sidik yang berprestasi di kelasnya akan mendapatkan beasiswa dari KJKS BMT BUS.

d. Simpanan Haji (Si Haji)

Simpanan bagi anggota yang berencana menunaikan ibadah haji. Simpanan ini dikelola dengan menggunakan dasar prinsip *wadhiah yadh dhomanah* dimana atas ijin penitip dana, BMT dapat memanfaatkan dana tersebut sebelum dipergunakan oleh penitip.

e. Simpanan *Ta'awun* Sejahtera (Si Tara)

Merupakan produk simpanan dengan akad *Mudharabah* yaitu penanaman dari pemilik dana (*shahibul maal*) kepada pengelola dana (*mudharib*) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu, dengan pembagian menggunakan metode bagi untung dan rugi (*profit and loss sharing*) atau metode pendapatan (*revenue sharing*) antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati.²⁶

Penarikan maupun penyeteroran Si Tara dapat dilakukan oleh pemegang rekening setiap saat dimanapun Kantor Cabang BMT BUS ataupun Kantor BMT yang mengikuti program Si Tara.

Keistimewaan Si Tara :

1) Keunggulan

- Memberikan kemudahan bertransaksi, cek saldo atau lainnya.
- Anggota diberikan fasilitas kartu kelas kartu ATM.
- On line ke semua cabang dan e-banking comerce.

2) Prinsip bagi hasil

Melalui akad *mudharabah*, Si Tara memberikan keuntungan bagi hasil dengan nisbah 25% : 75%.

3) Pelayanan cepat

Kapanpun anggota membutuhkan penarikan, ataupun melakukan setoran tinggal gesek kartu melalui EDC dan BMT siap melayani.

4) Manfaat Si Tara

- Simpanan anggota aman dari jenis kejahatan karena kemampuan anggota, dana anggota tersimpan dengan aman.
- Anggota dapat melakukan penarikan kapanpun di semua kantor cabang secara online.

²⁶Awalil Risky, *BMT Fakta dan Prospek Baitul Maal Wat Tamwil*, Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2007, h. 89

2. Produk Pembiayaan

Macam-macam produk pembiayaan BMT BUS :

a. Produk Pembiayaan Pedagang

Sasaran pembiayaan ini dengan sistem angsuran harian, mingguan dan bulanan dengan jangka waktu pembayaran sesuai kesepakatan kedua belah pihak.

b. Produk Pembiayaan Pertanian

Sasaran pembiayaan pertanian dititik beratkan pada modal tanam dan pemupukan. Jumlah modal yang dibutuhkan sesuai dengan luas lahan garapan. Pembiayaan ini menggunakan sistem musiman atau jatuh tempo yang telah disepakati kedua belah pihak.

c. Produk Pembiayaan Nelayan

Jenis pembiayaan yang diperuntukkan bagi anggota nelayan. Produk ini sangat fleksibel dan disesuaikan dengan kebutuhan anggota nelayan berupa pemupukan modal nelayan dan pengadaan sarana penangkapan ikan. Dengan sistem angsuran yang telah ditentukan oleh kedua belah pihak.

d. Produk Pembiayaan Industri dan Jasa

Produk ini dikhususkan bagi para pengusaha yang bergerak dalam bidang pengembangan jasa, industri dan PNS melalui sistem angsuran maupun jatuh tempo yang telah disepakati kedua belah pihak.

BMT BUS menawarkan dengan sistem bagi hasil serta proses cepat dan mudah. Akad yang digunakan adalah :

a. *Mudharabah*

Adalah akad antara dua pihak, dimana anggota sebagai *mudhorib* (pengelola usaha) dan BMT BUS sebagai *shohibul maal* (penyedia modal) atas kerjasama ini berlaku sistem bagi hasil dengan nisbah yang telah disepakati.

b. *Bai Bitsamanajil*

Adalah akad jual beli dengan harga asal, ditambah margin keuntungan yang telah disepakati dan dibayar secara angsur dengan jangka waktu yang telah disepakati bersama.

c. *Murabahah*

Pembiayaan melalui sistem pengadaan barang dan didalamnya terdapat kesepakatan besarnya pemberian mark up dan pembayarannya secara jatuh tempo sesuai kesepakatan (akad).

d. *Qordul hasan*

Pembiayaan dengan tujuan kebajikan yang diperuntukkan bagi anggota dengan pertimbangan sosial dan tidak diambil keuntungan dari padanya, anggota hanya diwajibkan mengembalikan pokok pinjaman saja.

Nasabah yang ingin mengajukan pembiayaan harus melengkapi syarat pengajuan sebagai berikut :

- 1) Foto copy KTP suami/istri
- 2) Foto copy KK
- 3) PBB tahun terakhir
- 4) Foto copy Jaminan (BPKB/Sertifikat)

Untuk pembiayaan dengan plafon sebesar Rp 1.000.000,- sampai Rp. 100.000.000,- diberlakukan asuransi pembiayaan. Penyetoran dana dikirimkan setiap akhir pekan ke Kantor Pusat Bagian Keuangan dan perhitungan premi asuransi pembiayaan sebagai berikut :

Tabel 3.2 Perhitungan Premi Asuransi

No	Jangka Waktu	Prosentase	Plafon Pembiayaan
1.	≤ 6 bulan	0,3 %	Rp. 1.000.000,- s.d Rp. 100.000.000,-
2.	> 6 s.d 12 bulan	0,6 %	
3.	> 12 s.d 24 bulan	1,2 %	
4.	> 24 bulan	1,8 %	

Dan prosedur klaim asuransi disampaikan ke bagian *Litbang* dan *Maal* dengan menyerahkan dokumen :

- 1) Foto kopy KTP tertanggung
- 2) Foto copy KK tertanggung
- 3) Surat keterangan kematian dari desa
- 4) Foto copy KTP ahli waris (pengurusan klaim asuransi pembiayaan)
- 5) Foto copy KK ahli waris (pengurusan klaim asuransi pembiayaan)
- 6) Permohonan dibuat oleh kantor cabang yang bersangkutan (format terlampir)

3. Pendampingan

Bagian pendampingan mempunyai keterkaitan yang kuat dalam pengamanan dan keberhasilan produk-produk pembiayaan, sehingga antara kedua bagian ini saling mendukung dan mengevaluasi perencanaan dan kinerjanya.

a. Pendampingan manajemen usaha

Dengan memberikan asistensi tentang manajemen usaha yang baik, diantaranya :

- Pembukuan sederhana
- Manajemen keuangan sederhana
- Manajemen pemasaran

b. Pendampingan Permodalan

Lembaga membuka lebar bagi anggota untuk mendapatkan permodalan lewat pembiayaan dengan sistem bagi hasil yang sesuai dengan ketentuan yang ada.

c. Pendampingan Pemasaran

Dalam hal pemasaran produk, lembaga mengupayakan untuk membantu mempromosikan produk-produk mereka ke pihak-pihak tertentu terutama lewat media pameran, baik yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun swasta.

Kualitas produk dari usaha anggota sering dikomunikasikan agar di pasaran tidak ketinggalan dengan produk-produk lain.

d. Pendampingan jaringan usaha

Melalui jaringan usaha (*networking*) khususnya jaringan usaha antar anggota diharapkan mereka mampu mengelola usahanya dengan baik, agar tidak kalah dalam persaingan usaha yang semakin ketat. Komunikasi 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.

4. *Baitul Maal*

Bagian ini sangat berpotensi, karena dengan diintensifikannya baitul maal akan menjadi kekuatan yang luar biasa untuk pemberdayaan umat, termasuk pembinaan usaha lewat pembiayaan *Qordul Hasan*.

