

BAB III

GAMBARAN UMUM WARUNG MIKRO BANK SYARIAH MANDIRI CABANG KENDAL SALES OUTLET KALIWUNGU

A. Gambaran Umum Warung Mikro BSM Cabang Kendal SO Kaliwungu

1. Sejarah Warung Mikro BSM

Nilai-nilai perusahaan yang menjunjung tinggi kemanusiaan dan integritas telah tertanam kuat pada segenap insan Bank Syariah Mandiri (BSM) sejak awal pendiriannya. Kehadiran BSM sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999. PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.⁴²

Kantor pusat Bank Syariah Mandiri (BSM) berlokasi di Wisma Mandiri jalan M.H Thamrin No. 5 Jakarta 10340. Sampai dengan tanggal per 01 Juli 2012, Bank Syariah Mandiri (BSM) memiliki 125 kantor cabang, 411 kantor cabang pembantu, 22 unit pelayanan

⁴²www.syariahmandiri.co.id

syariah, 55 kantor kas, 16 kantor layanan syari'ah 46 dan 85 *payment point*.

Bank Syari'ah Mandiri Cabang Kendal sendiri merupakan salah satu dari sekian banyak kantor cabang yang berada di Provinsi Jawa Tengah (Wilayah III) yang berlokasi di jalan Soekarno Hatta no. 325 Kec. Kendal Kab. Kendal dan Bank Syariah Mandiri Cabang Kendal ini telah berdiri tahun 2010 dan mulai beroperasi sejak tanggal 22 Juli 2011 sebagai wujud adanya peningkatan pangsa pasar di kabupaten Kendal.

2. Latar Belakang Warung Mikro BSM Sales Outlet Kaliwungu

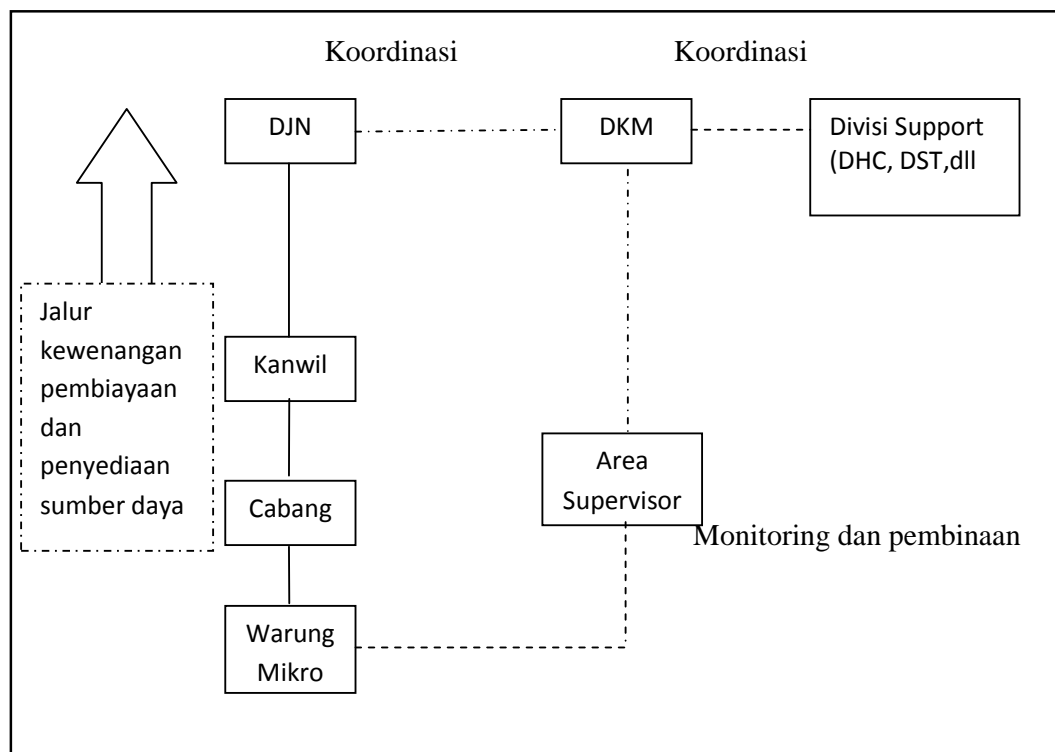
Sesuai dengan Surat Edaran Dirksi BSM nomor 12/009/PEM, tanggal 13 Februari 2010 tentang pembiayaan warung mikro, maka pada tahun 2011 Bank Syari'ah Mandiri cabang Kendal juga membuka outlet warung mikro yang berkantor satu gedung dengan kantor cabang Bank Syari'ah Mandiri Kendal, yakni di jalan Soekarno Hatta no. 325 Kendal. Kemudian Organisasi *supervise* (KP dan *Area Supervisor*) dikembangkan seefisien mungkin untuk menghindari *Overhead Trap*. Penambahan personil KP dan Area Supervisor dilakukan bertahap mengikuti jumlah Warung Mikro. Perbandingan ideal Area Supervisor dan unit Warung Mikro adalah 1 berbanding 10 (1:10), oleh karena itu, pada tanggal 11 November 2011 Bank Syari'ah Mandiri Cabang Kendal membuka sales outlet Warung Mikro baru di jalan Raya Kaliwungu-Kendal, no. 112, Kec. Kaliwungu dan untuk memperluas pangsa pasar di kecamatan Weleri dan

sekitarnya, maka juga dibuka outlet Warung Mikro di Jalan Raya Utama Tengah No. 196, Kec. Weleri.⁴³

Outlet warung mikro BSM merupakan bagian dari cabang, target bisnis warung mikro merupakan target cabang. Pada awal tumbuh, fokus pengembangan *inbranch*, tujuannya adalah untuk efisiensi biaya investasi, memastikan resiko terkendali dan percepatan internalisasi budaya BSM.

