

**STRATEGI MARKETING PADA PRODUK SIRELA  
(SIMPANAN SUKARELA LANCAR) DI BMT AL HIKMAH  
CABANG BABADAN**

**Tugas Akhir**

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



**Disusun Oleh:**

**IFAH MUFARICHA**

**1505015077**

**PROGRAM D3 PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG**

**2018**



Dr. Ratno Agriyanto, M.Si, Akt

Perum Griya Sekargading Blok C Nomor 6 RT 004/RW 003

Kalisegoro Gunungpati

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Lamp : 4 (empat) eks

Hal : Naskah Tugas Akhir

An.Sdri Ifah Mufaricha

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo

Assalamu'alaikum Wr. Wb

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

Nama : Ifah Mufaricha

NIM : 1505015077

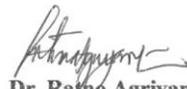
Judul : Strategi Marketing Pada Produk SIRELA (Simpanan Sukarela Lancar) di BMT Al Hikmah Cabang Babadan

Dengan ini saya mohon kiranya Tugas Akhir Saudari tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian harap dijadikan maklum

Wassamu'alikum Wr. Wb

Pembimbing



**Dr. Ratno Agriyanto, M. Si, Akt**

**NIP. 198000128 200801 1 010**





KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp (024) 7608454 Semarang 50185  
Website: febi\_walisongo.ac.id – Email: febiwalisongo@gmail.com

### PENGESAHAN

Nama : Ifah Mufaricha  
NIM : 1505015077  
Judul : Strategi Marketing Pada Produk SIRELA (SIMPANAN  
SUKARELA LANCAR) di BMT Al Hikmah Cabang Babadan

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Program Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Universitas Negeri Islam Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus  
dengan predikat Cumlaude/Baik/Cukup, pada tanggal:

17 Juli 2018

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya Perbankan  
Syariah Tahun Akademik 2018.

Semarang, 23 Juli 2018

Ketua Sidang,

Sekretaris Sidang,

H. Johan Arifin, Soeg., M.M

Ratno Agriyanto, M.Si., A.Kt

NIP. 19710908 200212 1 001

NIP. 198000128 200801 1 010

Penguji I,

Penguji II,

Drs. H. Hasyim Svarbani, M.M

Drs. H. Wahab, M.M

NIP. 19570913 198203 1 002

NIP. 19690908 200003 1 001

Pembimbing

Ratno Agriyanto

NIP. 198000128 200801 1 010



## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمَانَاتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui” (Q.S. Al-Anfal: 27)



## PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan banyak kenikmatan dan karunia. Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Orang tuaku tercinta dan terhebat, Bapak Basuki dan Ibu Mukti Rohmah yang selalu memberikan kasih sayang, pengorbanan dan dukungan yang begitu besar dan tak terhingga sepanjang hidupku serta do'a yang terus mengalir menyertai saya sehingga membuat saya menjadi orang yang bersyukur.
2. Adikku yang paling cantik Dyah Ayu Shofiati yang selalu memberikan keceriaan dan senyuman manisnya.
3. Saudara serta sahabat yang selalu memberi motivasi kepada penulis.
4. Sahabat baikku Fitria Ismawati Dewi yang selalu menemani dan memberikan motivasi selama penulisan Tugas Akhir ini.
5. Teman-teman seperjuangan dalam mengerjakan Tugas Akhir ini Rosa, Tiara dan Susi
6. Semua teman-teman D3 Perbankan Syariah angkatan 2015 khususnya PBSB terima kasih atas dukungannya.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang senantiasa selalu memberikan motivasi dan ilmu yang bermanfaat.
8. Buat seluruh karyawan BMT Al Hikmah cabang Babadan. Terima kasih atas bimbingannya dan bantuannya.



## DEKLARASI

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

Semarang, 3 Juli 2018

Deklarator,



**Ifah Mufaricha**

**NIM. 1505015077**



## ABSTRAK

BMT Al Hikmah Ungaran merupakan lembaga keuangan syariah yang melakukan kegiatan penghimpunan dana melalui mekanisme simpanan. Salah satu produk simpanan unggulannya yaitu SIRELA (Simpanan Sukarela Lancar) memerlukan strategi marketing yang baik dan tepat. Anggota sangat penting dalam kegiatan operasional BMT. Perkembangan suatu BMT dapat dilihat dari jumlah anggotanya. Pengenalan suatu produk kepada konsumen atau masyarakat memberikan peluang dalam menarik calon anggota. Memperhatikan hal tersebut di atas, penulis memandang penting untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Marketing pada Produk Sirela (Simpanan Sukarela Lancar) di BMT Al Hikmah cabang Babadan”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi marketing yang diterapkan di BMT BMT Al Hikmah cabang Babadan dan untuk mengetahui tingkat perkembangan sirela. Adapun metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Sumber data yang penulis gunakan yaitu data primer dan sekunder. Dalam pengumpulan datana enulis melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi. Serta analisis data menggunakan metode kualitatif deskriptif.

Strategi yang digunakan oleh BMT Al Hikmah cabang Babadan yaitu dengan persiapan pribadi marketing yang meliputi performa marketing, alat kerja, *planning* (perencanaan) dan komunikasi. Selain itu ada penetapan target, adanya target tertentu marketing menjadi lebih bersemangat dan bekerja lebih giat. Dengan menggunakan promotion yang meliputi periklanan menggunakan brosur, spanduk dan kalender, penjualan pribadi (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), serta publisitas (*publicity*). Yang terakhir dengan mendatangi calon anggota sehingga mempermudah nasabah yang tidak mempunyai banyak waktu untuk menabung di kantor BMT Al Hikmah cabang Babadan.

Kata Kunci: Strategi, Marketing, Simpanan Sirela



## **KATA PENGANTAR**

### **Assalamu'alaikum Wr. Wb**

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan sebaik-baiknya. Shalawat serta salam senantiasa penulis curahkan kepada kekasih Allah, junjungan kita Muhammad Rasulullah Shallahu'alaihi wassalam. Amin.

Alhamdulillah penulis telah menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Strategi Marketing pada Produk Sirela (Simpanan Sukarela Lancar) di BMT Al Hikmah cabang Babadan”. Tugas akhir ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan program Diploma III pada jurusan Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proses penyusunan Tugas Akhir ini dapat selesai berkat bantuan dari berbagai pihak, bimbingan dan dorongan serta perhatiannya. Untuk itu pada kesempatan ini 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 H. Johan Arifin, S. Ag, M.M, selaku ketua Program DIII Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
4. Bapak Dr. Ratno Agriyanto, M. Si, Akt, selaku Dosen Pembimbing yang bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan Tugas Akhir ini
5. Seluruh Dosen pengajar Program DIII Perbankan Syari'ah UIN Walisongo Semarang
6. Bapak Awing Fraptiyo, SE, selaku kepala cabang di BMT Al Hikmah cabang Babadan beserta staff karyawan
7. Kedua orang tuaku, Bapak Basuki dan Ibu Mukti Rohmah yang telah mencurahkan seluruh kasih sayang dan mengalirkan do'a serta ridhonya kepadaku
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

Sungguh penulis tidak dapat memberikan balasan apapun, kecuali do'a semoga Allah SWT memberikan balasan pahala yang berlipat atas amal kebaikan yang telah diberikan.

Demikian yang bisa penulis sampaikan, semoga apa yang menjadi harapan dan kebutuhan penulis dapat tercapai dan mendapat ridho Allah SWT. Penulis menyadari bahwa apa yang telah tersaji dalam penulisan ini masih jauh dari kesempurnaan. Masih banyak hal-hal yang perlu diperbaiki dan diperdalam lebih lanjut atau ada hal yang kurang sesuai, karena hanya sebatas inilah yang dapat penulis

sampaikan, maka dengan segala bentuk kritik dan saran sangat penulis  
harapkan, demi menindak lanjuti ada kajian-kajian yang lebih lanjut.

Semarang, 3 Juli 2018

Penyusun,

**Ifah Mufaricha**

**NIM. 1505015077**



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN DEKLARASI.....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>HALAMAN DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Tinjauan Pustaka.....	7
E. Metodologi Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan.....	12

### **BAB II PEMBAHASAN UMUM STRATEGI MARKETING**

A. Definisi Strategi.....	15
B. Definisi Marketing.....	19
C. Konsep Syariah Marketing.....	20
D. Strategi Marketing.....	24
E. Definisi Wadiah.....	34

### **BAB III GAMBARAN UMUM BMT AL HIKMAH UNGARAN**

A. Sejarah Pendirian.....	39
B. Visi dan Misi.....	42
C. Struktur Organisasi.....	44
D. Tugas Pengelolaan ( <i>Job Description</i> ).....	47
E. Produk-Produk.....	59

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISA**

A. Strategi Marketing Produk Sirela (Simpanan Sukarela Lancar) di BMT Al Hikmah cabang Babadan.....	71
B. Ketentuan- Ketentuan dalam Prosedur Rekening Produk Sirela.....	80
C. Tingkat Efektivitas Strategi Marketing terhadap Produk Sirela di BMT Al Hikmah cabang Babadan.....	85

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	87
B. Saran.....	88
C. Penutup.....	88

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Bank syariah adalah bank umum yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, termasuk unit usaha syariah dan kantor cabang asing yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Prinsip syariah dalam Antonio (1999) dan Veithzal (2007) mengandung arti adanya larangan riba (bunga), larangan spekulasi (*maisyir*), larangan usaha tidak sah (*bathil*), larangan usaha tidak jelas dan meragukan (*gharar*), membiayai usaha halal, dan membayar zakat.

Yang dimaksud dengan kegiatan berdasarkan prinsip syariah menurut Pasal 1 angka 13 Undang-Undang Nomor 7 tahun 1999 tentang perbankan yang saat ini telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syari'ah.<sup>1</sup> Dalam Undang-Undang tersebut tertulis kedudukan bank syariah di Indonesia secara hukum mulai menjadi kuat. Bahkan bukan hanya itu saja, di situ tertulis bahwa bank konvensional diperbolehkan membuka unit yang berbasis syariah. Sejak saat itu mulailah

---

<sup>1</sup> E Saefuddin Mubarak, *Ekonomi Islam Pengertian Prinsip dan Fakta*, Bogor: In Media, 2014, h. 218

bermunculan bank konvensional yang membuka unit-unit bank syariah.<sup>2</sup>

Dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah dinyatakan bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS).<sup>3</sup> Lembaga Keuangan Syariah yang bukan bank meliputi Takaful (asuransi), Ijarah (*leasing*), Rahn (pegadaian), Redaksa Syariah, Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) Syariah dan *Baitul Mal wat Tamwil atau BMT*.