Sumber dana yang diperoleh *Baitul Maal* antara lain :

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

Penyaluran ZIS antara lain :

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

- e. Memberikan sumbangan sosial kepada anggota maupun masyarakat yang terkena musibah.²⁷

²⁷Data dari KSPS BMT BUS Lasem

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam kegiatan mempromosikan produk dan layanannya, KSPPS BMT BUS cabang Limpung menerapkan kebijakan sebagai berikut:

A. Penerapan Strategi Promosi dengan Memperhatikan Bauran Komunikasi Pemasaran pada KSPPS BMT BUS Cabang Limpung

KSPPS BMT BUS cabang Limpung dalam perencanaan dan penerapan strategi promosi dengan memadukan alat promosi utama untuk meraih tujuan iklan dan pemasarannya, yaitu dengan :

1. Strategi Promosi Melalui Periklanan (*advertising*)

Untuk melakukan presentasi yang efektif dan efisien, KSPPS BMT BUS melakukan program :²⁸

a. Mengidentifikasi pasar sasaran dan motif membeli

Melakukan pengelompokan potensi pasar, menentukan mana saja yang akan menjadi sasaran pemasarannya dan mana saja yang harus ditingkatkan promosinya dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah. Pemilihan ini didasarkan kepada sasaran pembaca, karena setiap media memiliki sasaran pembaca tersendiri.

b. Menentukan misi yang menyangkut sasaran penjualan dan tujuan periklanan

KSPPS BMT BUS memutuskan untuk menggunakan tiga periklanan sekaligus. Periklanan informatif (*informative advertising*) yaitu memberikan informasi awal sebagai pengenalan awal produk baru, untuk menarik perhatian dan minat para calon anggota dengan harapan akan memperoleh daya tarik untuk membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan. Periklanan persuasif (*persuasive advertising*) dengan mencoba meyakinkan masyarakat bahwa produk yang ditawarkan KSPPS BMT BUS memiliki keunggulan dari produk yang ditawarkan lembaga keuangan serupa

²⁸Data dari kantor pusat KSPPS BMT BUS Lasem

yang lain, dan mempengaruhi nasabah saingan agar berpindah atau bergabung menjadi anggota (nasabah) KSPPS BMT BUS. Iklan pengingat (*reminder advertising*) digunakan untuk produk-produk yang sudah matang, untuk mengingatkan kembali kepada anggota tentang keberadaan atau keunggulan jasa BMT BUS yang ditawarkan.

c. Menetapkan anggaran iklan

Berupaya untuk menekan seminimal mungkin biaya yang digunakan untuk kegiatan membuat iklan dengan tetap memperhatikan keefektifan iklan tersebut. Anggaran iklan ditentukan oleh kantor pusat.

d. Merancang pesan yang akan disampaikan

Karakteristik pesan iklan yang disampaikan KSPPS BMT BUS adalah bermakna, menunjukkan manfaat yang membuat produk lebih diinginkan. Kedua adalah dapat dipercaya, yaitu bahwa produk atau jasa akan memberikan manfaat yang dijanjikan.

e. Memilih media yang akan digunakan

KSPPS BMT BUS menyampaikan produk-produk dan jasanya melalui tulisan berupa brosur yang disediakan di setiap kantor. Dalam setiap brosur produk dan jasa dijelaskan pula bagaimana ketentuan dan syarat-syarat yang dibutuhkan, serta disertakan juga *contact person* karyawan yang menangani prosedur pelaksanaan produk tersebut.

f. Mengukur dampak dari iklan

Mengevaluasi seberapa pengaruhnya iklan terhadap peningkatan jumlah anggota.

Untuk cabang Limpung, pencetakan brosur oleh kantor pusat, yang kemudian disebarkan ke kantor-kantor cabang termasuk kantor cabang Limpung. Pencetakan brosur dilakukan setiap ada pembaruan informasi

terkait dengan prosedur ataupun ketentuan mengenai produk dan layanannya.

2. Strategi Promosi Melalui Penjualan Personal (*Personal Selling*)

KSPPS BMT BUS cabang Limpung menerapkan strategi ini sebagai alat promosinya dalam upaya meningkatkan jumlah anggota (nasabah). Dengan penjualan personal melibatkan komunikasi dua arah yang lebih pribadi antara karyawan BMT BUS dengan anggota nasabah atau calon anggota nasabah. Bentuk dari penjualan personal ini bisa langsung dengan tatap muka atau melalui telepon dan sebagainya. Berdasarkan fakta di lapangan, strategi ini jauh lebih efektif meningkatkan jumlah anggota dibandingkan melalui periklanan. Karyawan BMT BUS dapat mengetahui lebih jauh perihal berbagai masalah maupun kesulitan yang dihadapi pelanggan. Mereka dapat menyesuaikan penawaran pemasaran agar cocok dengan kebutuhan khusus setiap pelanggan dan mengasosiasikan persyaratan penjualan. Mereka juga dapat membangun hubungan personal jangka panjang dengan anggota.

Strategi ini terus digencarkan KSPPS BMT BUS dengan mendatangi langsung setiap anggota dan calon anggota nasabah yang sudah dievaluasi berpotensi untuk meningkatkan jumlah nasabah KSPPS BMT BUS.

3. Strategi Promosi Melalui Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

KSPPS BMT BUS menggunakan cara promosi konsumen dalam penerapan strategi promosi penjualannya. Untuk meningkatkan penjualan jangka pendek atau untuk membangun pangsa pasar jangka panjang. Digunakannya promosi konsumen ini adalah dengan tujuan untuk menarik konsumen agar mau mencoba produk baru, memancing konsumen/masyarakat/calon anggota agar meninggalkan produk pesaing atau untuk membuat konsumen meninggalkan produk yang sudah

matang, atau menahan dan memberi penghargaan pada anggota yang loyal.

Alat promosi konsumen yang dipakai KSPPS BMT BUS adalah dengan memberi hadiah-hadiah dan memberikan kupon undian untuk anggota yang sudah memiliki jumlah simpanan sebesar minimal yang sudah ditentukan yang bisa memperoleh kupon undian. Hadiah berupa barang, antara lain : gelas, panci, jaket, bantal leher, tas, rak diberikan dimuka ketika anggota menyetorkan dananya untuk disimpan di KSPPS BMT BUS. Hadiah yang diberikan sesuai dengan besarnya dana yang disimpan atau disetorkan ke KSPPS BMT BUS. Sedangkan kupon undian diberikan kepada anggota tabungan Si Rela . Salah satu hadiahnya adalah beberapa unit sepeda motor dan hadiah utama yaitu satu buah mobil avansa diberikan melalui undian kupon yang diberikan kepada anggota Si Rela yang memiliki jumlah minimal tabungan pengendapan sebesar Rp.2.500.000,- setiap bulannya. Kupon diundi di kantor pusat KSPPS BMT BUS di Lasem dengan dihadiri oleh semua anggota yang berkesempatan mendapat kupon undian. Cara promosi seperti ini diharapkan dapat menambah kepuasan anggota dan membuat daya tarik masyarakat semakin tinggi sehingga dapat meningkatkan jumlah anggota.

Tahun 2010 lalu juga diadakan Qur'ah Umroh Si Rela dan Si Tara. Yang dihadiri oleh perwakilan anggota dari beberapa wilayah dan Kantor Cabang, dan ada sepuluh anggota beruntung yang mendapat Qur'ah Umroh. Program Qur'ah Umroh merupakan program yang dikemas oleh Tim Marketing untuk menjaring anggota sebanyak-banyaknya, segmentasi pasar menengah-atas dan diharapkan program ini dapat eksis ditahun-tahun mendatang.

4. Strategi Promosi Melalui Publisitas (*Publicity*)

Strategi promosi lainnya adalah promosi melalui kegiatan amal. Selain bertujuan untuk membantu sesama ummat, juga diharapkan agar

masyarakat lebih mengenal KSPPS BMT BUS lebih dekat. Dengan kegiatan tersebut, anggota dan masyarakat akan selalu mengingat KSPPS BMT BUS.

KSPPS BMT BUS sendiri setiap akhir tahun mengeluarkan zakat maal dan zakat fitrah rata-rata mencapai 2.500 orang per tahun. Selain itu dilakukan juga penyaluran beasiswa anak sekolah dari keluarga kurang mampu, mulai dari SD, SMP dan SMA.