Adapun konsep dasar pembentukan Warung Mikro dapat kita lihat dalam bagan sebagai berikut:

Gambar 1.2. Konsep Dasar Pembentukan Warung Mikro BSM



Sumber: Warung Mikro BSM Cabang Kendal SO Kaliwungu

⁴³ Wawancara dengan bapak Hari Novianto selaku Supervisor Warung Mikro BSM pada hari Kamis, tanggal 7 Maret 2013.

Sedangkan teknik operasional warung Mikro berdasarkan surat edaran terkait Warung Mikro dibawah ini;

Tabel 2.1. Surat Edaran Terkait Warung Mikro

NO	No SE dan Tanggal	Perihal
1	12/015/PEM, tanggal 30 Juni 2010	Revisi <i>Price</i> pembayaran melalui warung mikro
2	13/020/PEM, tanggal 26 Agustus 2011	Pembiayaan melalui Warung Mikro untuk golongan berpenghasilan tetap
3	12/019/PEM, tanggal 20 Juli 2010	Wewenang Kepala Cabang dalam Memutus penurunan <i>price</i> pembiayaan Warung Mikro
4	12/009/PEM, tanggal 13 Februari 2010	Pembiayaan melalui Warung Mikro
5	12/001/PEM, tanggal 18 Januari 2010	Revisi <i>standar operating procedure (SOP)</i> pembiayaan Warung Mikro
6	11/036/PEM, tanggal 9 Oktober 2009	<i>Standar operating procedure (SOP)</i> pembiayaan Warung Mikro
7	12/016/PEM, tanggal 30 Juni 2010	Jaminan alternatif pembiayaan Warung Mikro
8	13/008/PEM, tanggal 31 Maret 2011	Ketentuan penagihan (<i>Collection</i>) dan <i>Cash Pick Up Warung Mikro</i>
9	13/008-3/MPO-DKM, tanggal 24 April 2011	Petunjuk Pelaksanaan pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Mikro Melalui Warung Mikro

3. Visi dan Misi Warung Mikro BSM Kendal Sales Outlet Kaliwungu

Dalam rangka mendukung penciptaan tujuan perusahaan, maka Warung Mikro BSM memandang perlu untuk menetapkan Visi dan menguatkan Misi Perusahaan. Penguatan Misi perusahaan dilakukan dengan cara menyesuaikan rumusan Misi yang ada sebelumnya dengan kondisi saat ini. Direksi BSM melalui Surat Edaran No. 10/001/UMM tanggal 30 Januari 2008 tentang Visi, Misi dan BSM Shared Values

“ETHIC” telah mensosialisasikan Visi, Misi dan BSM Shared Values kepada seluruh jajaran BSM. Lebih lanjut, diharapkan seluruh jajaran BSM mengetahui, memahami dan melaksanakan Visi, Misi dan BSM *Shared Values*.

Visi Warung Mikro BSM Sales Outlet Kaliwungu itu sama dengan Visi dari Bank Syariah Mandiri yakni “Menjadi bank syariah terpercaya pilihan mitra usaha”. Untuk menjadi bank syariah terpercaya kami lakukan dengan terus menjaga kompetensi dan integritas.

a. Kompetensi

Kami implementasikan dengan meningkatkan keahlian sesuai tugas yang diberikan dan tuntutan profesi bankir. Hal ini sesuai dengan landasan normatif diantaranya sbb:

“Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggungjawabannya.” (Al Isra (17): 36).

b. Integritas

Kami implementasikan dengan menaati kode etik profesi dan berpikir serta berperilaku terpuji. Hal ini sesuai dengan landasan normatif diantaranya sbb:

“Allah tidak menyukai orang-orang yang membuat kerusakan” (Al Maidah (5): 64)

Untuk menjadi bank pilihan mitra usaha kami lakukan dengan senantiasa menjaga usaha baik aspek bisnis maupun aspek syariah.

a. Aspek Bisnis

Untuk menjadi pilihan mitra usaha dari aspek bisnis, kami implementasikan dengan menyediakan diantaranya: produk yang menarik, *pricing* yang kompetitif, *business process* yang *prudent* serta infrastruktur yang memadai. Hal ini sesuai dengan landasan normatif diantaranya sbb;

“Permudahlah (segala urusan), jangan dipersulit dan ajaklah dengan baik, jangan menyebabkan orang lain menjauh” (H.R. Al Bukhari dan Muslim)

b. Aspek Syariah

Untuk menjadi pilihan mitra usaha dari aspek syariah, kami implementasikan dengan menjalankan fungsi Dewan Pengawas Syariah sesuai ketentuan yang berlaku. Hal ini sesuai dengan landasan normatif diantaranya sbb:

“Dan siapakah yang lebih baik agamanya dari pada orang yang ikhlas menyerahkan dirinya kepada Allah, sedang dia pun mengerjakan kebaikan, dan dia mengikuti agama Ibrahim yang lurus? Dan Allah mengambil Ibrahim menjadi kesayangan-Nya.“ (An Nisa’ : 25)

Adapun Misi Warung Mikro BSM Sales Outlet Kaliwungu juga sama dengan Bank Syari’ah Mandiri, yakni terdapat 5 butir Rumusan antara lain sebagai berikut:

- a. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan.
- b. Mengutamakan penghimpunan dana konsumen dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM.
- c. Merekrut dan mengembangkan pegawai profesional dalam lingkungan kerja yang sehat.
- d. Mengembangkan nilai-nilai syariah universal.

- e. Menyelenggarakan operasional bank sesuai standar perbankan yang sehat.

4. Nilai-Nilai Perusahaan

Untuk mendukung pencapaian Visi dan Misi Perusahaan, nilai-nilai BSM merumuskan nilai-nilai utama (*Shared Values*) perusahaan yang disebut *BSM Shared Values* melalui Surat perusahaan Edaran Direksi No. 10/001/UMM tanggal 30 Januari 2008 tentang Visi, Misi dan BSM Shared Values “*ETHIC*”.

Nilai-nilai perusahaan BSM terdiri atas *Excellence, Teamwork, Humanity, Integrity dan Customer Focus*. Nilai-nilai ini lahir dari kesepakatan seluruh jajaran BSM secara *bottom up*. Agar nilai-nilai yang telah dirumuskan dan disepakati dapat dipahami dan dilaksanakan oleh seluruh insan BSM dalam kehidupan berorganisasi, maka hal tersebut diterjemahkan dalam perilaku-perilaku utama sebagai berikut:

- a. *Excellence (Imtiyaz)* yaitu Berupaya mencapai kesempurnaan melalui perbaikan yang terpadu dan berkesinambungan.
- b. *Teamwork ('Amal Jama'iy)* yaitu Mengembangkan lingkungan kerja yang saling bersinergi.
- c. *Humanity (Insaaniyah)* yaitu Menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan yang religius.
- d. *Integrity (Shidiq)* yaitu Memahami dan menaati kode etik profesi dan berpikir serta berperilaku terpuji

Customer Focus (Tafdhiilu Al-'Umalaa) yaitu Memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan (eksternal dan internal) untuk menjadikan BSM sebagai mitra yang terpercaya dan menguntungkan.

5. Struktur Organisasi Warung Mikro Bank Syariah Mandiri Cabang Kendal Sales Outlet Kaliwungu

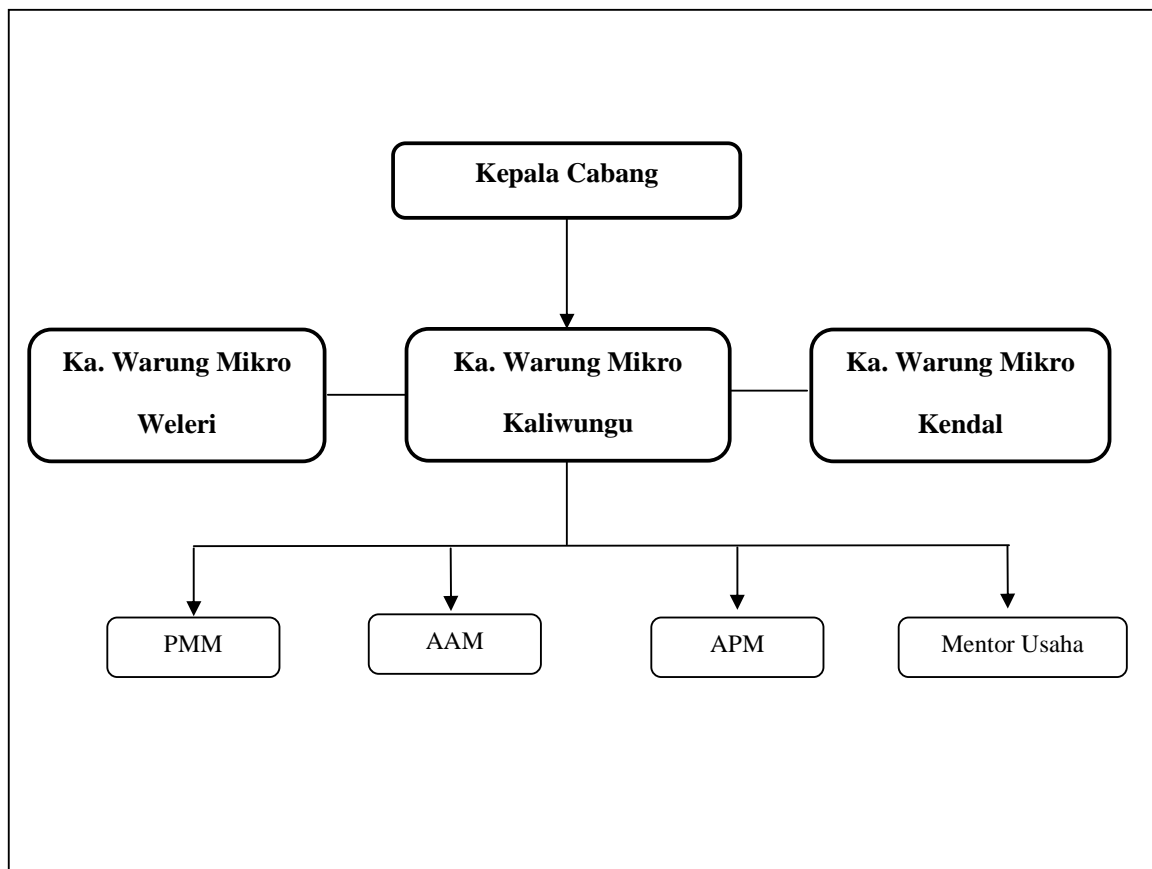
Bagi setiap perusahaan dalam mencapai tujuan tidak terlepas dari masalah struktur organisasi, dimana organisasi adalah sekelompok orang yang bekerjasama untuk mencepai tujuan tertentu. Pada setiap pelaksanaan organisasi sangatlah penting dan haruslah diperhatikan. Oleh karena itu, perlu dibuat struktur organisasi yang jelas dan dapat berfungsi secara optimal yang menggambarkan susunan tugas dan tanggung jawab masing-masing.