*Baitul Mal wat Tamwil* (BMT) adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuhkan kembangkan bisnis usaha mikro dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin, ditumbuhkan atas prakarsa dan modal awal dari tokoh-tokoh masyarakat setempat dengan berlandaskan pada sistem ekonomi yang salaam: keselamatan (berintikan keadilan), kedamaian, dan kesejahteraan.

Secara harfiah baitulmal berarti rumah dana dan baitut tamwil berarti rumah usaha. Baitulmal dikembangkan berdasarkan sejarah

---

<sup>2</sup> Amir Machmud dan H Rukmana, *Bank Syariah Teori Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*, Bandung: PT Gelora Aksara Pratama, 2010, h. 6

<sup>3</sup> E Saefuddin Mubarak, *Ekonomi Islam Pengertian Prinsip dan Fakta*,... h. 218

perkembangannya, yakni dari masa Nabi sampai dengan pertengahan perkembangan Islam, di mana baitulmal berfungsi untuk mengumpulkan sekaligus menasyarufkan dana sosial. Sedangkan baitut tamwil merupakan lembaga bisnis yang bermotif laba. Dari pengertian tersebut dapatlah ditarik suatu pengertian yang menyeluruh bahwa BMT merupakan organisasi bisnis yang juga berperan sosial.<sup>4</sup> Sebagai lembaga sosial, baitulmal memiliki kesamaan fungsi dan peran dengan lembaga amil zakat (LAZ), oleh karenanya baitulmal ini harus didorong agar mampu berperan secara profesional menjadi LAZ yang mapan. Sementara sebagai lembaga bisnis, BMT lebih mengembangkan usahanya pada sektor keuangan, yakni simpan pinjam.<sup>5</sup>

*Baitulmal wat tamwil* (BMT) adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *bayt al-mal wa al-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Selain itu, *baitul mal wat tamwil* juga bisa menerima titipan zakat, infak, dan sedekah serta menyalurkannya sesuai dengan peraturan dan amanatnya. Dengan demikian, keberadaan BMT dapat

---

<sup>4</sup> M Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, Solo: PT Era Adicitra Intermedia, 2011, h. 378

<sup>5</sup> Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*, Yogyakarta: UII Press, 2004, h. 126

dipandang memiliki dua fungsi utama, yaitu sebagai media penyalur pendayagunaan harta ibadah seperti zakat, infak, sedekah, dan wakaf, serta dapat pula berfungsi sebagai institusi yang bergerak di bidang investasi yang bersifat produktif sebagaimana layaknya bank. Pada fungsi kedua ini dapat dipahami, bahwa selain berfungsi sebagai lembaga keuangan, BMT juga berfungsi sebagai lembaga ekonomi.<sup>6</sup>

Salah satu BMT yang masih eksis berdiri bagi masyarakat menengah ke bawah adalah BMT Al Hikmah cabang Babadan yang dimana operasionalnya dijalankan dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah. Dengan semakin banyak BMT yang ada di Ungaran, semakin ketat tingkat persaingan bisnis maka dibutuhkan strategi marketing yang baik untuk menarik nasabah atau calon nasabah untuk menggunakan produk-produk BMT Al Hikmah. Pihak BMT harus pintar-pintar dalam menentukan strategi marketing yang digunakan untuk meningkatkan nasabah dan tentunya terus membandingkan strategi promosi dengan pesaing lainnya. Berkembangnya BMT Al Hikmah cabang Babadan ini sangat tergantung kepada kepercayaan masyarakat untuk menyimpan dananya di BMT.

Berdasarkan pengalaman penulis ketika magang di BMT Al Hikmah cabang Babadan, penulis tertarik terhadap salah satu produk unggulannya dalam penghimpunan dana yaitu produk tabungan syariah yang disebut SIRELA (Simpanan Sukarela

---

<sup>6</sup> M Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*,... h. 378

Lancar). Produk ini menggunakan akad *wadiah yad dhamanah*. Sirela dirancang untuk membantu masyarakat yang mempunyai kelebihan dana agar dapat tersimpan dengan aman dan bila dibutuhkan dapat diambil sewaktu-waktu. Dana yang disimpan tidak dikenakan biaya administrasi bulanan dan mendapat bagi hasil sesuai nisbah atas dana yang tersimpan. Produk sirela dalam sistemnya selain nasabah datang sendiri guna menabung atau mengambil uang ke BMT, namun juga diberi kemudahan dengan adanya sistem jemput bola dimana nasabah tidak perlu bersusah payah datang ke kantor karena staff marketing akan mendatangi langsung ke nasabah. Pendekatan jemput bola merupakan salah satu strategi marketing untuk meningkatkan jumlah nasabah sirela.

Sebagaimana BMT Al Hikmah cabang Babadan, strategi marketing yang digunakan selain menggunakan jemput bola, strategi marketing tersebut adalah strategi persiapan pribadi marketing, penetapan target, dan menggunakan strategi *promotion mix* (bauran promosi). Dalam praktiknya ada empat sarana promosi yang dapat digunakan oleh BMT terutama bagian marketing. Pertama, promosi melalui periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*), dan penjualan pribadi (*personal selling*).

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk mengambil judul **“Strategi Marketing Pada Produk Sirela (Simpanan Sukarela Lancar) Di BMT Al Hikmah Cabang Babadan”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dengan latar belakang masalah yang di kemukakan di atas, maka penulis merumuskan masalah yang akan dibahas dalam tugas akhir sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi marketing pada produk sirela di BMT Al Hikmah cabang Babadan?
2. Bagaimana tingkat efektivitas strategi marketing terhadap produk sirela di BMT Al Hikmah cabang Babadan?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Penelitian tugas akhir ini dibuat untuk mengetahui jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang muncul di atas, dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui bagaimana konsep strategi marketing pada produk sirela di BMT Al Hikmah cabang Babadan.
2. Untuk mengetahui tingkat efektivitas strategi marketing terhadap produk sirela di BMT Al Hikmah cabang Babadan

Adapun manfaat dari penulisan tugas akhir ini, di antaranya:

1. Bagi Penulis
  - a. Untuk prasarat kelulusan pada Program Studi DIII Perbankan Syariah.
  - b. Memberikan pengetahuan dan informasi dari dunia praktis yang sangat berguna untuk disinkronkan dengan pengetahuan teori yang didapat di bangku kuliah.

2. Bagi UIN Walisongo Semarang
  - a. Memperkenalkan UIN Walisongo kepada masyarakat luar khususnya Program DIII Perbankan Syariah.
  - b. Sebagai tambahan referensi literature serta informasi khususnya bagi mahasiswa UIN Walisongo Semarang Program DIII Perbankan Syariah.
3. Bagi BMT Al Hikmah

Penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan acuan dan pertimbangan untuk pengembangan BMT Al Hikmah cabang Babadan ke depan.
4. Bagi Pembaca

Sebagai tambahan wawasan tentang bagaimana BMT melakukan penanganan mengenai strategi marketing. Dalam hal ini berhubungan dengan strategi yang digunakan pihak BMT dalam memasarkan produk sirela.

#### **D. Tinjauan Pustaka**

Untuk mendukung penelaah yang lebih mendetail seperti yang telah dikemukakan pada latar belakang masalah, penulis perlu melengkapi atau menyempurnakan penelitian dengan *study review* yang hampir sama dengan penelitian ini:

*Pertama*, Tugas Akhir yang berjudul “Strategi *Marketing Mix* Untuk Mengoptimalkan Produk Simpanan Sukarela (Studi Kasus di BMT Walisongo Papandayan Semarang)” karya Ida Febriana Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang tahun 2014/2015. Hasil penelitian ini

adalah untuk mengetahui penerapan strategi *marketing mix* di BMT Walisongo Papandayan Semarang.

Kedua, Skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Produk Simpanan di BMT El Labana Semarang Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif” karya Diennur Fitri Rosifa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang tahun 2014/2015. Hasil penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis strategi pemasaran produk simpanan dalam meningkatkan keunggulan kompetitif yang diterapkan di BMT El Labana Semarang.

*Ketiga*, Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Penerapan Strategi Promosi Terhadap Perkembangan Produk Simpanan Wajib Berhadiah (Siwadhah) di KJKS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bandungan” karya Okta Nur Fadhila Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang tahun 2014/2015. Hasil penelitian ini adalah untuk mengetahui BMT Al Hikmah melakukan penerapan strategi promosi dalam memasarkan produk Siwadhah.

## **E. Metodologi Penelitian**

Metodologi penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penyusunan tugas akhir ini adalah:

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

jenis penelitian yang digunakan penulis menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu penelitian dapat diperoleh data-

data dari lapangan dengan tempat penelitian di BMT Al Hikmah cabang Babadan.

## 2. Sumber dan Jenis Data

Sumber data di dalam penelitian merupakan faktor yang sangat penting, karena sumber data akan menyangkut kualitas dari hasil penelitian. Oleh karenanya, sumber data menjadi pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Dalam penelitian ini penulis menggunakan data sekunder dan data primer dalam pembuatan tugas akhir yaitu:

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini penulis memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan.<sup>7</sup> Dengan data ini penulis mendapatkan gambaran umum tentang BMT Al Hikmah cabang Babadan seperti data lampiran formulir sirela, slip setoran, slip penarikan, buku simpanan sirela dan brosur-brosurnya.
- b. Data sekunder, yaitu data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari obyek penelitian yang bersifat publik, yang terdiri atas struktur organisasi kearsipan, dokumen, laporan-laporan serta buku-buku dan lain sebagainya yang berkenaan

---

<sup>7</sup> Wahyu Purnantara, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010, h. 79

dengan penelitian ini. Data sekunder dapat diperoleh dari studi kepustakaan berupa data dan dokumentasi.<sup>8</sup>

### 3. Metode Pengumpulan Data

Pada metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis untuk memperoleh data yang diperlukan yaitu:

- a. Wawancara (*interview*) adalah keperluan penelitian berbeda dengan percakapan sehari-hari. Wawancara biasanya dimaksudkan untuk memperoleh keterangan, pendirian, pendapat secara lisan dari seseorang (yang lazim disebut *responden*) dengan berbicara langsung (*face to face*) dengan orang tersebut. Dengan demikian, wawancara berbeda dengan ngobrol, bercakap-cakap, dan beramah-tamah.<sup>9</sup> Penulis melakukan wawancara dengan berbagai anggota pihak BMT Al Hikmah cabang Babadan guna mendapatkan data yang sesuai dengan permasalahan.
- b. Observasi adalah pengamatan dari penulis terhadap obyek penelitiannya. Penulis dapat mengumpulkan data ketika peristiwa terjadi dan dapat datang lebih dekat untuk meliput seluruh peristiwa. Instrument yang digunakan adalah dapat berupa lembar pengamatan, panduan pengamatan maupun alat

---

<sup>8</sup> Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis,...*  
h. 79

<sup>9</sup> Bagong Suyanto dan Sutinah, *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*, Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2005, h. 69

perekam.<sup>10</sup> Penulis melakukan observasi ini bertujuan untuk mencatat semua informasi yang telah didapatkan sesuai dengan masalah penelitian yang akan diteliti. Penulis melakukan observasi ini dengan mengamati langsung di dalam kantor BMT Al Hikmah cabang Babadan maupun di lingkungan masyarakat.