5. Strategi Promosi Melalui Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Hubungan masyarakat dapat membawa dampak yang luar biasa terhadap kesadaran publik. Hubungan masyarakat yang baik akan meningkatkan citra KSPPS BMT BUS cabang Limpung. Alat utama yang digunakan adalah melalui berita. Dengan hubungan masyarakat yang terbina dengan baik, maka dapat menjadi sarana untuk menangani dan menyingkirkan gosip, cerita ataupun peristiwa yang merugikan BMT. Hubungan masyarakat ini lebih kepada pengaruh mulut ke mulut, yang mana merupakan komunikasi pribadi yang dilakukan oleh calon pembeli dengan tetangga, teman, anggota keluarga atau rekannya. Langkah yang dilakukan KSPPS BMT BUS cabang Limpung adalah dengan menciptakan pemimpin opini yang baik, salah satu caranya adalah dengan memberikan produk dengan syarat yang menarik atau mudah. Memberikan pelayanan semaksimal mungkin dengan tidak memberatkan anggota (nasabah). KSPPS BMT BUS cabang Limpung menetapkan tujuan hubungan masyarakat sebagai salah satu alat promosinya yaitu, meyakinkan masyarakat bahwa KSPPS BMT BUS adalah lembaga keuangan syariah yang dapat dipercaya dan bisa menjadi mitra yang baik bagi para nasabahnya. Tujuan lain adalah meningkatkan citra dan pangsa pasar dari produk-produk dan jasa yang diberikan oleh KSPPS BMT BUS cabang Limpung.

Dengan lokasinya yang terletak di antara pasar dan terminal sangat menguntungkan KSPPS BMT BUS cabang Limpung untuk membangun

hubungan masyarakat yang baik, karena para pedagang hampir sebagian besar adalah merupakan anggota dimana mereka berasal tidak hanya dari satu wilayah kecamatan saja melainkan dari beberapa wilayah di Kabupaten Batang. Jika anggota sudah memiliki tanggapan dan opini yang baik maka hubungan masyarakat antara anggota dengan tetangga, teman atau saudara pun dapat mempengaruhi pula terhadap peningkatan jumlah nasabah KSPPS BMT BUS cabang Limpung.

Dalam praktiknya KSPPS BMT BUS cabang Limpung melatih staf pemasarannya untuk melakukan kegiatan promosinya dengan memperhatikan beberapa hal yaitu :²⁹

1. Promosi dengan Memperhatikan Sikap dan Perilaku

Perencanaan promosi dengan sebaik dan selancar apapun jika sikap dan tingkah laku yang ditunjukkan ketika menyampaikan promosi pada para calon anggota tidak sesuai dengan seharusnya, maka tujuan promosi akan sulit dicapai. Karena sikap dan tingkah laku menentukan respon awal para calon anggota. Maka KSPPS BMT BUS cabang Limpung menerapkan etiket dalam sikap dan perilaku dalam promosi dengan calon anggota :

- a. Jujur dalam bertindak dan bersikap

Kejujuran merupakan modal utama seorang karyawan KSPPS BMT BUS cabang Limpung dalam memberikan informasi kepada anggota dan masyarakat. Kejujuran dalam berkata, berbicara, bersikap maupun bertindak. Kejujuran inilah yang akan menimbulkan kepercayaan anggota dan calon anggota atas promosi yang dilakukan.

- b. Selalu murah senyum

Dalam menghadapi calon anggota, karyawan KSPPS BMT BUS cabang Limpung selalu menunjukkan sikap murah senyum.

²⁹Hasil Observasi di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Limpung

Ekspresi wajah yang ceria akan mempengaruhi konsentrasi mendengar calon anggota atas promosi yang sedang dilakukan.

c. Lemah lembut dan ramah tamah

Dalam bersikap, berbicara dan mempromosikan produk dan layanan yang dimiliki, karyawan KSPPS BMT BUS cabang Limpung selalu menunjukkan sikap lemah lembut dan ramah tamah sehingga dapat menarik minat calon anggota dan membuat calon anggota betah menjalin hubungan dengan KSPPS BMT BUS cabang Limpung.

d. Sopan santun, tutur kata dan hormat

Dalam memberikan promosi kepada calon anggota, KSPPS BMT BUS selalu bersikap dan bertutur kata dengan sopan santun dan hormat. Untuk menciptakan citra yang baik sehingga calon anggota akan tertarik dan hormat terhadap pegawai KSPPS BMT BUS cabang Limpung yang nantinya akan membantu meningkatkan jumlah nasabah.

e. Periang, selalu ceria dan pandai bergaul

KSPPS BMT BUS cabang Limpung selalu mengusahakan karyawannya agar menanamkan sifat mudah dan lincah dalam bergaul khususnya dengan para anggota dan calon anggotanya. Sikap yang periang dan selalu menunjukkan keceriaan selalu ditampilkan oleh para karyawan KSPPS BMT BUS cabang Limpung. Selain mencerminkan jiwa yang sehat, strategi ini mampu membuat anggota dan calon anggota cepat merasa akrab dengan karyawan.

f. Simpatik

Maksudnya adalah memberikan promosi yang dapat menyenangkan dan tidak menjengkelkan nasabah. Menggali informasi calon anggota tentang apa yang dibutuhkan sekarang dan dimasa yang akan datang, selanjutnya menawarkan produk yang pas untuk kebutuhan calon anggotanya.

g. Fleksibel

Mengingat sifat manusia yang berbeda-beda, KSPPS BMT BUS menghadapi anggota dan calon anggota dalam kegiatan promosinya selalu memberikan pengertian dan suka mengalah.

h. Serius

Dengan tabah KSPPS BMT BUS menghadapi anggota dan calon anggotanya yang sebagian besar adalah pedagang pasar yang sulit berkomunikasi atau yang suka ngeyel.

i. Memiliki rasa tanggung jawab dan rasa memiliki perusahaan yang tinggi

KSPPS BMT BUS cabang Limpung melatih karyawannya untuk bertanggung jawab terhadap pekerjaannya, sehingga tujuan BMT dapat tercapai dengan sukses.

2. Promosi dengan Memperhatikan Penampilan

Setiap karyawan KSPPS BMT BUS cabang Limpung dituntut untuk memiliki penampilan yang prima sepanjang hari. Penampilan prima yang ditampilkan setiap karyawan KSPPS BMT BUS cabang Limpung dalam setiap kegiatan promosinya adalah :

- a. Setiap karyawan KSPPS BMT BUS cabang Limpung menerapkan sikap yang wajar dan bertindak tidak dibuat-buat. Hal ini ditunjukkan dari wajah yang selalu tampak ceria, murah senyum dan tidak bersikap murung.
- b. Dalam hal berpakaian harus selalu berpenampilan rapi, serasi dan bersih serta tidak menggunakan aksesoris dan bermake up yang berlebihan.
- c. Selalu mengucapkan terimakasih saat promosi selesai.
- d. Selalu bersikap optimis dan tidak pesimis serta tidak ragu-ragu dalam mempromosikan produk dan layanannya. Sehingga mampu memberikan keyakinan kepada anggota dan calon anggota atas promosi yang diberikan.

- e. Berperilaku yang baik, lincah, gesit, mudah bergaul dan cepat tanggap namun tidak over acting di depan calon anggota untuk menghindari anggota menjadi jengkel.
- f. Lemah lembut dan sopan santun dalam memberikan informasi, mempromosikan produk-produknya sehingga membuat anggota dan calon anggota merasa dihargai oleh karyawan KSPPS BMT BUS cabang Limpung.
- g. Selalu memberikan perhatian dan tidak cuek kepada para anggota. Salah satunya adalah dengan terus memberi informasi dan mempromosikan produk-produk dan layanan yang KSPPS BMT BUS cabang Limpung miliki.

3. Promosi dengan Memperhatikan Cara Berpakaian

Pakaian menunjukkan kepribadian seseorang. Cara berpakaian pun harus memperoleh perhatian yang cukup serius saat hendak memberikan pelayanan dan promosi. Maka KSPPS BMT BUS cabang Limpung menerapkan peraturan sebagai berikut :

- a. Berpakaian seragam yang sudah ditentukan oleh kantor sesuai dengan harinya.
- b. Berseragam rapi dan necis.
- c. Tidak menggunakan aksesoris yang berlebihan.
- d. Menggunakan tanda pengenal yang telah diwajibkan pada tempatnya, sehingga para calon anggota dengan mudah dapat memanggil karyawan yang bersangkutan yang sedang berpromosi.
- e. Menggunakan sepatu dan tidak diperbolehkan memakai sandal saat promosi ke para calon anggota.