Struktur Organisasi BSM cabang Kendal terdiri dari Kepala Kantor Cabang Kendal sebagai Penanggung jawab, Divisi *Marketing* yang meliputi Pelaksana *Marketing Support*, Pembiayaan miko dan gadai emas, Divisi operasional yang meliputi *Operasional Officer*, *Back Office* dan *Teller*.

Sedangkan Pegawai Warung Mikro SO Kaliwungu terdiri dari pegawai BSM yakni Kepala Warung Mikro (KWM), Asisten Analis Mikro (AAM), dan Mentor Usaha (MU) dan pegawai *outsourcing* yakni Pelaksana Marketing Mikro (PMM) dan Administrasi Pembiayaan Mikro (APM). Dan pada organisasi Warung Mikro saat ini telah dibuat segresi antara fungsi sales dan analis.

Adapun struktur organisasi pada Warung Mikro Bank Syariah Mandiri SO Kaliwungu dapat dilihat pada bagan berikut ini:

Gambar 1.3. Struktur Organisasi Warung Mikro BSM Cabang Kendal SO Kaliwungu SO Kaliwungu



*Sumber: Warung Mikro Bank Syari'ah Mandiri Cabang Kendal
SO Kaliwungu*

B. Target Market Pembiayaan Warung Mikro BSM Sales Outlet Kaliwungu

Penentuan sasaran BSM diselaraskan dengan bisnis yang dijalankan, sehingga membentuk suatu sinergi yang berkesinambungan. Sampai dengan April 2013, Outlet Warung Mikro yang telah dibuka berjumlah 502 Outlet tersebar di seluruh wilayah Indonesia.⁴⁴ Target utama pasar Warung Mikro adalah perorangan/badan usaha yang membutuhkan pembiayaan investasi/Modal Kerja s.d. Rp100 juta untuk kegiatan produktif. Contoh nasabah kategori ini adalah pedagang di pasar tradisional, usaha bengkel sepeda motor, industri rumah tangga, pedagang klontong dan sebagainya.

a. Target Market Berdasarkan Segmentasi Aspek Demografis

a. Golbertap

Golbertap ialah nasabah dengan sumber pembayaran (*repayment*) berasal dari gaji/penghasilan tetap yang diterima setiap bulan, termasuk didalamnya Pegawai Negeri Sipil (PNS), pegawai BUMN, pegawai BUMD, TNI/POLRI, dan pegawai perusahaan swasta yang didirikan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

b. Non Golbertap

Non Golbertap ialah nasabah dengan sumber pembayaran berasal dari usaha yang dikelolanya sendiri (wiraswasta), baik dalam sektor perdagangan, pertanian, industri rumah tangga, peternakan, perikanan dan jasa-jasa.

⁴⁴ Wawancara dengan bapak Hari Novianto selaku Supervisor Warung Mikro BSM pada hari Kamis, tanggal 7 Mei 2013

b. Target Market Berdasarkan Segmentasi Aspek Geografis

a. Pedagang Pasar

- 1) Letak maksimal 5 KM dari kantor layanan.
- 2) Jumlah pedagang minimal 1000 pedagang
- 3) Jenis pasar retail/semi grosir
- 4) Pasar dikelola oleh Pemda setempat.

b. Usaha Mikro

- 1) Usaha mikro dalam batas area 10 KM
- 2) Jenis usaha perdagangan dan jasa (kelontong, sembako, bengkel, salon, dan usaha lain yang tidak termasuk negative list BSM).

c. Usaha Mikro Cluster

Usaha Mikro Cluster ialah usaha-usaha mikro sejenis yang terdapat dalam satu wilayah dan memiliki hubungan bisnis dengan lembaga pembinaan. Contoh: Cluster petani sawit, cluster pengusaha kerajinan, dan lain-lain.

d. Usaha Supplay Chain

Usaha Supplay Chain ialah usaha-usaha mikro yang tergabung dalam satu rangkaian bisnis atau asosiasi atau lembaga binaan yang lokasinya tersebar. Contoh: pengusaha roti yang dikoordinir produsen terigu bogasari, warung-warung binaan makro, agen penyalur voucher, dan lain-lain.