- c. Dokumentasi adalah pengumpulan data-data yang berupa bahan-bahan seperti, buku, arsip, catatan serta sampel yang sesuai dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini. Penulis mendapatkan dokumentasi dari BMT Al Hikmah cabang Babadan.

#### 4. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan penulis adalah bersifat deskriptif, yaitu metode ini meliputi penyajian kesimpulan melalui tabel sederhana. Tujuan utama analisis tersebut adalah untuk memberikan gambaran ilustrasi dan/atau ringkasan yang dapat membantu pembaca memahami jenis variabel dan keterkaitannya.<sup>11</sup> Data yang diperlukan harus valid dan tidak ada rekayasa data, apabila ada rekayasa data maka hasil dari penelitian tidak akan sempurna, dan data

---

<sup>10</sup> Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*,...  
h. 87

<sup>11</sup> Abbas Tashakkori dan Charles Teddlie, *Mixed Methodology*,  
Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010, h. 186

harus secara sistematis, fakta adanya subjek dan obyek yang diteliti secara tepat.

Metode pemikiran yang diambil untuk menghasilkan kesimpulan adalah metode deduktif yang berasal dari pengetahuan umum yang diambil kesimpulan kemudian digunakan untuk menilai suatu peristiwa yang bersifat khusus. Analisis data ini diharapkan dapat menjawab permasalahan yang dikaji. Dengan adanya data, dapat diketahui bahwa informasi yang didapatkan apakah sesuai dengan yang ada pada kenyataan yang terjadi.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Penelitian ini terdiri dari lima bab yang saling berkaitan antara bab satu dengan yang lainnya. Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut:

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

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

##### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang menjadi landasan dalam kerangka

pemikiran dalam penelitian. Bab ini membahas tentang definisi strategi, definisi marketing, konsep syariah marketing, strategi marketing, definisi wadiah.

### **BAB III : GAMBARAN UMUM BMT AL HIKMAH UNGARAN**

Bab ini penulis akan menguraikan mengenai sejarah berdirinya BMT Al Hikmah, visi dan misi, struktur organisasi, tugas pengelolaan, dan produk-produk BMT Al Hikmah Ungaran.

### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini penulis akan menjelaskan mengenai strategi marketing produk sirela di BMT Al Hikmah cabang Babadan, ketentuan-ketentuan dalam prosedur rekening produk sirela, dan tingkat efektivitas strategi marketing terhadap produk sirela di BMT Al Hikmah cabang Babadan

### **BAB V : PENUTUP**

Bagian akhir dari penelitian ini berisi tentang daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan penulis, dan lampiran-lampira

## BAB II

### Strategi Marketing

#### A. Definisi Strategi

Pada awalnya konsep strategi (*strategy*) didefinisikan sebagai berbagai cara untuk mencapai tujuan (*ways to achieve ends*). Sejalan dengan perkembangan konsep strategi tidak didefinisikan hanya semata-mata sebagai cara untuk mencapai tujuan karena strategi mencakup penetapan berbagai tujuan itu sendiri yang dibuat oleh manajemen perusahaan yang diharapkan akan menjamin terpeliharanya keunggulan kompetitif perusahaan.

Definisi strategi yang dikemukakan oleh Chandler dan Andrews, dimana strategi dalam pengertian ini mencakup juga penetapan berbagai tujuan serta arah usaha perusahaan dalam jangka panjang. Porter (1979) berpendapat bahwa tujuan utama pembuatan strategi oleh perusahaan agar perusahaan mampu menghadapi perubahan lingkungan dalam jangka panjang. Mintzberg (1991) memperluas konsep strategi dan mendefinisikan strategi dengan memperhatikan berbagai dimensi dari konsep strategi dengan menamakannya “*5 P’s of strategy*”<sup>1</sup>, yaitu:

##### 1. *Strategy as a Plan*

Dalam hal ini terdapat dua karakteristik strategi yang sangat penting yakni pertama, strategi direncanakan dahulu

---

<sup>1</sup> Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, Bandung: PT Gelora Aksara Pratama, 2012, h.25

secara sadar dan sengaja mendahului berbagai tindakan yang akan dilakukan berdasarkan strategi yang dibuat tersebut. Kedua, strategi kemudahan dikembangkan dan diimplementasikan agar mencapai suatu tujuan.

Strategi sebagai sebuah *plan* sesuai dengan rumusan strategi yang disampaikan oleh Gluck, dimana menurutnya strategi merupakan suatu rencana yang terpadu, komprehensif dan terintegrasi yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan-tujuan pokok dapat tercapai. *Strategy as a Ploy*

Dalam hal ini strategi sebagai sebuah cara yang spesifik untuk memberi isyarat mengancam kepada pesaing perusahaan. Misalnya keputusan yang dibuat oleh pemimpin pasar untuk memperbesar kapasitas pabrik tidak hanya merupakan strategi dalam arti sebuah *plan*, melainkan strategi ini juga akan menjadi *ploy* sehingga dapat menyurutkan minat pendatang baru potensial untuk memasuki industri bersangkutan karena pendatang baru tersebut misalnya tidak memiliki skala ekonomi yang sebanding dengan pemimpin pasar.

## 2. *Strategy as a Pattern*

Strategi sebagai sebuah pola menunjukkan adanya serangkaian tindakan yang dilakukan oleh manajemen dalam mengejar sebuah tujuan. Dalam hal ini Mintzerg (1991) membagi strategi sebagai sebuah pola ke dalam 5 kategori strategi, yaitu *intended strategy*, *deliberate strategy*,

*unrealized strategy*, *emerging strategy*, dan *realized strategy*. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan bahwa strategi yang direncanakan perusahaan melalui proses perencanaan (*intended strategy*) yang diterjemahkan ke dalam suatu tindakan strategi yang disengaja (*deliberate strategy*) seringkali berubah menjadi strategi yang tidak dapat direalisasikan (*unrealized strategy*) akibat terjadinya perubahan lingkungan perusahaan. Sebaliknya strategi yang tidak dimaksudkan sebelumnya dapat muncul menjadi alternatif strategi (*emerging strategy*) yang apabila diimplementasikan perusahaan dapat menjadi strategi yang dapat direalisasikan (*realized strategy*).

### 3. *Strategy as a Position*

Dalam hal ini strategi menunjukkan berbagai keputusan yang dipilih perusahaan untuk memosisikan organisasi perusahaan di dalam lingkungan perusahaan. Sebagaimana dikemukakan oleh Ansoff, maka perusahaan dapat mengembangkan 4 strategi yang menunjukkan posisi perusahaan, yaitu:

#### a. Intensifikasi pasar

Strategi ini dipilih oleh perusahaan bila perusahaan memutuskan untuk meningkatkan volume penjualan melalui intensifikasi pasar dengan menjual produk yang saat ini dimiliki perusahaan ke pasar yang saat ini dilayani oleh perusahaan. Untuk meningkatkan volume penjualan

dalam strategi ini, perusahaan biasanya menggunakan program promosi.

b. Pengembangan pasar

Strategi ini dipilih oleh perusahaan bila perusahaan memutuskan untuk meningkatkan volume penjualan produk yang dimiliki perusahaan saat ini ke pasar sasaran yang baru.

c. Pengembangan produk

Strategi ini dipilih oleh perusahaan bila perusahaan memutuskan untuk meningkatkan volume penjualan melalui penjualan produk baru perusahaan ke pasar yang saat ini dilayani oleh perusahaan.

d. Diversifikasi

Melalui strategi ini perusahaan memutuskan untuk melakukan peningkatan volume penjualan melalui penjualan produk baru ke pasar yang baru.

4. *Strategy as a Perspective*

Dalam hal ini strategi menunjukkan perspektif dari para *strategist* (pembuat keputusan strategi) di dalam memandang dunianya. Strategi merupakan pemikiran yang hidup di dalam benak para pembuat keputusan strategi dan seperti halnya ideologi atau budaya kemudian berusaha untuk dijadikan nilai bersama (*shared value*) di dalam organisasi.

## **B. Definisi Marketing**

Marketing merupakan sebuah tonggak/pilar dari kemajuan sebuah perusahaan. Karena dengan adanya seorang marketing sebuah perusahaan akan berjalan dengan dinamis dan aktif. Sukses tidaknya suatu perusahaan banyak dipengaruhi oleh aktivitas marketing dalam memasarkan produk perusahaan. Tentunya tanpa mengabaikan kontribusi divisi lain. Oleh karena itu tenaga marketing sering kali menjadi ‘ujung tombak’ suatu perusahaan, di bidang apapun usaha itu bergerak.

Seorang marketing harus pandai dalam merangkai sebuah kata-kata, dan akan dijadikan senjata yang dapat memengaruhi calon pembeli untuk memakai jasa atau produk perusahaan. Seorang marketing dituntut harus mempunyai prioritas yang jelas. Kesemuanya ini dibutuhkan sebuah kerja keras, menjadi seorang marketing tidak mudah, dan seorang marketing harus mempunyai strategi dalam menjual serta mempertahankan customer yang begitu banyak sekali pesaing-pesaing di dalam maupun di luar perusahaan. Di dalam bisnis persaingan adalah hal yang wajar, dalam artian dengan batas kewajaran marketing harus bersikap profesional dalam mengatasi para pesaing-pesaing. Biasanya seorang marketing harus dapat dan paham akan sifat-sifat dari para customer tersebut. Marketing juga dituntut untuk mengetahui apa kebutuhan yang diinginkan oleh customer.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Suparno, *Marketing Profesional*, Jakarta: Restu Agung, 2004, h. 3

Tugas marketing merupakan bagian dari perusahaan yang berperan penting dalam menentukan kemajuan perusahaan tersebut. Semakin meningkat pendapatan yang dicapai, maka perusahaan akan berkembang dengan baik. Dan sebaliknya, semakin menurun pendapatan yang dicapai maka perusahaan tidak akan meningkat atau berkembang. Seorang marketing harus mempunyai jiwa kesadaran yang tinggi terhadap tugas dan tanggung jawabnya. Jangan sampai kepercayaan anggota disalahgunakan oleh seorang marketing. Jika sampai terjadi, hal ini akan berdampak besar kepada kinerja perusahaan pada keseluruhan. Citra suatu lembaga harus dijaga dengan baik, untuk mendapatkan kepercayaan yang lebih dari konsumennya.