4. Promosi dengan Memperhatikan Cara Berbicara

Disamping cara berpakaian yang baik, karyawan KSPPS BMT BUS cabang Limpung dituntut untuk mampu berkomunikasi dengan anggota dan para calon anggota. Komunikasi yang dilakukan diharapkan

dapat membuat para calon anggota tertarik dan terkesan terhadap BMT. Komunikasi merupakan hal yang sangat penting karena berhadapan dan berbicara langsung dengan anggota. Untuk menimbulkan kesan yang baik maka dalam etiket cara berbicara karyawan KSPPS BMT BUS diatur sebagai berikut :

- a. Membiarkan anggota atau calon anggota untuk berbicara terlebih dulu, agar diketahui informasi mengenai apa yang diinginkan dan dibutuhkan anggota atau calon anggota dengan jelas.
- b. Tidak menyela pembicaraan anggota atau calon anggota kecuali menjawab pertanyaan jika mereka bertanya.
- c. Memberikan penjelasan secara tenang dan nyaman perihal produk dan layanan yang dipromosikan.
- d. Bersikap rileks, santai dan tidak tegang dalam menghadapi anggota atau calon anggota.
- e. Berbicara dengan volume datar dan kata-kata yang santun.
- f. Menghargai setiap usul yang diberikan anggota.

5. Promosi dengan Memperhatikan Cara Bertanya

Terkadang keinginan dan kebutuhan anggota yang dijelaskan lewat pembicaraan langsung tidak atau kurang jelas. Hal ini sangat berbahaya karena dapat memberikan jawaban yang salah, tidak sesuai yang diharapkan anggota. Dalam menyampaikan promosinya, KSPPS BMT BUS cabang Limpung memaksimalkan promosinya agar dapat diterima baik oleh calon anggota.

Untuk setiap penjelasan yang kurang jelas perihal produk dan layanan yang dipromosikan, karyawan KSPPS BMT BUS cabang Limpung menanyakan kembali kepada calon anggota. Adapun cara bertanya yang diterapkan KSPPS BMT BUS cabang Limpung adalah :

- a. Meminta izin terlebih dahulu sebelum bertanya.
- b. Menggunakan bahasa yang mudah dimengerti, menyesuaikan dengan siapa yang diajak bicara.

c. Menciptakan suasana kondusif, tenang dan nyaman.

6. Promosi dengan Memperhatikan Gerak - Gerik

Kesalahan dalam melakukan gerak-gerik baik disengaja maupun tidak, akan membuat anggota dan para calon anggota tersinggung atau memahami secara lain sehingga menyebabkan ketidaknyamanan antar keduanya. Bahkan mungkin akan mengakibatkan ketidak tertarikannya anggota dan para calon anggota terhadap produk dan layanan yang dipromosikan.

Untuk mengantisipasi hal tersebut, KSPPS BMT BUS cabang Limpung sangat memperhatikan gerak-gerik dalam kegiatan promosinya yaitu :

- a. Raut muka merupakan ekspresi perasaan dan emosi seseorang. Setiap karyawan KSPPS BMT BUS cabang Limpung harus menunjukkan raut muka yang selalu ceria dan tidak boleh menunjukkan raut muka cemberut dan sinis.
- b. Mengusahakan kontak mata tidak terlalu lama atau penuh selidik.
- c. Dalam mempromosikan produk dan layanannya, karyawan KSPPS BMT BUS cabang Limpung harus murah senyum dan bukan senyum yang dibuat-buat. Karena senyum dapat menyenangkan anggota atau calon anggota.
- d. Gerakan tangan, kaki, kepala, dan seluruh tubuh tidak terlalu kaku sehingga tampak menyenangkan di depan anggota dan calon anggota.

B. Analisis Penerapan Strategi Promosi dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah

Perkembangan jumlah anggota dalam penerapan strategi promosi berdasarkan bauran komunikasi pemasaran dengan menggunakan alat promosi utama periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*), penjualan pribadi (*personal selling*) dan

hubungan masyarakat (*public relation*) serta dengan memperhatikan etiket perbankan sejauh ini berjalan dengan baik. Data terakhir menunjukkan jumlah anggota *lending* KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Limpung pada 31 Desember 2013 sejumlah 2.770 anggota dengan nominal sebesar Rp. 1.918314.000,- dan jumlah anggota *lending* pada 31 Maret 2015 sejumlah 3.221 anggota dengan nominal sebesar Rp. 2.230.473.300,-. Jadi berdasarkan data terdapat peningkatan jumlah anggota *lending* pada tahun 2013 sampai dengan 2015 sebanyak 451 anggota untuk cabang Limpung.

Sedangkan untuk anggota *funding*, jumlah anggota pada 31 Desember 2013 sejumlah 6.171 anggota dengan nominal sebesar Rp. 4.273.209.717,- dan jumlah anggota pada 31 Maret 2015 sejumlah 7.186 anggota dengan nominal sebesar Rp. 4.975.789.670,-. Jadi terdapat peningkatan jumlah anggota *funding* pada tahun 2013 sampai dengan 2015 sebanyak 1.015 anggota untuk cabang Limpung.

Jumlah anggota *funding* lebih banyak dari jumlah anggota *lending* menunjukkan bahwa masyarakat antusias untuk mengajukan pembiayaan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang diterapkan oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Limpung telah berhasil dengan bukti adanya peningkatan jumlah anggota yang mencapai target dan sesuai dengan visinya yaitu Menjadi Lembaga Keuangan Mikro Syariah Terdepan Dalam Pendampingan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang Mandiri.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan tentang Analisis Penerapan Strategi Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Limpung, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Dalam mempromosikan produk dan layanannya, KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Limpung memanfaatkan setiap alat promosi untuk memperkenalkan produk dan layanannya. Dengan menggunakan pendekatan penjualan personal dan hubungan masyarakat sebagai alat promosi utamanya, karyawan lebih bisa mengambil hati masyarakat dan membina keakraban dengan suasana santai dan tetap memperhatikan etiket yang ada. Dimana data terakhir menunjukkan jumlah anggota *lending* dan *funding* selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya menunjukkan bahwa strategi promosi yang diterapkan oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Limpung telah berhasil mencapai target dan sesuai dengan visinya yaitu Menjadi Lembaga Keuangan Mikro Syariah Terdepan dalam Pendampingan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang Mandiri

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, dalam kesempatan ini penulis akan sedikit memberikan saran yang diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan bahan pertimbangan bagi perusahaan yang bertujuan untuk kemajuan perusahaan itu sendiri. Setelah mengkaji hasil dari analisis ini maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut :

1. Secara keseluruhan dalam pelayanan dan promosi yang diterapkan oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Limpung cukup baik. Namun perlu ditingkatkan lagi pendekatan penjualan personal supaya peningkatan jumlah anggota menjadi semakin cepat.

2. Untuk memperluas jangkauan pasar, KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Limpung perlu mengadakan sosialisasi promosi ke berbagai pusat keramaian di beberapa wilayah tidak hanya di wilayah Limpung saja.

C. Penutup

Dengan segala kerendahan hati penyusun panjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, akhirnya walaupun dalam bentuk yang sangat sederhana penyusun dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penyusun mengakui bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna yang semua itu karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penyusun. Semoga kekurangsempurnaan ini bisa menjadi cambuk bagi penyusun untuk lebih giat dalam menempuh kegiatan-kegiatan akademik lainnya. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penyusun pada khususnya dan mahasiswa pada umumnya, sebagai masukan dan bahan kritikan yang membangun demi penyusunan Tugas Akhir masa yang akan datang. Akhirnya segala sesuatu kita kembalikan kepada -Nya.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Hasyimi, Sayyid Ahmad. *Syarah Mukhtaarul Ahaadits, terj. Moch. Anwar, dkk.*, Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2005
- Angipora, M.P, *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1999
- Antonio, M. Syafi'i. *Bank Syari'ah Suatu Pengenalan Umum*, Jakarta: Tazkia Institute, Cet ke-1, 1999
- _____ *Bank Syari'ah Dari Teori dan Praktek*, Jakarta: Gema Insani, 2001
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005
- Bungis, Burhan. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005
- Dani, Irwan. *Bagaimana Memperbaiki Pemasaran Anda*, Jakarta: Friedrich Ebert Stiftung, 1999
- Data dari KSPS BMT BUS Lasem.
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al Qur'an dan Terjemahannya*, Surabaya : Al-Hidayah
- Hadi, Sutrisno. *Metodologi Research*, Yogyakarta: Andi Offset, 2014
- Hasil Observasi di KSPS BMT BUS cabang Limpung.
- Hasil wawancara dengan Manager Cabang dan Teller KSPS BMT BUS cabang Limpung.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2005
- Larrece dkk. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2000
- Nazir. *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghlmia Indonesia, 1998
- Nurul Huda dan Mohamad Heykal. *Lembaga Keuangan Islam*, Cetakan ke-1 Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010
- Philip Kotler dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2001

Philip Kotler, Swee Hoon Ang dkk. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*,
Yogyakarta : Andi, 2000

Profile Company KSPS BMT BUS.