C. Produk-Produk Warung Mikro BSM SO Kaliwungu

Sesuai Pedoman Pembiayaan, Warung Mikro juga dapat membiayai pembiayaan multiguna sampai dengan Rp100 juta. Produk dan persyaratan pembiayaan mikro disesuaikan dengan karakteristik usaha mikro tersebut. Saat ini Usaha mikro mempunyai 5 kategori produk yaitu:

a. Pembiayaan Usaha Mikro Tunas (PUM-Tunas)

PUM Tunas adalah pembiayaan dari bank kepada perorangan atau badan usaha dengan plafon minimum Rp 2.000.000,- (dua juta rupiah) dan maksimum Rp 10.000.000,- (sepuluh juta rupiah). Adapun jangka waktu angsuran maksimal

b. Pembiayaan Usaha Mikro Madya (PUM-Madya)

PUM Madya adalah pembiayaan dari bank kepada perorangan atau badan usaha dengan plafon pembiayaan keseluruhan diatas Rp 10.000.000,- (sepuluh juta rupiah) dan maksimum Rp 50.000.000,- (limapuluh juta rupiah).

c. Pembiayaan Usaha Mikro Utama (PUM-Utama)

PUM Utama adalah pembiayaan usaha mikro dari bank kepada perorangan atau badan usaha dengan plafon di atas Rp 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) dan maksimum Rp 100.000.000,- (seratus juta rupiah)

d. Pembiayaan KUR Warung Mikro

Pembiayaan KUR Warung Mikro adalah pembiayaan usaha mikro dari bank kepada perorangan atau badan usaha dengan plafon maksimal Rp 20.000.000,- (Duapuluh juta rupiah)

e. Pembiayaan Multiguna

Pembiayaan Multiguna adalah pembiayaan usaha mikro dari bank kepada perorangan atau badan usaha dengan plafon maksimal Rp 50.000.000,- (Limapuluh juta rupiah).

Untuk lebih memperjelas, penulis paparkan tabel pembiayaan Warung Mikro BSM dibawah ini:

Tabel 2.2. Pembiayaan Warung Mikro BSM

NO	LIMIT	SIFAT	MAKS. JANGKA WAKTU	JAMINAN		PENGIKATAN	DSR	BIAYA
				UTAMA	TAMBAHAN			
1	Rp. 2 juta s/d Rp 10 juta	angsuran	36 bulan	Objek yang dibiayai	Tidak dipersyaratkan	Bawah tangan dengan kuasa jual	40%	Administ rasi, premi asuransi
2	Rp. 10 juta s/d Rp 50 juta	angsuran	36 bulan	Total nilai likuidasi minimal 100%		SKMHT nota riil dan kuasa jual nota riil	40%	Administ rasi, premi asuransi, blokir BPKB dan Notaris
3	Rp. 50 juta s/d Rp 100 juta	angsuran	48 bulan	Total nilai likuidasi minimal 100%		APHT nota riil dan kuasa jual nota riil	40%	Administ rasi, premi asuransi, blokir BPKB dan Notaris

Sumber: Warung Mikro Bank Syari'ah Mandiri

Adapun syarat umum untuk mengajukan pembiayaan diwarung mikro adalah sebagai berikut:

1. Wiraswasta/Profesi:

- a. Usaha telah berjalan minimal 2 tahun.

- b. Usia minimal 21 tahun atau sudah menikah dan maksimal 55 tahun saat pembiayaan lunas.
 - c. Surat keterangan/ijin usaha.
2. Perorangan Golbertap
- a. Status pegawai tetap dengan masa dinas minimal 1 (satu) tahun.
 - b. Usia minimal 21 tahun pada saat pengajuan dan maksimal 55 tahun pada saat jatuh tempo fasilitas pembiayaan.
 - c. Surat keterangan/ijin usaha.
3. Badan usaha
- a. Usaha telah berjalan minimal 2 tahun.
 - b. Surat keterangan/ijin usaha.
 - c. Akte pendirian/perubahan perusahaan.

Syarat khusus pembiayaan warung mikro bank syariah mandiri SO Kaliwungu adalah sebagai berikut:

- a. Pembiayaan Produktif Warung Mikro Bank Syariah Mandiri SO Kaliwungu (Rp. 2.000.000 s/d Rp. 100.000.000) :
 - 1) Pas foto 4x6 (Suami & Istri)
 - 2) Fotocopy KTP, Akte Nikah, Kartu Keluarga (Suami & Istri)
 - 3) Fotocopy Rekening Listrik, Rekening Telephone, PBB tahun terakhir (salah satu saja)
 - 4) Fotocopy Rekening Tabungan 6 bulan terakhir (apabila *income* hanya berasal dari gaji sebagai karyawan) / nota penjualan & bon transaksi (apabila *income* hanya berasal sebagai wiraswasta)