Kesimpulannya, marketing merupakan elemen inti yang bertugas sebagai jendela antara internal perusahaan dengan pihak eksternal. Marketing berkontribusi untuk menentukan tujuan yang akan dicapai, serta membantu memformulasikan rencana untuk mendapatkan tujuannya.

### **C. Konsep Syariah Marketing**

Spiritual marketing merupakan tingkatan tertinggi. Orang tidak semata-mata menghitung lagi untung atau rugi, tidak terpengaruh lagi dengan hal-hal yang bersifat duniawi. Panggilan jiwalah yang mendorongnya karena didalamnya mengandung nilai-nilai spiritual. Dalam bahasa syariah marketing adalah tingkatan “pemasaran langit”, yang karena di dalam keseluruhan prosesnya tidak ada yang bertentang prinsip dan aturan syariat.

Setiap langkah, aktivitas, dan kegiatannya akan selalu seiring dengan bisikan nurani, tidak akan ada lagi hal-hal yang berlawanan dengan hati nurani.

Selain itu, dalam syariah marketing, bisnis yang disertai dengan keikhlasan semata-mata hanya untuk mencari keridhaan Allah, Maka seluruh bentuk transaksinya insya Allah menjadi ibadah dihadapan Allah swt. Ini akan menjadi bibit dan modal dasar untuk tumbuh menjadi bisnis yang besar, yang memiliki spiritual brand, yang memiliki kharisma, keunggulan, dan keunikan yang tak tertandingi. Dalam spiritual marketing, hal-hal yang sekiranya dapat merugikan konsumen akan berusaha untuk dihindarkan.

Dalam syariah marketing, perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, namun turut pula berorientasi pada tujuan lainnya yaitu keberkahan. Perpaduan konsep keuntungan dan keberkahan ini melahirkan konsep *masalahah*, yaitu suatu perusahaan syariah akan berorientasi pada pencapaian *masalahah* yang optimal. Konsep keberkahan bagi sebagian pihak merupakan konsep yang abstrak karena secara keilmuan tidak dapat dibuktikan secara ilmiah, namun inilah salah satu konsep inti pada syariah marketing yang menjadi landasan pada suatu perusahaan berorientasi syariah.

Spiritual marketing bertujuan untuk mencapai sebuah solusi yang adil dan transparan bagi semua pihak yang terlibat. Spiritual marketing merupakan jiwa dari bisnis.

Ada empat karakteristik yang terdapat pada syariah marketing adalah sebagai berikut<sup>3</sup>:

1. Ketuhanan (*Rabbaniyah*)

Salah satu ciri khas syariah marketing adalah sifatnya yang religius. Jiwa seorang syariah marketing meyakini bahwa hukum-hukum syariat yang bersifat ketuhanan merupakan hukum yang paling adil, sehingga akan mematuhi dalam setiap aktivitas pemasaran yang dilakukan. Dalam setiap langkah, aktivitas, dan kegiatan yang dilakukan harus selalu mengindik kepada syariat Islam.

Dengan konsep ini seorang marketing akan sangat hati-hati dalam perilaku pemasarannya dan berusaha untuk tidak merugikan konsumen. Apabila seorang marketing hanya berorientasi pada keuntungan, maka dapat merugikan konsumen dengan memberikan janji palsu. Namun seorang marketing memiliki orientasi *masalah*, sehingga tidak hanya mencari keuntungan namun diimbangi pula dengan keberkahan didalamnya.

2. Etis (*Akhlaqiyah*)

Keistimewaan yang lain dari syariah marketing adalah mengedepankan masalah akhlak dalam seluruh aspek kegiatannya. Pemasaran syariah adalah konsep pemasaran yang mengedepankan nilai-nilai moral dan etika tanpa peduli

---

<sup>3</sup> Muhammad Syakir Sula dan Hermawan Kertajaya, *Syariah Marketing*, Jakarta: Mizan, 2005, h. 22

dari agama manapun. Karena hal ini bersifat universal. Seorang marketing harus menjunjung tinggi etika dalam melakukan aktivitas pemasarannya, salah satunya dengan tidak memberikan janji manis yang tidak benar serta selalu mengedepankan kejujuran dalam menjelaskan tentang kualitas produk yang sedang ditawarkan.

3. Realistis (*Al-waqi'yyah*)

Syariah marketing bukanlah konsep yang eksklusif, fanatik, anti modernitas, dan kaku, melainkan konsep pemasaran yang fleksibel. Syariah marketing bukanlah berarti para pemasar itu harus berpenampilan ala bangsa Arab dan mengharamkan dasi. Namun seorang marketing haruslah tetap berpenampilan bersih, rapi, dan bersahaja apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakan. Sifat realistis dikarenakan syariah marketing sangat fleksibel dan luwes dalam tafsir hukum dan implementasinya terhadap pemasaran konvensional.

4. Humanistis (*Insaniyyah*)

Keistimewaan yang lain adalah sifatnya yang humanistis universal. Pengertian humanistis adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiannya terjaga dan terpelihara. Syariah Islam adalah syariah humanistis, diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa menghiraukan ras, warna kulit, kebangsaan, dan status sehingga bersifat universal. Setiap

nasabah yang membutuhkan pelayanan BMT harus dilayani tanpa memandang apakah ia dari status sosial yang rendah ataukah status sosial yang tinggi, semuanya harus dilayani dalam industri BMT. Marketing tidak boleh melakukan segmentasi pasar hanya berdasarkan kepada ras, warna kulit, kebangsaan, dan status, seluruh masyarakat merupakan potensial bagi produk-produk BMT.

#### **D. Strategi Marketing**

Untuk menghadapi pasar sasaran yang ada, perusahaan menghadapi banyak kesulitan, seperti munculnya perusahaan-perusahaan baru, pembaharuan teknologi, kemudahan bertransaksi, aneka ragam hadiah dan promosi yang ditawarkan oleh perusahaan untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah. Untuk itu perusahaan menggunakan strategi marketing sebagai berikut:

##### **1. Strategi Penetrasi Pasar**

Penetrasi pasar atau penerobosan pasar merupakan usaha perusahaan meningkatkan jumlah nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas pada pasar saat ini melalui promosi dan distribusi secara aktif. Strategi ini cocok untuk pasar yang sedang tumbuh dengan lamban. Perusahaan berusaha melakukan strategi pemasaran yang mampu menjangkau atau menggairahkan pasar yang sedang tumbuh secara lamban agar mampu tumbuh secara cepat.

## 2. Strategi pengembangan Produk

Strategi pengembangan produk merupakan strategi pengembangan produk baru untuk pasar yang sudah ada guna menyamai penawaran pesaing yang sudah ada atau pesaing baru. Cara seperti ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi baru, atau memasuki segmen yang spesifik. Inovasi dan kreativitas dalam penciptaan produk menjadi salah satu kunci utama dalam strategi. Perusahaan tiada henti terus melakukan eksploitasi terhadap kebutuhan pasar dan berupaya untuk memenuhi terhadap kebutuhan pasar tersebut.

Tujuan dari strategi pengembangan produk adalah sebagai berikut:

- a. Memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah yang terus berubah seiring dengan perkembangan zaman.
- b. Menandingi penawaran baru dari perusahaan pesaing yang menawarkan produk baru terhadap nasabah.<sup>4</sup>

## 3. Strategi Jemput Bola

Salah satu cara efektif yang dapat dilakukan untuk mencapai target-target pemasaran produk perusahaan adalah dengan melakukan pendekatan jemput bola, pendekatan dilakukan dengan cara marketing langsung mendatangi nasabah atau calon nasabah di rumah atau di tempat-tempat

---

<sup>4</sup> M Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012, h. 79

mereka sehingga marketing leluasa menjelaskan mengenai produk serta sistem operasionalnya.

Dari perspektif syariah, jemput bola dapat pula dipahami sebagai upaya perusahaan mengembangkan tradisi silaturahmi yang menurut Rasulullah saw dapat menambah rezeki, memanjangkan umur, serta menjauhkan manusia dari dendam dan kebencian. Dari sini kemudian terbinalah persaudaraan yang baik antara marketing dengan nasabah dan antar muslim satu dengan muslim lainnya.

#### 4. *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran)

Menurut Saladin bauran pemasaran adalah serangkaian dari variabel pemasaran yang dapat dikuasai oleh perusahaan dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran.<sup>5</sup> Bauran pemasaran merupakan strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam bidang pemasaran. Hampir semua perusahaan melakukan strategi ini guna mencapai tujuan pemasarannya, apalagi dalam kondisi persaingan yang demikian ketat saat ini. Kombinasi yang terdapat dalam komponen *marketing mix* harus dilakukan secara terpadu. Artinya, pelaksanaan dan penerapan komponen ini harus dilakukan dengan memperhatikan antara satu dengan komponen lainnya. Karena antara satu komponen dengan komponen lainnya saling berkaitan erat guna

---

<sup>5</sup> M Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*,... h.14

mencapai tujuan perusahaan dan tidak efektif jika dijalankan sendiri-sendiri.

Dalam praktiknya konsep bauran pemasaran terdiri dari bauran pemasaran untuk produk yang berupa barang maupun jasa. Bauran pemasaran produk barang mencakup 4P, yaitu *product, price, place, dan promotion*. Sedangkan untuk jasa mencakup 3P, yaitu *people, physical evidence, process*. Dengan demikian, unsur bauran pemasaran terdiri atas tujuh hal, yaitu:

a. *Product* (Produk)

Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya, misalnya dengan cara pembelian. Keputusan-keputusan tentang produk ini mencakup penentuan bentuk penawaran produk secara fisik bagi produk barang, merk yang akan ditawarkan atau ditempelkan pada produk tersebut (*brand*), fitur yang ditawarkan di dalam produk tersebut. Pengembangan produk dapat dilakukan setelah menganalisa kebutuhan dari keinginan pasarnya yang didapat salah satunya dengan riset pasar.