Risky, Awalil. *BMT Fakta dan Prospek Baitul Maal Wat Tamwil*, Yogyakarta:
Kreasi Wacana, 2007

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta,
Cet ke -17, 2012

Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, 2000

Ya'kub, Hamzah. *Kode Etik Dagang Menurut Islam*, Bandung: CV. Diponegoro,
1992

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Ivana Safitri
Tempat dan Tanggal Lahir : Kendal, 23 Juli 1995
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Kawin
Identitas : KTP Kota Kendal No. 3324186307950001
Alamat : Andong RT 1 RW 2,
Ds. Ngawensari, Kec Ringinarum
Kendal 51356
Telp : 085943400966
Email : -

B. PENDIDIKAN

2001-2007 : SD N 1 Ngawensari
2007-2010 : SMP NU 10 Ringinarum
2010-2013 : SMA N 1 Gemuh
2013-2016 : D3 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang

Demikian Riwayat Hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Semarang, 13 Juni 2016

(Ivana Safitri)

 KOPERASI SIMPAN PINJAM SYARIAH BAITUL MAAL WAT TAMWIL BINA UMMAT SEJAHTERA		<small>BMT BUS-F-PMS-PB-14</small> Slip Pembiayaan	
Validasi No. Rekening : <input type="text"/> Nama : <input type="text"/> Alamat : <input type="text"/> Teller : <input type="text"/> Tanda Tangan Penerima : <input type="text"/>		Unit Kerja : <input type="text"/> Tanggal : <input type="text"/> <small>Bukti Anggota</small> <input type="checkbox"/> Harian <input type="checkbox"/> Mingguan <input type="checkbox"/> Bulanan <input type="checkbox"/> Jatuh Tempo <input type="checkbox"/> Mudhorobah <input type="checkbox"/> BBA <input type="checkbox"/> Murroabahah <input type="checkbox"/> Qordul Hasan Jumlah Pembiayaan : Rp. <input type="text"/> Terbilang : <input type="text"/> Biaya-Haya : <input type="text"/> Administrasi 2% : Rp. <input type="text"/> Meters : Rp. <input type="text"/> Notaris : Rp. <input type="text"/> Total Biaya : Rp. <input type="text"/> <i>"Mauana Kebangkitan Ekonomi Ummat"</i>	

 KOPERASI SIMPAN PINJAM SYARIAH BAITUL MAAL WAT TAMWIL BINA UMMAT SEJAHTERA		<small>BMT BUS-F-PMS-PO-03</small> Slip Angsuran	
Validasi No. Rekening : <input type="text"/> Nama : <input type="text"/> Alamat : <input type="text"/> Teller : <input type="text"/> Tanda Tangan Pengotor : <input type="text"/>		Unit Kerja : <input type="text"/> Tanggal : <input type="text"/> <small>Bukti Anggota</small> <input type="checkbox"/> Harian <input type="checkbox"/> Mingguan <input type="checkbox"/> Bulanan <input type="checkbox"/> Jatuh Tempo <input type="checkbox"/> Mudhorobah <input type="checkbox"/> BBA <input type="checkbox"/> Murroabahah <input type="checkbox"/> Qordul Hasan Jumlah Setoran : Rp. <input type="text"/> Terbilang : <input type="text"/> Rincian: Tripes/Angsuran Pokok : Rp. <input type="text"/> Bagi Hasil/Mark Up : Rp. <input type="text"/> Cadangan Resiko/CD : Rp. <input type="text"/> <i>"Mauana Kebangkitan Ekonomi Ummat"</i>	

 KOPERASI SIMPAN PINJAM SYARIAH BAITUL MAAL WAT TAMWIL -BINA UMMAT SEJAHTERA		<small>BMT BUS-F-PMS-PO-03</small> Slip Penarikan	
Validasi No. Rekening : <input type="text"/> Nama : <input type="text"/> Alamat : <input type="text"/> Teller : <input type="text"/> Tanda Tangan Penerima : <input type="text"/>		Unit Kerja : <input type="text"/> Tanggal : <input type="text"/> <small>Bukti Anggota</small> <input type="checkbox"/> SI SUKSA <input type="checkbox"/> SI UMPA <input type="checkbox"/> DIT <input type="checkbox"/> SI BISA <input type="checkbox"/> SI BODI <input type="checkbox"/> SI HAJI <input type="checkbox"/> SI SUKSA PLUS Jumlah Penarikan : Rp. <input type="text"/> Terbilang : <input type="text"/> <i>"Mauana Kebangkitan Ekonomi Ummat"</i>	



**KOPERASI SIMPAN PINJAM SYARIAH
BAITUL MAAL WAT TAMWIL
BINA UMMAT SEJAHTERA**

BMT BUS-F-PMU-SP-03

Slip Simpanan

<p>Validasi</p> <p>No. Rekening : <input type="text"/></p> <p>Nama : <input type="text"/></p> <p>Alamat : <input type="text"/></p> <p>Teller : <input type="text"/></p> <p>Tanda Tangan Penyeter : <input type="text"/></p>	<p>Unit Kerja : <input type="text"/></p> <p>Tanggal : <input type="text"/></p> <p style="text-align: right; font-size: small;">Baki Anggota</p> <p>Setoran untuk :</p> <p><input type="checkbox"/> SI SUKA <input type="checkbox"/> SI SIDIK PLUS</p> <p><input type="checkbox"/> SI RELA <input type="checkbox"/> SI HAJI</p> <p><input type="checkbox"/> SI SIDIK <input type="checkbox"/> SI TARA</p> <p>Jumlah Setoran Rp. <input type="text"/></p> <p>Terbilang : <input type="text"/></p> <p style="text-align: center; font-size: small;"><i>Wahana Kebangkitan Ekonomi Ummat</i></p>
---	--



**KOPERASI SIMPAN PINJAM SYARIAH
BMT BINA UMMAT SEJAHTERA
Wahana Kebangkitan Ekonomi Ummat**

Jl. Untung Suripati No. 16 Lawan, Rembang, Jawa Tengah
Telp. 0295 - 532376, Fax. 0295 - 531263 Email : bmt_bos@yahoo.com

BMT BUS-F-OPS-AU-20

**Slip Simpanan
Keanggotaan**

<p>Validasi</p> <p>No. Anggota : <input type="text"/></p> <p>Nama : <input type="text"/></p> <p>Alamat : <input type="text"/></p> <p>No. Telp./HP : <input type="text"/></p> <p>Teller : <input type="text"/></p> <p>Tanda Tangan Anggota : <input type="text"/></p>	<p>Unit Kerja : <input type="text"/></p> <p>Tanggal : <input type="text"/></p> <p>No. : <input type="text"/></p> <p style="text-align: right; font-size: small;">Baki Anggota</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;">Jenis Simpanan</th> <th style="width: 40%;">Jumlah (Rp.)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Simpanan Pokok</td> <td>Rp. <input type="text"/></td> </tr> <tr> <td>2. Sertifikat Modal Koperasi</td> <td>Rp. <input type="text"/></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Jumlah</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Terbilang : <input type="text"/></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center; font-size: small;"><i>Wahana Kebangkitan Ekonomi Ummat</i></p>	Jenis Simpanan	Jumlah (Rp.)	1. Simpanan Pokok	Rp. <input type="text"/>	2. Sertifikat Modal Koperasi	Rp. <input type="text"/>			Jumlah		Terbilang : <input type="text"/>	
Jenis Simpanan	Jumlah (Rp.)												
1. Simpanan Pokok	Rp. <input type="text"/>												
2. Sertifikat Modal Koperasi	Rp. <input type="text"/>												
Jumlah													
Terbilang : <input type="text"/>													



KSPS BMT BUS
WAHANA KEBANGKITAN EKONOMI UMMAT

Si Relu

(Simpunan Sabarela Lancar)



KJKS BMT BUS
 Jl. Raya No. 16 Lingsom, Telp. 0295 532376, 532328,
 E-mail : bmt_bus@yahoocdn.com

Syarat Keanggotaan

- Menyerahkan Foto copy identitas diri (KTP / SIM)
- Mengisi formulir calon anggota
- Menyetorkan Simpanan Pokok dan Simpanan Wajib
- Men taati semua peraturan yang telah ditetapkan lembaga

Informasi Lebih Lanjut Hubungi :

BMT BINA UMMAT SEJAHTERA Group
Wahana Kebangkitan Ekonomi Ummat

Si Haji
Simpanan Haji Anggota

Wujudkan niat mulia anda untuk memunaikan rukun Islam kelima dengan bergabung bersama Simpanan Haji Anggota BMT BUS Nikmati berbagai fasilitas dan kemudahan dalam merencanakan ibadah haji.