- 5) Asli Surat Keterangan Bekerja dan Asli Slip Gaji 3 bulan terakhir dan
Copy ID Card
 - 6) NPWP Pribadi untuk pembiayaan > Rp. 50 juta.
 - 7) Copy Jaminan : BPKB Motor (minimal tahun 2010 keatas) dan Mobil
(minimal tahun 2008 keatas), Sertifikat Hak Milik (SHM), Akta Jual
Beli, Deposito
 - 8) Legalitas usaha (Surat Keterangan Usaha RT / RW setempat) / SIUP
usaha minimal berjalan 2 tahun.
- b. Pembiayaan Multiguna Warung Mikro Bank Syariah Mandiri SO
Kaliwungu (Rp. 2.000.000 s/d Rp. 50.000.000):
- 1) Pas foto 4x6 (Suami & Istri)
 - 2) Fotocopy KTP, Akte Nikah, Kartu Keluarga (Suami & Istri)
 - 3) Fotocopy Rekening Listrik, Rekening Telephone, PBB tahun terakhir
(salah satu saja)
 - 4) Fotocopy Rekening Tabungan 6 bulan terakhir (apabila income hanya
berasal dari gaji sebagai karyawan) / nota penjualan & bon transaksi
(apabila income hanya berasal sebagai wiraswasta)
 - 5) Asli Surat Keterangan Bekerja dan Asli Slip Gaji 3 bulan terakhir dan
Copy ID Card
 - 6) NPWP Pribadi untuk pembiayaan > Rp. 50 juta.
 - 7) Copy Jaminan : BPKB Motor (minimal tahun 2010 keatas) dan Mobil
(minimal tahun 2008 keatas), Sertifikat Hak Milik (SHM), Akta Jual
Beli, Deposito

- c. Pembiayaan Spesial Usaha (KUR) Warung Mikro Bank Syariah Mandiri SO Kaliwungu (Rp. 2.000.000 s/d Rp. 20.000.000) :
- 1) Pas foto 4x6 (Suami & Istri)
 - 2) Fotocopy KTP, Akte Nikah, Kartu Keluarga (Suami & Istri)
 - 3) Fotocopy Rekening Listrik, Rekening Telephone, PBB tahun terakhir (salah satu saja)
 - 4) Fotocopy Rekening Tabungan 6 bulan terakhir (apabila *income* hanya berasal dari gaji sebagai karyawan) / nota penjualan & bon transaksi (apabila *income* hanya berasal sebagai wiraswasta)
 - 5) Asli Surat Keterangan Bekerja dan Asli Slip Gaji 3 bulan terakhir dan *Copy ID Card*
 - 6) Copy Jaminan : BPKB Motor (minimal tahun 2010 keatas), Deposito Legalitas usaha (Surat Keterangan Usaha RT / RW setempat) / SIUP usaha minimal berjalan 2 tahun

D. Strategi Pemasaran Warung Mikro BSM SO Kaliwungu

Untuk melakukan kegiatan pemasaran, Warung Mikro BSM Cabang Kendal SO Kaliwungu mempunyai strategi pemasaran yaitu sebagai berikut:

1. Strategi produk

Dalam mengembangkan produknya Warung Mikro BSM Cabang Kendal SO Kaliwungu melakukan beberapa hal yaitu:

a. Menentukan motto

Agar nasabah mampu memahami maksud visi dan misi yang ingin dicapai BSM Cabang Kendal dalam melayani masyarakat, maka Warung Mikro juga memakai moto yang sama, yakni; “Lebih Adil dan Menentramkan”

b. Menciptakan merk

Warung Mikro BSM menciptakan merk seperti Pembiayaan Usaha Mikro Tunas (PUM-Tunas), PUM-Madya, PUM-Utama dengan mempertimbangkan faktor-faktor berikut:

- 1) Mudah diingat, Warung Mikro BSM Cabang Kendal memberi nama produknya singkat dan jelas agar nasabah mudah mengingat nama produk-produk tersebut.
- 2) Terkesan modern, Warung Mikro BSM Cabang Kendal SO Kaliwungu dalam menciptakan merek dengan cara melihat perkembangan pasar yang semakin berkembang dalam hal penamaan produk.
- 3) Memiliki arti (dalam arti positif), Warung Mikro BSM Cabang Kendal menciptakan merek memiliki arti yang bermanfaat bagi nasabahnya.

2. Strategi harga

Harga ditentukan berdasarkan fitur produk yang telah disebutkan pada bab sebelumnya. Karena akad yang di gunakan dalam transaksi ini yaitu *akad murabahah*, maka dalam pelunasan pinjaman yaitu dengan cara diangsur. Adapun jangka waktu angsuran minimal 12 bulan (1 tahun) sampai 48

bulan (4 tahun) sesuai plafond yang diinginkan nasabah. Strategi ini bertujuan untuk mengukur kemampuan nasabah dalam melunasi pinjaman dan mempermudah serta meringankan nasabah dalam melunasi angsuran sesuai kemampuan nasabah. Oleh karena itu dibawah ini akan penulis paparkan perkiraan pembiayaan Warung Mikro BSM Cabang Kendal SO Kaliwungu:

a. Perkiraan Angsuran PUM Tunas

Tabel 2.3. Perkiraan Angsuran PUM Tunas

Plafond	Jangka Waktu (bulan)		
	12	24	36
2,000,000	200,924	118,095	91,608
3,000,000	301,386	177,143	137,412
4,000,000	401,848	236,190	183,216
5,000,000	502,310	295,238	229,020
6,000,000	602,772	354,285	274,824
7,000,000	703,234	413,333	320,628
8,000,000	803,696	472,380	366,432
9,000,000	904,158	531,428	412,236
10,000,000	1,004,620	590,475	458,040