Produk yang dihasilkan dalam perbankan syariah adalah produk jasa. ciri khas jasa yang dihasilkan haruslah

mengacu kepada nilai-nilai syariat atau yang diperbolehkan dalam Al-Qur'an. Namun, agar bisa lebih menarik minat konsumen terhadap jasa perbankan syariah yang dihasilkan, produk tersebut harus tetap melakukan strategi “differensiasi” atau “diversifikasi” agar para konsumen mau beralih dan mulai menggunakan jasa perbankan syariah.

b. *Price* (Harga)

Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perusahaan. Pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran dapat menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan nantinya. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam suatu penetapan harga antara lain biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar. Harga merupakan satu-satunya elemen pendapatan dalam *marketing mix*. Penentuan harga produk atau jasa yang ditawarkan dalam perbankan syariah merupakan salah satu faktor terpenting untuk menarik minat nasabah.

c. *Place* (Tempat)

Tempat tidak kalah penting dengan unsur produk dan harga. Dalam melakukan penetrasi pasar, perbankan syariah tidak akan berhasil tanpa didukung oleh tempat atau saluran distribusi yang baik dalam menjual jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Untuk melakukan penetrasi, pelayanan perbankan syariah harus disebarakan hingga ke pelosok daerah. Untuk itu, dibutuhkan modal besar jika harus dilakukan secara serentak atau bersamaan. Selain itu, bisa juga dilakukan secara bertahap atau bisa juga dengan melakukan sistem kerja sama dengan unit-unit pelayanan sejenis agar jasa yang ditawarkan dengan berbasiskan syariah tersebut bisa sampai dan menyebar hingga pelosok-pelosok daerah di Indonesia.<sup>6</sup>

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut memengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya

---

<sup>6</sup> Gita Danupranata, *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba Empat, 2013, h. 41

promosi juga akan meningkatkan citra perusahaan di mata para nasabahnya.

Dalam praktiknya paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap perusahaan 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*).

Secara garis besar keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh perusahaan adalah sebagai berikut<sup>7</sup>:

1) Periklanan (*Advertising*)

Periklanan merupakan sarana promosi yang digunakan oleh perusahaan guna menginformasikan segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Informasi yang diberikan adalah nama produk, manfaat produk, harga produk, serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan produk sejenis yang ditawarkan oleh pesaing. Tujuan promosi lewat iklan adalah berusaha untuk menarik dan memengaruhi nasabah lama serta calon nasabahnya

---

<sup>7</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank Edisi Revisi*, Jakarta: Kencana, 2004, h.

Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media, seperti lewat pemasangan *billboard* (papan nama) di jalan-jalan strategis, pencetakan brosur baik disebar di setiap cabang atau pusat-pusat perbelanjaan, pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang strategis, melalui koran, majalah televisi, radio, dan menggunakan media lainnya.

## 2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

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. Kegiatan penjualan yang bersifat jangka pendek dan tidak dilakukan secara berulang serta tidak rutin yang ditujukan untuk mendorong lebih kuat mempercepat respon pasar yang ditargetkan sebagai alat lainnya dengan menggunakan bentuk yang berbeda. Karena waktunya singkat dan agar nasabah tertarik untuk membeli, maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin. Promosi penjualan dapat dilakukan melalui pemberian diskon, kontes, kupon, atau sampel produk.

Dengan menggunakan alat tersebut akan memberikan tiga manfaat bagi promosi penjualan, yaitu:

- Komunikasi, yaitu memberikan informasi yang dapat menarik dan mempengaruhi perhatian nasabah untuk membeli.
- Insentif, yaitu memberikan dorongan dan semangat kepada nasabah untuk segera membeli produk yang ditawarkan.
- Invitasi mengharapkan nasabah segera merealisasikan pembelian produk perbankan syariah.

### 3) Publisitas (*Publicity*)

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, kegiatan amal, serta kegiatan lainnya. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank syariah di mata para nasabahnya. Oleh karena itu, publisitas perlu diperbanyak lagi. Tujuannya adalah agar nasabah mengenal bank syariah lebih dekat. Dengan ikut kegiatan tersebut, nasabah akan selalu mengingat bank tersebut dan diharapkan akan menarik nasabah.

#### 4) Penjualan pribadi (*Personal Selling*)

Promosi yang terakhir adalah penjualan pribadi yang paling sering diidentikkan sebagai pemasaran oleh masyarakat. Dalam dunia perbankan syariah penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari *cleaning service*, satpam, sampai pejabat bank. Penjualan pribadi juga dilakukan melalui merekrut tenaga-tenaga *salesman* dan *salesgirl* untuk melakukan penjualan door to door.

#### e. *People* (SDM)

*People* bisa diinterpretasikan sebagai sumber daya manusia (SDM) dari perbankan syariah itu sendiri, baik secara langsung maupun tidak langsung yang akan berhubungan dengan nasabah. SDM ini pun akan sangat berkorelasi dengan tingkat kepuasan para pelanggan perbankan syariah. Menempatkan SDM pada tempat yang sesuai dengan kapasitasnya memang memerlukan sebuah strategi manajemen SDM yang cukup baik. Sebab, jika strategi yang diimplementasikan keliru maka akan berakibat fatal terhadap tingkat kepuasan jangka panjang pelanggan.

#### f. *Physical evidence* (Bukti Fisik)

Bukti fisik merupakan produk berupa pelayanan perbankan yang bersifat tidak berwujud atau tidak dapat

diukur secara pasti seperti halnya pada produk yang berbentuk barang. Jasa perbankan lebih mengarah kepada rasa atau semacam testimoni dari orang-orang yang pernah menggunakan jasa perbankan syariah. Cara dan bentuk pelayanan kepada nasabah juga merupakan bukti nyata yang seharusnya bisa dirasakan atau dianggap sebagai bukti fisik bagi para nasabahnya, yang suatu hari nanti diharapkan akan memberikan sebuah testimoni positif kepada masyarakat umum guna mendukung percepatan perkembangan perbankan syariah menuju ke arah yang lebih baik lagi.

g. *Process* (Proses)

Proses merupakan salah satu unsur tambahan bauran pemasaran untuk usaha jasa yang cukup mendapat perhatian serius dalam perkembangan ilmu pemasaran. Dalam perbankan syariah, sebagaimana proses suatu mekanisme mulai dari melakukan penawaran produk hingga proses menangani keluhan pelanggan perbankan syariah yang efektif dan efisien. Selain itu, proses tersebut tentunya bisa diterima dengan baik oleh nasabah bank syariah.

## **E. Definisi Wadiah**

Wadiah dalam bahasa fiqh berarti barang titipan atau memberikan, juga diartikan bahwa memiliki harta untuk dijaganya pada penerimanya. Sedangkan dalam Al-Qur'an memberikan arti

wadiah sebagai amanat bagi orang yang menerima titipan dan ia wajib mengembalikannya pada waktu pemilik meminta kembali.

Dengan demikian, penerima amanah berkewajiban menjaga agar barang yang dititipkan selalu dalam keadaan baik, sehingga pada saat pemilik barang menginginkannya kembali, barang tersebut dapat dikembalikan secara utuh. Terdapat dua jenis wadiah yaitu *wadiah yad amanah* dan *wadiah yad dhamanah*.

*Wadiah yad dhamanah* adalah titipan yang mengandung pengertian bahwa penerima titipan diperbolehkan memanfaatkan dan berhak mendapat keuntungan dari barang atau uang titipan tersebut. Pihak penyimpan berhak atas keuntungan yang diperoleh dari pemanfaatan barang atau uang dan bertanggung jawab penuh atas risiko kerugian yang mungkin timbul. Selain itu, penyimpan diperbolehkan juga atas kehendak sendiri, memberikan bonus kepada pemilik barang atau uang tanpa akad perjanjian yang mengikat sebelumnya.

Rukun dari akad titipan *wadiah yad dhamanah* maupun *wadiah yad amanah* yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa hal berikut.

- 1) Pelaku akad, yaitu penitip dan penyimpan/penerima titipan;
- 2) Objek akad, yaitu barang yang dititipkan; dan
- 3) *Shighah*, yaitu *Ijab* dan *Qabul*.

Sementara itu, syarat wadiah yang harus dipenuhi adalah syarat bonus sebagai berikut:

- 1) Bonus merupakan kebijakan (hak prerogatif) penyimpan; dan
- 2) Bonus tidak disyaratkan sebelumnya.

Beberapa ketentuan *wadiah yad dhamanah*, antara lain:

- 1) Penyimpan memiliki hak untuk menginvestasikan aset yang ditetapkan;
- 2) Penitip memiliki hak untuk mengetahui bagaimana asetnya di investasikan;
- 3) Penyimpan menjamin hanya nilai pokok modal berkurang karena merugi/terdepresiasi;
- 4) Setiap keuntungan yang diperoleh penyimpan dapat dibagikan sebagai hibah atau hadiah (bonus). Hal itu berarti bahwa penyimpan tidak memiliki kewajiban mengikat untuk membagikan keuntungan yang diperolehnya; dan
- 5) Penitip tidak memiliki hak suara.<sup>8</sup>

#### 1. Landasan Syariah

##### ➤ Al-Qur'an

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat (titipan) kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil.

---

<sup>8</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008, h. 44

Sesungguhnya Allah memberikan pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.” (Q.S. an-Nisa: 58)

➤ Al-Hadits

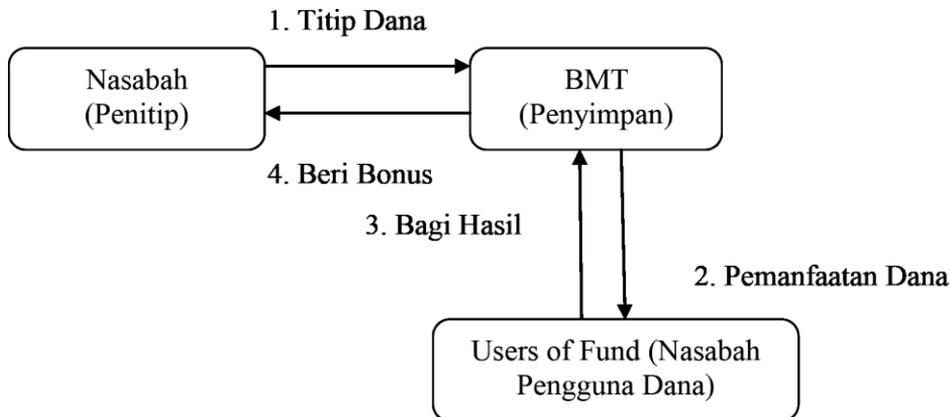
.... عن أبي هريرة قال قال النبي صلى الله عليه وسلم أَدِّ الْأَمَانَةَ إِلَى مَنِ اتَّمَنَّاكَ وَلَا تَخُنْ مَنْ خَانَكَ

Abu Hurairah meriwayatkan bahwa Rasulullah saw bersabda, “Sampaikanlah (tunaikanlah) amanat kepada yang berhak menerimanya dan jangan membalas khianat kepada orang yang telah mengkhianatimu.” (HR Abu Dawud dan menurut Tirmidzi hadits ini hasan, sedang Imam Hakim mengkategorikan sahih)