Manfaat

- Membantu merancang masa depan
- Meringankan persiapan memunaikan ibadah Haji
- Setoran BPIH lebih terjangkau
- Bebas biaya administrasi
- Bebas biaya manasik

**Teguhkan Niat
 Tunaikan Ibadah Haji
 Bersama Simpanan Haji Anggota**

BMT BINA UMMAT SEJAHTERA Group
Wahana Kebangkitan Ekonomi Ummat

Informasi Jadwal Peningkatan

No. Peningkatan	Bulan	Harga
1. Minggu Kedua	Senin-Bulan Mula Januari -di dan 015	USD 1,950

Jadwal Umroh Paket Ramadhan

No. Keberangkatan	Jenis Paket	Harga
1. Awal Ramadhan	9 hari	Konfirmasi
2. Awal Ramadhan	15 hari	
3. Full Ramadhan	27 hari	
4. Full Ramadhan	33 hari	
5. Lailat Qadir	10 hari	
6. Mula Ahir	13 hari	

Catatan :
Jadwal & Ongkos Umroh Swakelola dapat berubah!

Paket Umroh Reguler 9 hari

- Hari Ke-01 :** Jakarta - Jeddah
Dengan Fasilitas berangkat dan Bandara Soekarno Hatta Jeddah menuju Jeddah
- Hari Ke-02 :** Madinah (Zona Dalam)
Setelah sarapan pagi, langsung Ziarah ke Foujiah, Roudhotul Bakri, mengunjungi makam (190 - 090) di lingkungan Makam Bakri
- Hari Ke-03 :** Madinah (Zona Luar)
Ziarah ke Masjid Quba, Masjid Nabawi, Jabal Uhud, Masjid Saba' dan kebun korma, Puncak An Qur'an, mekah siang di Hotel (istirahat) dan mempersiapkan bekal
- Hari Ke-04 :** Madinah - Makkah
Setelah sarapan pagi, berangkat ke mekah dengan ber ihram miqot di Bir Ahi. Tiba di Mekkah Check in Hotel dan istirahat, mengerjakan umroh 1x (di bonding oleh multiovernif)
- Hari Ke-05 :** Makkah
Mengunjungi bekalah di Masjidil Haram
- Hari Ke-06 :** Makkah
Setelah sarapan pagi, persiapan di lingkungan dengan Ziarah ke Jabal Nur, Tour Arafah, Mina, Mudzilah, dan berakhir di Masjid Jil'ronah untuk mengambil Miqot dan mengerjakan Umroh ke 2
- Hari Ke-07 :** Makkah
Setelah sarapan pagi ziarah ke gua Hira, dan mempersiapkan bekalah di Masjidil Haram
- Hari Ke-08 :** Makkah - Jeddah - Jakarta
Melaksanakan Thawaf Muka (sebelum Sholat Subuh kemudian dilanjutkan menuju Jeddah City Tour ke Masjid taraweh, bekalah di Kotonebalaba madior
- Hari Ke-09 :** Jakarta
Tiba di Tanah Air dan menyambut keluarga yang menunggu di Bandara

**JAMAHJAH UMROH
KIKS BMT BUS 2014**

**BIRO PERHIMPUNAN UMROH
PT. BANGUN UMMAH SEJAHTERA
Tour & Travel**

PT. Bangun Ummat Sejahtera "ray" Alam "cap" membantu Anda untuk melakukan ibadah Umroh di Tanah Suci dengan biaya yang murah dan kualitas yang memuaskan

PAKET UMROH 9 Hari

Hanya USD 1.950

Jadwal keberangkatan dapat dilihat pada tabel brosur yang tersedia

Tersedia juga : **PAKET UMROH RAMADHAN**

Nama : **RAMAJI**
Hubungi : **081 228 11 7070**

1. Selayang Pandang

Paket ini akan membantu anda untuk mencapai kemenangan dengan lebih mudah dan menyenangkan. Selain itu, anda akan menikmati bekalah Umroh di Tanah Suci dengan biaya yang murah dan kualitas yang memuaskan.

PT. Bangun Ummat Sejahtera merupakan salah satu perusahaan dari KIKS BMT Bus Umrah Sejahtera yang sudah mempunyai 95 kantor cabang. Dengan demikian semua Kantor BMT Bus Umrah Sejahtera merupakan kantor perwakilan travel yang telah di sertifikasi oleh asosiasi yang resmi.

Segera wujudkan niat anda ke tanah suci mekah!

Siapa dia? BMT sejahtera milik asosiasi resmi!

Biaya diatas sudah termasuk :

1. Tiket pesawat udara kelas ekonomi Jeddah-Jeddah-Jeddah
2. Pengantaran (transfer) Bandara Soekarno Hatta ke Bandara Jeddah
3. Akomodasi (hotel) 8 malam di Jeddah
4. Hotel Madinah Al Madinat Arazi Satri
5. Makan (Sarapan, Makan siang, Makan malam)
6. Transportasi Bus Bus 9
7. Ziarah sebelum tiba ke Makkah dan Madinah
8. Multiovernif / Guide yang berpengalaman
9. Pengantaran Umroh (Pakaian Ihram, Kain Bakli Sarung, Kopyor dan Tas Pispot)

Utara, Zam Zam 'n hier per jama ih di Feo, Berikwama Background Putih, dan sebanyak 10 lembar

2. Persyaratan Umroh

1. Menyerahkan pas foto umroh
2. Menyerahkan paspor (sisa minimal 6 bulan)
3. Menyerahkan pas foto copy (bagi suami & istri)
4. Menyerahkan Surat Nikah (sisa dan foto copy) dan foto copy
5. Menyerahkan pas foto berwarna terbaru dengan latar belakang putih dan proporsi 80% tinggi, 3x4 (10 lembar) dan foto copy

3. Paket Umroh

- Paket Quick \$ 1.950 (Sekamar Berangkat)
- Paket Tripas \$ 2.050 (Sekamar Berangkat)
- Paket Double \$ 2.100 (Sekamar Berangkat)

4. Pembayaran

Pembayaran Biaya Umroh dapat dilakukan melalui :

1. Semua Kantor KIKS BMT BUS di Seluruh Indonesia
2. Pembayaran Melalui Bank Mandiri
atas nama PT. Bangun Ummat Sejahtera
No. Rek. : 135-00-120909-1-1 (Rekening) 135-50-1303169-3 (Doblar)

Harga dan jadwal dalam Leaflet ini sewaktu-waktu dapat berubah di sebabkan oleh adanya perubahan tarif dan jadwal perencanaan, Reguler Bus Negara Ujan dan bekalah.