Sumber: Sales Outlet Warung Mikro BSM Kaliwungu

b. Perkiraan Angsuran PUM Madya

Tabel 2.4. Perkiraan Angsuran PUM Madya

Plafond	Jangka Waktu (bulan)		
	12	24	36
11,000,000	1,083,209	626,422	479,098
12,000,000	1,181,683	683,369	522,652
13,000,000	1,280,157	740,316	566,206
14,000,000	1,378,631	797,263	609,760
15,000,000	1,477,105	854,210	653,314

16,000,000	1,575,579	911,157	696,868	
17,000,000	1,674,053	968,104	740,422	
18,000,000	1,772,527	1,025,051	783,976	
19,000,000	1,871,001	1,081,998	827,530	
20,000,000	1,969,475	1,138,945	871,084	
21,000,000	2,067,949	1,195,892	914,638	
22,000,000	2,166,423	1,252,839	958,192	
23,000,000	2,264,897	1,309,786	1,001,746	
24,000,000	2,363,371	1,366,733	1,045,300	
25,000,000	2,461,845	1,423,680	1,088,854	
26,000,000	2,560,319	1,480,627	1,132,408	
27,000,000	2,658,793	1,537,574	1,175,962	
28,000,000	2,757,267	1,594,521	1,219,516	
29,000,000	2,855,741	1,651,468	1,263,070	
30,000,000	2,954,215	1,708,415	1,306,624	
31,000,000	3,052,689	1,765,362	1,350,178	
32,000,000	3,151,163	1,822,309	1,393,732	
33,000,000	3,249,637	1,879,256	1,437,286	
34,000,000	3,348,111	1,936,203	1,480,840	
35,000,000	3,446,585	1,993,150	1,524,394	
36,000,000	3,545,059	2,050,097	1,567,948	
37,000,000	3,643,533	2,107,044	1,611,502	
38,000,000	3,742,007	2,163,991	1,655,056	
39,000,000	3,840,481	2,220,938	1,698,610	
40,000,000	3,938,955	2,277,885	1,742,164	
41,000,000	4,037,429	2,334,832	1,785,718	
42,000,000	4,135,903	2,391,779	1,829,272	
43,000,000	4,234,377	2,448,726	1,872,826	
44,000,000	4,332,851	2,505,673	1,916,380	
45,000,000	4,431,325	2,562,620	1,959,934	
46,000,000	4,529,799	2,619,567	2,003,488	
47,000,000	4,628,273	2,676,514	2,047,042	
48,000,000	4,726,747	2,733,461	2,090,596	
49,000,000	4,825,221	2,790,408	2,134,150	
50,000,000	4,923,695	2,847,355	2,177,704	

Sumber: Sales Outlet Warung Mikro BSM Kaliwungu

c. Perkiraan Angsuran PUM Utama

Tabel 2.5. Perkiraan Angsuran PUM Utama

Plafond	Jangka Waktu (bulan)			
	12	24	36	48
51,000,000	4,921,805	2,799,313	2,109,543	1,777,459
52,000,000	5,018,311	2,854,201	2,150,907	1,812,311
53,000,000	5,114,817	2,909,089	2,192,271	1,847,163
54,000,000	5,211,323	2,963,977	2,233,635	1,882,015
55,000,000	5,307,829	3,018,865	2,274,999	1,916,867
56,000,000	5,404,335	3,073,753	2,316,363	1,951,719
57,000,000	5,500,841	3,128,641	2,357,727	1,986,571
58,000,000	5,597,347	3,183,529	2,399,091	2,021,423
59,000,000	5,693,853	3,238,417	2,440,455	2,056,275
60,000,000	5,790,359	3,293,305	2,481,819	2,091,127
61,000,000	5,886,865	3,348,193	2,523,183	2,125,979
62,000,000	5,983,371	3,403,081	2,564,547	2,160,831
63,000,000	6,079,877	3,457,969	2,605,911	2,195,683
64,000,000	6,176,383	3,512,857	2,647,275	2,230,535
65,000,000	6,272,889	3,567,745	2,688,639	2,265,387
66,000,000	6,369,395	3,622,633	2,730,003	2,300,239
67,000,000	6,465,901	3,677,521	2,771,367	2,335,091
68,000,000	6,562,407	3,732,409	2,812,731	2,369,943
69,000,000	6,658,913	3,787,297	2,854,095	2,404,795
70,000,000	6,755,419	3,842,185	2,895,459	2,439,647
71,000,000	6,851,925	3,897,073	2,936,823	2,474,499
72,000,000	6,948,431	3,951,961	2,978,187	2,509,351
73,000,000	7,044,937	4,006,849	3,019,551	2,544,203
74,000,000	7,141,443	4,061,737	3,060,915	2,579,055
75,000,000	7,237,949	4,116,625	3,102,279	2,613,907
76,000,000	7,334,455	4,171,513	3,143,643	2,648,759
77,000,000	7,430,961	4,226,401	3,185,007	2,683,611
78,000,000	7,527,467	4,281,289	3,226,371	2,718,463
79,000,000	7,623,973	4,336,177	3,267,735	2,753,315
80,000,000	7,720,479	4,391,065	3,309,099	2,788,167
81,000,000	7,816,985	4,445,953	3,350,463	2,823,019