## 2. Mekanisme *Wadi'ah Yad Dhamanah*

Gambar 2.1

### Skema *Wadi'ah Yad Dhamanah*



Keterangan:

Dengan konsep *wadiah yad dhamanah*, pihak yang menerima titipan boleh menggunakan dan memanfaatkan uang atau barang yang dititipkan. Tentunya, pihak BMT dalam hal ini mendapatkan bagi hasil dari pengguna dana. BMT dapat memberikan insentif kepada penitip dalam bentuk bonus.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001, h. 86

## **BAB III**

### **GAMBARAN UMUM BMT AL HIKMAH UNGARAN**

#### **A. Sejarah berdirinya KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran**

BMT Al Hikmah adalah sebuah lembaga ekonomi swadaya masyarakat yang tumbuh dan berkembang di wilayah kecamatan Ungaran. Lahirnya BMT Al Hikmah ini diawali dengan adanya pertemuan tokoh-tokoh masyarakat Langensari Babadan dan sekitarnya pada tanggal 24 September 1998 di masjid Wahyu Langensari melalui rapat yang dihadiri 30 orang yang siap menjadi anggota pendiri. Tujuan didirikannya BMT Al Hikmah ini adalah untuk menciptakan sebuah lembaga perekonomian masyarakat sebagai sasaran untuk meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi umat Islam dengan sasaran utama pedagang dan pengusaha kecil serta masyarakat umum lapis bawah di kecamatan Ungaran. Salah satu unit usahanya adalah unit simpan pinjam dengan menggunakan sistem bagi hasil. Adapun target yang hendak dicapai adalah terbentuknya pusat perekonomian umat melalui kegiatan usaha mencapai kesejahteraan hidup umat.

Meniti keberangkatannya, BMT Al Hikmah mulai beroperasi di komplek-komplek pasar Babadan Blok B-26 pada tanggal 15 Oktober 1998 dengan modal awal sebesar Rp 15.000.000,- (Lima Belas Juta Rupiah). Modal awal tersebut berasal dari simpanan yang disetorkan para anggota berupa simpanan pokok, simpanan

pokok khusus, dan simpanan wajib. Pengelolaan BMT Al Hikmah dipercayakan kepada empat orang pengelola yang telah mendapatkan pelatihan melalui Proyek Penanggulangan Pekerja Trampil (P3T) di asrama haji Donohudan, Solo. Sampai saat ini tercatat 18 orang yang mengelola BMT Al Hikmah. Dalam perkembangannya, BMT Al Hikmah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Selama sepuluh tahun berdiri, jumlah anggota yang menanamkan modal pun meningkat dengan meningkatnya jumlah nominal simpanan yang harus disetorkan. Sampai bulan Februari 2015 tercatat hamper 8000 anggota aktif dengan simpanan nominal lebih dari 10 Milyar. Untuk pembiayaan yang disalurkan juga mengalami peningkatan seiring dengan peningkatan aset dan tentunya meningkatkan pula rugi labanya setiap bulan.

Pada tanggal Desember 2009 dalam perkembangannya, BMT Al Hikmah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Kemajuan dan perkembangan BMT Al Hikmah dengan anggota yang berasal dari latar belakang jenis usaha, asal daerah yang berbeda, pendidikan dan status sosial yang berbeda menunjukkan kepercayaan masyarakat yang cukup besar terhadap keberadaan BMT Al Hikmah. Sehingga dirasa perlu perluasan wilayah dengan dibukanya kantor cabang Karangjati. Kemudian pada tanggal 05 Maret 2010, PAD BMT Al Hikmah disahkan sehingga berubah menjadi Koperasi BMT Al Hikmah dengan bentuk usahanya KSU (Koperasi Serba Usaha). Pada tanggal 06 Februari 2012 BMT Al

Hikmah resmi menempati kantor pusat di Jl. Jend. Sudirman No. 12 Mijen Gedanganak Ungaran Timur, dan pada tahun 2012 tersebut juga telah dibuka dua kantor cabang di Jl. Samban-Jimbaran Dsn. Secang RT 01 RW 01 Ds. Samban Bawen dan Jl. Tirtomoyo No. 07 Bandungan. Sampai saat ini jumlah semua kantor pelayanan berjumlah tujuh kantor. Dua kantor terakhir yang didirikan berada di daerah GunungPati Sekaran dan Ngabean.

1. Profil BMT Al Hikmah Ungaran

Nama Koperasi : BMT Al Hikmah Ungaran

Nama Manager : Muhari, S.Ag

Alamat BMT : Jl. Jend. Sudirman No. 12 Mijen  
Gedanganak

Kecamatan : Ungaran

Kabupaten : Semarang

Provinsi : Jawa Tengah

Telp/Fax : 024-6924415

2. Tujuan dan Sasaran

Tujuan

- a. Menyelamatkan kelompok-kelompok usaha lapisan masyarakat menengah ke bawah dari situasi krisis ekonomi.
- b. Menambah modal kerja bagi masyarakat lapisan paling bawah dan kecil.

- c. Mengembangkan kelompok usaha masyarakat agar lebih produktif

#### Sasaran

- a. Tersedianya dana permodalan untuk anggota.
  - b. Menghimpun dana dan menyalurkan kepada anggota yang melaksanakan aktifitas usaha yang produktif dan perspektif kepada para anggota.
  - c. Memberikan pelayanan pinjaman kepada anggotanya yang melaksanakan usaha untuk modal kerja dengan prosedur yang mudah dan murah.
3. Badan Hukum Lembaga Koperasi BMT Al Hikmah

Berangkat dari semangat bahwa BMT Al Hikmah adalah milik masyarakat, bukan milik perorangan, golongan, dan kelompok tertentu. BMT Al Hikmah memiliki badan hukum koperasi. BMT Al Hikmah mendapatkan akte pendirian No : 047/BH/KDK.II.I/III/1999 pada tanggal 02 Maret 1999 dan telah mengalami perubahan Anggaran Dasar menjadi Tingkat Jawa Tengah.

## **B. Visi dan Misi KSPPS BMT Al Hikmah**

### **Visi**

Menjadi lembaga keuangan mikro syariah yang sehat, profesional dan terpercaya di Jawa Tengah

### **Misi**

- a. Meminimalkan NPL (*Non Personal Loan*)
- b. Memperbaiki struktur permodalan

- c. Meningkatkan penghimpunan dana anggota dan calon anggota
- d. Meningkatkan pendapatan koperasi
- e. Menciptakan SDM yang handal dan kompeten
- f. Meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap koperasi BMT
- g. Meningkatkan pengelolaan koperasi secara profesional<sup>1</sup>

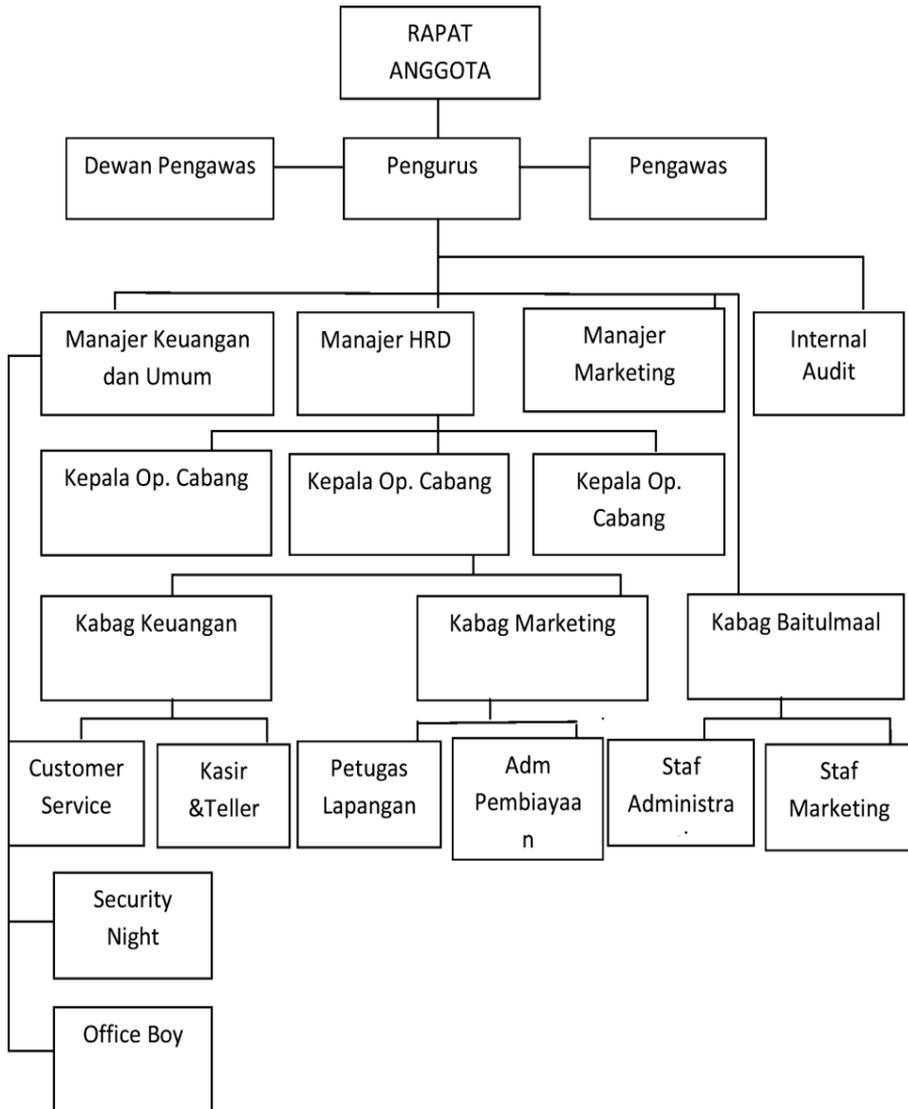
---

<sup>1</sup> Company Profile of BMT Al Hikmah Ungaran

### C. Struktur Organisasi KSPPS BMT Al Hikmah

Bagan 3.1

#### Struktur Organisasi BMT Al Hikmah Ungaran



Adapun susunan manajemen dan pegawai BMT Al Hikmah Ungaran tahun 2018 yaitu sebagai berikut<sup>2</sup>:

1. Dewan Pengawas Syariah
  - a. Ketua : Drs. Toni Irianto
  - b. Anggota 1 : Dr. H. Muh. Saerozi
  - c. Anggota 2 : Abdurrohim
2. Pengawas
  - a. Ketua : Gatot Indramoto, SE
  - b. Anggota 1 : Drs. H. Abu Hanafi
  - c. Anggota 2 : Ichsan Maarif, ST
3. Pengurus
  - a. Ketua : Muhari, S.Ag
  - b. Sekretaris : Awing Fraptiyo, SE
  - c. Bendahara : Asroti, S.Pd. I
  - d. Office Boy : Nur khasan
4. Kepala Operasional dan Pengelolaan Cabang, terdiri dari:
  - a. Kantor Pusat Mijen Gedanganak
    - 1) Kaop : Asroti, S.Pd. I
    - 2) Admin : Heni Fajar R, S.Pd
    - 3) Marketing : Mudhofar  
Sayfur Rohman  
Saefudin