PT. BANGUN UMMAH SEJAHTERA
Kantor PT. Bangun Ummat Sejahtera
Kembangkan Spiritual Ummat Kita! Bayi, Bayi, Bayi & Ummat

Ikuti persembahan terbaru kami

Si Sidik

Simpanan Siswa Pendidikan Plus

Memberikan kemudahan bagi anda karena Si Sidik Plus mempersiapkan biaya pendidikan sampai dengan jenjang perguruan tinggi dengan sekali setor sebesar :

Rp. 5.000.000,-

Raih keuntungan besar bersama Si Sidik Plus kami sediakan fasilitas luar biasa :

- Peserta Si Sidik Plus mendapatkan peralatan Sekolah
- Peserta Si Sidik Plus mendapatkan biaya masuk Sekolah
- Peserta Si Sidik Plus mendapatkan biaya uang saku Sekolah
- Peserta Si Sidik Plus dapat mengikuti ujian penerimaan beasiswa
- Peserta Si Sidik Plus mendapatkan biaya Perguruan Tinggi
- Peserta Si Sidik Plus dapat mengikuti program 14 - 141
- Peserta Si Sidik Plus dapat mengikuti program 14 - 142
- Peserta Si Sidik Plus dapat mengikuti program 14 - 143
- Peserta Si Sidik Plus dapat mengikuti program 14 - 144
- Peserta Si Sidik Plus dapat mengikuti program 14 - 145
- Peserta Si Sidik Plus dapat mengikuti program 14 - 146
- Peserta Si Sidik Plus dapat mengikuti program 14 - 147
- Peserta Si Sidik Plus dapat mengikuti program 14 - 148
- Peserta Si Sidik Plus dapat mengikuti program 14 - 149
- Peserta Si Sidik Plus dapat mengikuti program 14 - 150



Segera daftarkan putra - putri anda dan raih keuntungan karena di semua program diatur berdasarkan syarat



BMT BINA UMMAT SEJAHTERA Group

Makmur, Berkembang, Sejahtera, Amanah

Si Sidik

Simpanan Siswa Pendidikan

Mengajak putra- putri anda menjadi manusia yang sukses dalam menempuh pendidikan sampai ke jenjang Perguruan Tinggi

- Segera daftarkan putra - putri anda dan raih berbagai fasilitas dari kami :
- Semua peserta Si Sidik mendapatkan peralatan sekolah tiap kenaikan kelas
 - Semua peserta Si Sidik mendapatkan biaya pendaftaran masuk sekolah
 - Peserta Si Sidik yang mendapatkan rangking dikelas kami sedakan beasiswa

Pastikan setoran awal dan setoran selanjutnya disediakan dengan kelas yang anda pilih.

- Kelas A besar setoran Rp. 150.000,-
- Kelas B besar setoran Rp. 100.000,-
- Kelas C besar setoran Rp. 50.000,-

Segeralah bergabung dan dapatkan informasinya di Kantor Pusat maupun Kantor Cabang kami



BMT BINA UMMAT SEJAHTERA Group

Makmur, Berkembang, Sejahtera, Amanah



**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 : Ivana Safitri
NIM : 132503103
Universitas : UIN Walisongo Semarang
Jurusan : D3 Perbankan Syariah
Alamat : Ds Ngawensari RT 001/ RW 002 Ringinarum Kendal

Telah melaksanakan Magang di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Limpung 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

KOPERASI SIMPAN PINJAM SYARIAH
 BAITUL MAAL WAT TAMWIL
BINA UMMAT SEJAHTERA LASEM
 13801 / BH / KWK. 11 / III / 1998 Tanggal 31 Maret 1998
 Jl. Unsur Sunart No. 16 Lasem, Rembang, Jawa Tengah
 Telp. (0291) 62376, Fax. (0291) 31283
 E-mail : bmt_bus@yahoo.com, Website: www.bmt-bus.com



1. Nama Nasabah : Sesuai / Tidak Sesuai
2. Alamat Nasabah : Sesuai / Tidak Sesuai
3. Data Rumah : Sesuai / Tidak Sesuai
4. Pekerjaan : Sesuai / Tidak Sesuai

5. Pekerjaan Tetap
 - a. Pekerjaan Tetap : Rp.
 - b. Pekerjaan Sampingan : Rp.
6. Data Kekayaan
 - a. Rumah : Rp.
 - b. Sawah : Rp.
 - c. Tegal / Karas : Rp.
 - d. Ha Taksiran Nilai Rp.
 - e. (Permanen / Semi Permanen) Taksiran Nilai Rp.
 - f. Ha Taksiran Nilai Rp.
 - g. Taksiran Nilai Rp.
 - h. Taksiran Nilai Rp.

7. Barang Jaminan
 - a. Sudah Masuk / belum masuk : Rp.
 - b. Taksiran Nilai Jaminan : Rp.
8. Analisa Usaha
 - a. Total Pendataran Bruto : Rp.
 - b. Biaya-biaya : Rp.
 - c. * Biaya Tenaga Kerja : Rp.
 - d. * Biaya Transportasi : Rp.
 - e. * Biaya Rumah Tangga : Rp.
 - f. * Biaya Pendidikan : Rp.
 - g. * Biaya Lain - lain : Rp.
 - h. Total Biaya : Rp.
 - i. Sisa Hasil Usaha : Rp.
 - j. Kemampuan Angsuran 60% : Rp.
 - k. CATAIAN SURVEYOR : Rp.
 - l. Petugas Survey : Rp.

1.
 2.
 Hasil Usaha ini telah disetujui oleh
 Nama :
 (Sesuai dengan kewenangan masing-masing)



KOPERASI SIMPAN PINJAM SYARIAH
BAITUL MAAL WAT TAMWIL
BINA UMMAT SEJAHTERA LASEM
13801 / BH / KWK. 11 / III/ 1998 Tanggal 31 Maret 1998
Jl. Untung Suropati No. 16 Lasem, Rembang, Jawa Tengah
Telp. (0295)532375, Fax. (0295)531263
E-mail : bmt_bus@yahoo.com, Website:www.bmt-bus.com

Permohonan Pembiayaan : Rp.
Jangka Waktu Alokasi Dana :
Cara Bayar : Harian / Mingguan / Bulanan / Sekaligus

Komposisi Kebutuhan Modal

Jumlah Kebutuhan Rp.
Dengan rincian Rp.
a. Modal Sendiri : Rp.
b. Hutang Lain : Rp.
c. Pinjaman BMT BINA UMMAT SEJAHTERA : Rp.

Jaminan

a. Jenis Jaminan : Sertifikat / BPKB /
b. Status Jaminan : Milik Sendiri / Milik Keluarga / Milik Lembaga
c. Atas Nama : 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 RELA 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 memberitahukan alasannya.

Penjamin,

Menyetujui
Suami / Istri

Pemohon,

(.....)

(.....)

(.....)

LEMBAR PERMOHONAN PEMBAYARAN

KOPERASI SIMPAN PINJAM SYARIAH
 BATUL MAAL WAT TAMWIL
BINA UMMAT SEJAHTERA LASEM
 13801 / BH / KWK, 11 IIII / 1998 Tanggal 31 Maret 1998
 Jl. Umang Sutopati No. 18 Lasem, Rembang, Jawa Tengah
 Telp. 029552036 Fax. 0295531293
 E-mail : bmt_bus@yahoo.com, Website: www.bmt-bus.com



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.
 b.
 c.

Data Kekayaan
 a. Status Rumah
 b. Kondisi Rumah
 c. Sawah
 d. Tegal / Karas
 e. Kekayaan Lain
 1. Sepeda Motor
 2. Mobil
 3.
 4.
 Perhitungan Usaha

Rugi Laba	Rp.
Bruto Rp.	Rp.
Biaya - biaya ekonomi	Rp.
a. Bi. Rumah Tangga	Rp.
B. Bi. Transport	Rp.
c. Bi. Lain	Rp.
Total Biaya	Rp.
Neto	Rp.

Rugi Laba	Rp.
Bruto Rp.	Rp.
Biaya - biaya ekonomi	Rp.
a. Bi. Rumah Tangga	Rp.
B. Bi. Transport	Rp.
c. Bi. Lain	Rp.
Total Biaya	Rp.
Neto	Rp.

2 Bulan lalu

**KOPERASI JASA KEUANGAN SYARIAH
KJKS BMT BINA UMMAT SEJAHTERA**

No. BH: 13801/BH/KWK.11/III/1998 TGL. 31 MARET 1998
Kantor pusat : Jalan Untung Suripati No. 16 Lasem Telp/ Fax.(0295)532376

AKAD PEMBIAYAAN BAITTSAMAN AJIL

No. :

*Bismillahirrahmanirrahim
Asyhadu Anna Illaaha Illa Allah, Wa Asyhadu Anna Muhammadan Rasulullah*

Yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama

Jabatan

Alamat

Bertindak untuk dan atas nama KJKS BMT Bina Ummat Sejahtera Lasem selanjutnya disebut Pihak I (Pertama) / Penjual

2. Nama

Tempat / Tgl. Lahir Alamat

No. KTP / SIM

Dalam melakukan perbuatan hukum dibantu oleh istri / suami

Nama

Tempat / Tgl. Lahir Alamat

No. KTP / SIM

Selanjutnya disebut Pihak II. (Pembeli)

**PEMBIAYAAN BAITTSAMAN AJIL
PASAL I**

- Pihak I (Penjual) dan Pihak II (Pembeli) sepakat untuk melakukan transaksi jual beli.....
- Kedua belah pihak penuh kesadaran dan sungguh sungguh memahami seluruh isi akad pembiayaan Baittsaman Ajil intah m
- Pihak I (Penjual) tel syaraem berikan ketentuan, rincian dant sebagai berikut :

- Harga Barang
- Uang Muka
- Pembayaran diberikan
- Total Mark Up
- Cara Pembayaran
- Jangka Waktu
- Angsuran Pokok
- Angsuran Mark Up
- Angsuran Kesiko
- Cadangan Kesiko
- Total Angsuran

Pihak II (Pembeli) setuju / sepakat untuk membayar seluruh biaya yang timbul dari akad ini yang meliputi:

- Biaya Administrasi 2 % dari total pembiayaan sebesar
- Biaya Material lembar sebesar
- Biaya Notaris Sebesar
- Jumlah Total

Rp.
Rp.
Rp.
Rp.