82,000,000	7,913,491	4,500,841	3,391,827	2,857,871
83,000,000	8,009,997	4,555,729	3,433,191	2,892,723
84,000,000	8,106,503	4,610,617	3,474,555	2,927,575
85,000,000	8,203,009	4,665,505	3,515,919	2,962,427
86,000,000	8,299,515	4,720,393	3,557,283	2,997,279
87,000,000	8,396,021	4,775,281	3,598,647	3,032,131
88,000,000	8,492,527	4,830,169	3,640,011	3,066,983
89,000,000	8,589,033	4,885,057	3,681,375	3,101,835
90,000,000	8,685,539	4,939,945	3,722,739	3,136,687
91,000,000	8,782,045	4,994,833	3,764,103	3,171,539
92,000,000	8,878,551	5,049,721	3,805,467	3,206,391
93,000,000	8,975,057	5,104,609	3,846,831	3,241,243
94,000,000	9,071,563	5,159,497	3,888,195	3,276,095
95,000,000	9,168,069	5,214,385	3,929,559	3,310,947
96,000,000	9,264,575	5,269,273	3,970,923	3,345,799
97,000,000	9,361,081	5,324,161	4,012,287	3,380,651
98,000,000	9,457,587	5,379,049	4,053,651	3,415,503
99,000,000	9,554,093	5,433,937	4,095,015	3,450,355
100,000,000	9,650,599	5,488,825	4,136,379	3,485,207

Sumber: Sales Outlet Warung Mikro BSM Kaliwungu

Selain dengan strategi angsuran yang ringan, yaitu juga dengan angsuran tetap sampai dengan jatuh tempo. Disamping itu, jika nasabah melunasi pinjaman atau menyelesaikan angsuran sebelum jatuh tempo, maka nasabah tidak akan dikenai biaya penalti namun tetap dikenai biaya administrasi sebesar Rp. 100,000,-.

Adapun Produk yang paling diminati selain program KUR yaitu Produk Pembiayaan Mikro (PUM) Madya, karena sebagian besar nasabah yang mengajukan pembiayaan yaitu nasabah yang ingin mengembangkan usahanya. Untuk lebih jelas dapat penulis gambarkan pada tabel dibawah ini;

Tabel 2.6. Nasabah Warung Mikro SO Kaliwungu

No	Fitur	O/S	NoA
1	PUM -Tunas	36,599,395.26	5
2	PUM-Madya	970,481,147.95	47
3	PUM-Utama	2,165,754,804.04	32
4	KUR	681,357,998.78	85
5	Jumlah	3,854,193,346.03	169

Sumber: Warung Mikro BSM SO Kaliwungu

3. Strategi tempat

Dalam upaya Warung Mikro BSM Cabang Kendal SO Kaliwungu melayani konsumen tepat waktu dan tepat sasaran. Keterlambatan dalam penyaluran informasi dapat mengakibatkan Warung Mikro BSM Cabang Kendal SO Kaliwungu kehilangan waktu dan kualitas jasa serta diambilnya kesempatan oleh para pesaing. Oleh karena itu, Warung Mikro BSM Cabang Kendal SO Kaliwungu menggunakan sistem jemput bola yaitu petugas langsung mendatangi nasabah di rumah-rumah atau ditempat mereka berusaha. Karena petugas lebih leluasa dalam menjelaskan dan memasarkan produk Warung Mikro BSM Cabang Kendal SO Kaliwungu kepada calon nasabah. Misalkan dengan mendatangi pedagang-pedagang pasar yang berada disekitar Sales Outlet Warung Mikro BSM Cabang Kendal SO Kaliwungu SO Kaliwungu yakni pasar pagi dan sore kaliwungu, pasar Gladak Kaliwungu dan Pedagang-pedagang angkringan yang berada disekitar alun-alun Kaliwungu.

4. Strategi promosi

Salah satu tujuan promosi Warung Mikro BSM Cabang Kendal SO Kaliwungu adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Ada empat macam sarana promosi yang digunakan Warung Mikro BSM Cabang Kendal SO Kaliwungu dalam mempromosikan produknya:

- a. Periklanan memasang spanduk di jalan, tempat, atau lokasi yang strategis dan mencetak brosur untuk disebar di setiap Sales outlet.
- b. Promosi penjualan yang dilakukan Warung Mikro BSM Cabang Kendal SO Kaliwungu adalah pemberian cinderamata serta kenang-kenangan yang lainnya pada konsumen yang loyal.
- c. *Publisitas* untuk memancing calon nasabah melalui kegiatan pengajian di masjid, mushola maupun majelis pengajian yang berada di kecamatan Kaliwungu dan sponsor dalam kegiatan bakti sosial.
- d. Penjualan pribadi dilakukan oleh marketing dengan cara *door to door*