---

<sup>2</sup> Hasil Wawancara dengan Kepala Cabang Babadan Bapak Awing Fraptiyo pada tanggal 15 Mei 2018

- b. Kantor Cabang Babadan
  - 1) Kaop : Awing Fraptiyo, SE
  - 2) Admin : Yuni Rahmawati, SE  
Salamti Nurul Ariyani (Kasir/Teller)
  - 3) Marketing : Nurul Huda Amrullah  
Zulikhan Yahya
- c. Kantor Cabang Bawen
  - 1) Kaop : Supandriyo, A.Md
  - 2) Admin : Sefi Aprillia, A.Md
  - 3) Marketing : Aditya Tiya
- d. Kantor Cabang Karangjati
  - 1) Kaop : Mujana
  - 2) Admin : Fahrul Saktiana
  - 3) Marketing : Ahwat Adi Wibowo  
Abdul Chamid
- e. Kantor Cabang Bandungan
  - 1) Kaop : Sulamin
  - 2) Admin : Nurjannah
  - 3) Marketing : Masyudi, A.Md
- f. Kantor Cabang Gunungpati
  - 1) Kaop : Eko Susilo, SE
  - 2) Admin : Ridwanullah
  - 3) Marketing : Kharis Muhandis, A.Md<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Awing Fraptiyo, SE, *Struktur Organisasi dan Susunan Manajemen dan Pegawai BMT Al Hikmah Ungaran*, 2018

#### **D. Tugas Pengelolaan (*Job Description*) KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran**

Berikut ini uraian pembagian tugas masing-masing jabatan di BMT Al Hikmah Ungaran.

##### 1. Rapat Anggota

Rapat anggota merupakan pemegang kekuasaan tertinggi dalam BMT. Rapat anggota dihadiri oleh anggota, pengurus, pengawas, dan tamu undangan.

Rapat anggota membahas antara lain:

- a. Kebijakan umum di bidang organisasi, manajemen dan usaha BMT.
- b. Pemilihan, pengangkatan, dan pemberhentian pengurus dan pengawas.
- c. Penyusunan rencana kerja, pengesahan laporan keuangan.
- d. Pertanggung jawaban pengurus dalam pelaksanaan tugasnya.
- e. Pembagian sisa hasil usaha.
- f. Penggabungan, peleburan, pembagian, dan pembubaran BMT.
- g. Perubahan anggaran dasar dan anggaran rumah tangga.

Untuk melindungi kepentingan BMT, anggota, dan pihak ketiga, maka terhadap kelalaian pelaksanaan rapat anggota yang dilakukan pengurus dapat dikenakan tindakan berupa teguran dan peringatan tertulis dari anggota.

##### 2. Dewan Pengawas Syariah

Dewan pengawas syariah adalah badan yang dibentuk oleh badan pengurus berdasarkan rekomendasi Majelis Ulama Indonesia (MUI) setempat. Badan ini melakukan fungsi pengawasan kesyariahan dan oleh karena itu badan ini bekerja dengan sesuai dengan cara-cara yang dituntunkan oleh MUI. Dewan pengawas syariah harus terdiri dari para alim-ulama di bidang syariah muamalah yang juga memiliki pengetahuan umum di bidang “*baituttamwil*” (keuangan bank dan atau koperasi).

Tugas-tugas Dewan Pengawas Syariah sebagai berikut:

- a. Memastikan produk/jasa koperasi sesuai dengan syariah
  - 1) Menelaah dan mengesahkan setiap spesifikasi produk penghimpunan (*funding*) maupun produk penggunaan dana (*lending*).
  - 2) Mengkomunikasikan kepada DSN usul dan saran pengembangan produk dan jasa koperasi yang memerlukan kajian dan fatwa DSN.
  - 3) Memberikan penjelasan kepada pengurus dan manajemen tentang berbagai fatwa DSN yang relevan dengan bisnis BMT.
- b. Memastikan tata laksana manajemen dan pelayanan sesuai dengan syariah
  - 1) Menelaah dan mengesahkan tata laksana manajemen dan pelayanan BMT ditinjau dari kesesuaiannya dengan prinsip muamalah dan akhlak Islam.

- 2) Membantu manajemen dalam pembinaan aqidah, ibadah, dan akhlak manajemen dan staf BMT.
  - 3) Mengidentifikasi berbagai bentuk pelanggaran syariah dalam interaksi (antar sesama manajemen/staf dan antar manajemen/staf dengan anggota dan masyarakat luas) dan transaksi bisnis serta melaporkannya kepada Badan Pengurus BMT.
- c. Membantu terlaksananya pendidikan anggota yang dapat meningkatkan kualitas aqidah, akhlak, ibadah dan muamalah anggota.

Mengawasi jalannya operasional BMT, meneliti dan membuat rekomendasi produk baru BMT, serta membuat pernyataan secara berkala, bahwa BMT yang diawasi sesuai dengan ketentuan syariah.

### 3. Pengurus

Pengurus mempunyai fungsi sebagai berikut:

- a. Menentukan arah kegiatan dan mengelola keseluruhan proses BMT dalam rangka mengemban visi dan misi serta pencapaian tujuan.
- b. Melakukan pengawasan dan memonitoring terhadap pelaksanaan kebijakan atas pengelolaan usaha BMT yang dijalankan pengelola.
- c. Memproses penentuan anggota dan meneliti berhentinya anggota untuk selanjutnya meminta persetujuan Rapat Anggota.

d. Mengatur mekanisme pembinaan terhadap sistem organisasi keanggotaan secara menyeluruh dan terpadu antara bidang spiritual dan material.

#### 4. Pengawas

Pengawas mempunyai fungsi untuk mengawasi jalannya kegiatan usaha BMT agar tetap berjalan sesuai dengan ketentuan, arah, dan kebijakan yang telah ditetapkan Rapat Anggota.

Tugas-tugas Pengawas sebagai berikut:

- a. Memberikan penilaian terhadap keputusan-keputusan kegiatan BMT.
- b. Memberi saran atau pendapat kepada pengurus dan pengelola untuk kemajuan BMT.
- c. Melakukan pemeriksaan/audit
- d. Membuat hasil laporan pengawasan kepada Rapat Anggota.

#### 5. Internal Audit

Internal audit melakukan pengawasan atau kontrol terhadap semua kegiatan usaha operasional BMT agar tujuan dan sasaran salam mengamankan dan mengembangkan asset dapat tercapai dengan sebaik-baiknya, sekaligus agar pelaksanaan operasional BMT dijalankan sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang telah ditetapkan serta tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

Tugas-tugas Internal Audit sebagai berikut:

- a. Memeriksa semua catatan, harta milik dan hutang-hutang, memeriksa semua tingkat manajemen (kecuali top manajemen) dan dapat memasuki semua bagian dan unit kerja serta melakukan berbagai teknik pemeriksaan.
  - b. Dapat menggunakan fungsi pengawasan sebagai alat kontrol mekanisme operasional.
  - c. Meminta data/informasi yang berkaitan dengan hal audit kepada manajemen koperasi.
  - d. Meminta fasilitas kebagian umum untuk kebutuhan audit seperti ATK dll.
  - e. Menerbitkan laporan keuangan atas persetujuan pimpinan untuk keperluan publikasi.
6. Manajer Keuangan dan Umum
- Tugas-tugas Manajer Keuangan dan Umum sebagai berikut:
- a. Manajer keuangan bekerja sama dengan manajer yang lain bertugas merencanakan dan meramalkan perencanaan umum keuangan BMT.
  - b. Mengambil keputusan penting investasi dan berbagai pembiayaan serta semua hal yang terkait dengan keputusan tersebut.
  - c. Melaporkan laporan keuangan bulanan pada pertemuan tingkat manajemen pusat.
  - d. Membuat analisis laporan keuangan.
  - e. Memberikan masukan yang berkaitan dengan kebijakan akuntansi dan keuangan.

- f. Merencanakan, mengatur dan mengontrol perencanaan laporan keuangan dan laporan pembiayaan.

## 7. Manajer HRD/SDI

Tugas-tugas Manajer HRD/SDI sebagai berikut:

- a. Bertanggung jawab mengelola dan mengembangkan sumber daya insani BMT termasuk perencanaan, pelaksanaan, pengawasan dan pengembangannya.
- b. Bertanggung jawab penuh dalam proses rekrutmen karyawan mulai dari mencari calon karyawan, wawancara hingga seleksi.
- c. Melakukan seleksi, promosi, transferring dan demosi pada karyawan yang dianggap perlu.
- d. Melakukan kegiatan pembinaan, pelatihan dan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pengembangan kemampuan, potensi, mental, ketrampilan dan pengetahuan karyawan yang sesuai dengan standar lembaga.
- e. Bertanggung jawab terhadap absensi karyawan, perhitungan gaji, bonus dan tunjangan.
- f. Membuat kontrak kerja karyawan serta memperbaharui masa berlaku kontrak kerja.
- g. Melakukan tindakan disipliner pada karyawan yang melanggar kebijakan perusahaan.

## 8. Manajer Marketing

Tugas-tugas Manajer Marketing sebagai berikut:

- a. Menyusun *draft* rencana pemasaran berupa target *funding*, *lending* dan konfirmasi per cabang.
  - b. Rencana pengembangan produk, promosi, dan distribusi berdasarkan pemetaan segmen dan potensi pasar.
  - c. Memimpin rapat koordinasi bulanan dengan marketing cabang.
  - d. Mengembangkan data base pelanggan jasa keuangan untuk menyusun profil dan pengembangan pemasaran.
  - e. Memberikan motivasi kepada manajer cabang dan staf dalam wilayah kerjanya berupa pujian, saran dan kritik.
  - f. Mengusulkan pola intensif dalam pencapaian target kepada pengurus.
9. Kepala Operasional Cabang
- Tugas-tugas Kepala Operasional Cabang sebagai berikut:
- a. Menjabarkan kebijaksanaan umum BMT yang telah dibuat pengurus dan disetujui rapat anggota.
  - b. Menyusun dan menghasilkan rancangan anggaran BMT dan rencana jangka pendek, rencana jangka panjang, serta proyeksi (*financial* maupun *non financial*) kepada pengurus yang selanjutnya akan dibawa pada rapat anggota.
  - c. Menyetujui pembiayaan yang jumlahnya tidak melampaui batas wewenang manajemen.