PASAL 3

Kedua belah pihak sepakat untuk mengakhiri akad pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil ini, bila Pihak II (Pembeli) telah mengembalikan seluruh sisa pembiayaan serta kewajiban lainnya kepada Pihak I (Penjual)

PASAL 4

Apabila Pihak II (Pembeli) berhenti dalam mengangsur / melakukan setoran maka Pihak I (Penjual) berhak untuk melakukan penagihan baik secara langsung dengan mendatangi tempat tinggal atau domisili Pihak II (Pembeli), maupun secara tidak langsung dengan panggilan atau teguran lewat Surat tembusan Camat dan Kepala Desa atau atasan Pihak II (Pembeli)

PELUNASAN BELUM JATUH TEMPO

PASAL 5

Pembayaran Mark Up dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Apabila pelunasan kurang dari setengah angsuran, pembayaran Mark Up nya diperhitungkan setengah dari Mark Up yang belum terbayarkan.
2. Apabila pelunasan lebih dari setengah angsuran, pembayaran Mark Up nya diperhitungkan setengah dari Mark Up yang sudah terbayarkan

JAMINAN

PASAL 6

Sebagai bagian yang tidak dipisahkan dari akad pembiayaan ini dan pembiayaan ini tidak akan terjadi jika bagian ini tidak diadakan, maka Pihak II (Pembeli) dengan menyerahkan sebagai berikut :

- a.(.....) Sertifikat HM / HGU / HGB / HP untuk dapat dibebankan hak tanggungan guna kepentingan Koperasi Jasa Keuangan Syariah Baitul Maal Wat Tamwil Bina Uniniat Sejahtera Lasem / Kantor Cabang Pembantuberupa tanah sawah / tegalan / perumahan beserta bangunan, tanaman dan hasil karya yang telah ada atau akan ada yang merupakan suatu kesatuan dengan tanah tersebut dan yang merupakan milik pemegang hak atas tanah dengan keterangan sebagai berikut :
 - ✓ Nomor Sertifikat :
 - ✓ Nomor :
 - ✓ Tercatat Atas nama :
 - ✓ Terletak di :
 - ✓ Surat Ukur / Situasi tanggal :
 - Nomor :
 - Luas :
 - ✓ Batas - Batas :
 - Utara :
 - Selatan :
 - Barat :
 - Timur :
- b.(.....) buah BPKB kendaraan bermotor roda :

 - ✓ Merk :
 - ✓ Tahun Produksi :
 - ✓ Warna :
 - ✓ Nomor Rangka :
 - ✓ Nomor Mesin :
 - ✓ Bahan Bakar :
 - ✓ No. BPKB :
 - ✓ No. Polisi :
 - ✓ Tercatat Atas Nama :
 - ✓ Alamat :

- c.1) Surat Keputusan Pengangkatan Pegawai : (SK Pegawai)

 - ✓ Nomor :
 - ✓ Tanggal :
 - ✓ Nama :
 - ✓ Golongan /-Ruang :

- c.2) Surat Penetapan Pangkat Terakhir :

 - ✓ Nomor :
 - ✓ Tanggal :

- c.3) Surat Taspen / Karip :

 - ✓ Nomor :
 - ✓ Tanggal :

d) Surat Pasar
➤ Nomor
➤ Tanggal

Menurut keterangan Pihak II (Pembeli) barang jaminan tersebut adalah hak miliknya secara kuat dan penuh atau hak milik orang lain yang dikuatkan dengan Surat pernyataan pemilik yang bersangkutan yang ditampirkan dan merupakan bagian yang melekat dan tidak terpisah dari akad pembiayaan Bar' Bitsaman Ajil ini.

PASAL 7

Pihak II (Pembeli) bertanggung jawab sepenuhnya atas segala apa yang terjadi dengan objek jaminan, baik secara materil maupun immateril.

PENGAWASAN DAN PEMERIKSAAN

PASAL 8

Pihak I (Penjual) berhak baik dilakukan sendiri atau dilakukan oleh Pihak lain yang ditunjuk oleh Pihak I (Penjual) untuk setiap waktu meminta keterangan dan melakukan pemeriksaan yang diperlukan oleh Pihak I (Penjual) kepada Pihak II (Pembeli).

PERNYATAAN

PASAL 9

Pihak II (Pembeli) dengan tegas menyatakan :

1. Bersedia memberikan setiap keterangan sebenar-benarnya yang diperlukan oleh Pihak I (Penjual) atau kuasanya dan tunduk kepada peraturan yang telah ditetapkan atau yang kemudian akan ditetapkan oleh Pihak I (Penjual) terutama mengenai kebijaksanaan pemberian pembiayaan yang dimaksud.
2. Bahwa pembiayaan yang diterima dari Pihak I (Penjual) akan dipergunakan untuk keperluan sebagaimana yang diuraikan dalam Pasal I dan setiap waktu Pihak I (Penjual) berhak memeriksa penggunaan yang dimaksud.
3. Bila mana pembayaran ternyata digunakan untuk keperluan lain atau Pihak lain, maka Pihak I (Penjual) dengan segera menghentikan pembayarannya Pihak II (Pembeli) diwajibkan tanpa menunda-nunda lagi membayar seluruh pembayarannya serta biaya yang timbul karena pembiayaan tersebut sekertika dan selagi ini.
4. Mengenal surat-surat yang dipakai oleh Pihak II (Pembeli) sebagai objek jaminan, seperti yang tersebut dalam pasal 6 akad pembiayaan ini Pihak II (Pembeli) menyatakan :
 - a. Kebenaran akan keaslian surat-surat tersebut.
 - b. Pihak II (Pembeli) dengan alasan apapun tidak akan berupaya, merelayasa untuk menbrbitkan surat-surat tersebut kembali.

WANPRESTASI

PASAL 10

Apabila Pihak II (Pembeli) lalai atau melalaikan kewajibannya dan atau menyimpang dari ketentuan dalam akad pembiayaan Bar' Bitsaman Ajil ini, maka Pihak II (Pembeli) wajib atas biayanya sendiri menyerahkan objek akad pembiayaan Bar' Bitsaman Ajil ini kepada Pihak I (Penjual) segera diminta oleh Pihak I (Penjual) dengan ini sepanjang perlu diberi kuasa yang tidak dapat ditarik atau dicabut kembali oleh Pihak II (Pembeli) untuk mengambil alih kepemilikan (In Bezi Nemen) atas objek jaminan dari Pihak II (Pembeli) atau Pihak lain yang menguasainya jika perlu lewat prosedur hukum yang berlaku.

PASAL 11

Pihak I (Penjual) wajib meliangkan / menjual objek jaminan atas akad pembiayaan Bar' Bitsaman Ajil ini secara bersama-sama maupun sendiri-sendiri melalui pelelangan umum dihadapan pejabat yang berwenang atau dibawah tangan setelah diambilnya atas kekuatan apa yang ditentukan dalam pasal 11 dalam akad pembiayaan Bar' Bitsaman Ajil ini.

PENJUALAN ATAU PELELANGAN OBJEK JAMINAN

PASAL 12

PASAL 13

Hasil pelelangan / penjualan baik dihadapan pejabat yang berwenang maupun dibawah tangan tersebut setelah dipotong dengan besarnya sisa angsuran pembayaran Bar' Bitsaman Ajil ditambah Mark Up yang harus dibayar dan biaya-biaya lain yang timbul dari pelelangan / penjualan ini, maka bila masih ada sisa, sisa tersebut diberikan dan diserahkan, kepada, Pihak II (Pembeli).