- d. Mengusulkan penambahan, pengangkatan, dan mempromosikan serta pemberhentian karyawan pada kantor cabang.
- e. Mengelola dan mengawasi pengeluaran dan pemasukan biaya-biaya harian dan tercapainya target yang telah ditetapkan secara keseluruhan.
- f. Mengamankan harta kekayaan BMT agar terlindungi dari bahaya kebakaran, pencurian, perampokan, dan kerusakan, serta seluruh asset BMT.
- g. Terselenggaranya penilaian prestasi kerja karyawan dan membuat laporan secara periodik

#### 10. Administrasi Pembukuan

Tugas-tugas Administrasi Pembukuan sebagai berikut:

- a. Pembuatan laporan keuangan
- b. Pengarsipan laporan keuangan dan berkas-berkas yang berkaitan secara langsung dengan keuangan
- c. Menyediakan data-data yang dibutuhkan untuk kebutuhan analisis lembaga
- d. Pengarsipan bukti slip-slip transaksi
- e. Pengeluaran dan penyimpanan uang dari dan ke brankas
- f. Penghitungan bagi hasil dan pembukuannya

#### 11. Kabag Marketing Cabang

Kabag Marketing Cabang yaitu merencanakan, mengarahkan serta mengevaluasi target *lending* dan *funding* serta memastikan strategi yang digunakan sudah tepat dalam upaya

mencapai sasaran termasuk dalam menyelesaikan pembiayaan bermasalah.

Tugas-tugas Kabag Marketing Cabang sebagai berikut:

- a. Tercapainya target marketing baik *funding* maupun *lending*
- b. Terselenggaranya rapat marketing dan terselesaikan permasalahan ditingkat marketing cabang
- c. Menilai dan mengevaluasi kinerja bagian marketing
- d. Bertanggung jawab dalam proses pengajuan pembiayaan dan melakukan penilaian terhadap potensi pasar dan pengembangan pasar

## 12. Customer Service

Tugas-tugas Customer Service sebagai berikut:

- a. Memberikan pelayanan prima kepada mitra sehubungan dengan produk *funding* dan *lending*
- b. Memberikan informasi hak dan kewajiban anggota secukupnya dan informasi lain yang diperlukan dan mengarahkan anggota/calon anggota pada pilihan produk yang sesuai dengan kebutuhannya
- c. Memberikan pelayanan terhadap pembukaan dan penutupan rekening simpanan
- d. Pengarsipan berkas simpanan harian dan simpanan berjangka
- e. Kontrol manual tentang data-data anggota/non anggota

### 13. Teller

Tugas-tugas Teller sebagai berikut:

- a. Bertanggung jawab atas pelayanan anggota dalam hal transaksi uang tunai seperti penyetoran dan penarikan simpanan, angsuran pembiayaan dll
- b. Menerima, menyimpan uang serta melakukan administratif kas
- c. Mengatur dan menyimpan pengeluaran uang tunai yang telah disetujui oleh Kepala Cabang
- d. Bertanggung jawab atas kecocokan saldo kas kepada manajer melalui Kabag Keuangan menurut ketentuan yang telah ditetapkan
- e. Memberikan pelayanan dan informasi kepada anggota
- f. Mengadministrasikan pembukaan rekening simpanan dan validasi
- g. Bertanggung jawab terhadap slip-slip (setoran, pengambilan dll)
- h. Melakukan pendataan semua anggota pada buku anggota
- i. Bertanggung jawab terhadap selisih kas

### 14. Administrasi Pembiayaan

Tugas-tugas Administrasi Pembiayaan sebagai berikut:

- a. Memastikan seluruh pengajuan pembiayaan telah diproses sesuai dengan proses yang sebenarnya

- b. Memastikan analisis pembiayaan telah dilakukan dengan tepat dan lengkap sesuai dengan kebutuhan dan mempresentasikan dalam rapat komite
- c. Membantu terselesaikannya pembiayaan bermasalah
- d. Melihat peluang dan potensi yang ada dalam upaya pengembangan pasar
- e. Melakukan monitoring atas ketetapan alokasi dana serta ketetapan angsuran pembiayaan mitra

#### 15. Marketing

Tugas-tugas Marketing sebagai berikut:

- a. Menerapkan strategi dan pola-pola tertentu dalam rangka *funding* dan *lending*
- b. Memastikan target *funding* dan *lending* tercapai sesuai dengan rencana
- c. Membuka hubungan dengan pihak/lembaga luar dalam rangka *funding*
- d. Mensosialisasikan produk-produk BMT kepada masyarakat yang membutuhkan dana untuk mengembangkan bidang usaha atau yang lainnya

#### 16. Office Boy

Tugas-tugas Office Boy sebagai berikut:

- a. Membuka pintu pagar dan semua pintu dan jendela pada setiap pagi hari dan menutupnya kembali pada sore harinya

- b. Membersihkan halaman depan, teras dan semua ruang kantor
- c. Menyalakan dan memadamkan lampu di luar kantor pada setiap pagi dan sore hari
- d. Membuang sampah yang ada pada tempat sampah
- e. Membersihkan toilet dan kamar mandi, membersihkan bak mandi dan mengisinya, membersihkan dinding kamar mandi, dan menjaga kamar mandi selalu dalam kondisi bersih
- f. Menyampaikan informasi, usul dan saran yang berkaitan dengan tugasnya kepada atasan
- g. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan, baik lisan maupun tertulis

#### 17. Security Night

Tugas-tugas Security Night sebagai berikut:

- a. Menjaga kantor pada malam hari
- b. Melakukan pengontrolan lingkungan sekitar kantor untuk memastikan kondisi keamanan kantor
- c. Menyalakan dan mematikan lampu-lampu kantor setelah jaga malam
- d. Mengecek kunci-kunci pintu dan pagar
- e. Membuat laporan tentang kejadian-kejadian penting selama masa penjagaan

## E. Produk-Produk BMT Al Hikmah Ungaran

Adapun produk-produk yang ditawarkan BMT Al Hikmah Ungaran terbagi menjadi 2, yaitu produk penghimpunan dana (*funding*) dan produk penyaluran dana (*lending*).

### 1. Produk Penghimpunan Dana

Produk penghimpunan dana yang dirancang khusus atas dasar syari'ah (dengan sistem bagi hasil).

Jenis-jenis simpanan di BMT Al Hikmah Ungaran<sup>4</sup>, antara lain:

#### a. Simpanan Sukarela Lancar (SIRELA)

Simpanan sukarela lancar merupakan simpanan syariah yang sangat terjangkau bagi anggota dan semua kalangan masyarakat serta bebas biaya administrasi dengan menggunakan prinsip syariah akad *wadiah yad dhamanah*. Atas seijin penitip dana yang disimpan pada rekening SIRELA dapat dimanfaatkan oleh BMT Al Hikmah. Penarikan maupun penyeteroran dari produk ini dapat dilakukan oleh pemegang rekening setiap saat selama jam kerja.

Fitur:

- 1) Diperuntukkan bagi anggota perorangan/lembaga.
- 2) Syarat pembukaan simpanan yang sangat ringan.

---

<sup>4</sup> Brosur Layanan Simpanan BMT Al Hikmah Ungaran

- 3) Bebas biaya administrasi bulanan.
- 4) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *wadiah yad dhamanah*
- 5) Memperoleh bagi hasil simpanan yang akan ditambahkan secara otomatis setiap bulan.
- 6) Pembukaan rekening minimum Rp. 10.000,-
- 7) Setoran selanjutnya minimum Rp. 10.000,-
- 8) Saldo minimum yang harus dipelihara Rp. 10.000,-
- 9) Penyetoran dan penarikan simpanan dapat dilaksanakan sewaktu-waktu pada jam kerja.

Syarat:

- 1) Mengisi aplikasi pendaftaran anggota BMT.
  - 2) Mengisi aplikasi pembukaan rekening SIRELA.
  - 3) Menyerahkan foto copy KTP/SIM yang masih berlaku.
  - 4) Bagi anggota baru wajib membayar simpanan pokok sebesar Rp. 25.000,- dan simpanan wajib sebesar Rp. 10.000,-
- b. Simpanan Pelajar (SIMPEL)

Simpanan pelajar merupakan simpanan yang ditujukan kepada para pelajar dan mahasiswa yang menginginkan memiliki rekening simpanan yang akan terus bertumbuh dan berkesempatan untuk mengajukan beasiswa bagi pelajar yang berprestasi.

**Fitur:**

- 1) Diperuntukkan bagi pelajar/mahasiswa.
- 2) Syarat pembukaan simpanan yang sangat ringan.
- 3) Bebas biaya administrasi bulanan.
- 4) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *wadiah yad dhamanah*.
- 5) Memperoleh bagi hasil simpanan yang akan ditambahkan secara otomatis setiap bulan.
- 6) Pembukaan rekening minimum Rp. 10.000,-
- 7) Setoran selanjutnya minimum Rp. 10.000,-
- 8) Saldo minimum yang harus dipelihara Rp. 10.000,-
- 9) Penyetoran dan penarikan simpanan dapat dilaksanakan sewaktu-waktu pada jam kerja.

**Syarat:**

- 1) Mengisi aplikasi pendaftaran anggota BMT.
- 2) Mengisi aplikasi pembukaan rekening SIMPEL.
- 3) Menyerahkan foto copy kartu pelajar/kartu mahasiswa.
- 4) Bagi anggota baru wajib membayar simpanan pokok sebesar Rp. 25.000,- dan simpanan wajib sebesar Rp. 10.000,-

**c. Simpanan Sukarela Qurban (SISUQUR)**

Simpanan sukarela qurban merupakan simpanan syariah yang dirancang khusus bagi anggota sebagai sarana

mempersiapkan dana untuk melaksanakan ibadah qurban atau aqiqah.

Fitur:

- 1) Diperuntukkan bagi anggota perorangan/lembaga.
- 2) Syarat pembukaan simpanan yang sangat ringan.
- 3) Bebas biaya administrasi bulanan.
- 4) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah*.
- 5) Memperoleh bagi hasil simpanan yang akan ditambahkan secara otomatis setiap bulan.
- 6) Pembukaan rekening minimum Rp. 25.000,-
- 7) Setoran selanjutnya minimum Rp. 10.000,-
- 8) Saldo minimum yang harus dipelihara Rp. 10.000,-
- 9) Hanya dapat diambil pada saat akan melaksanakan ibadah qurban atau aqiqah

Syarat:

- 1) Mengisi aplikasi pendaftaran anggota BMT.
- 2) Mengisi aplikasi pembukaan rekening SISUQR.
- 3) Menyerahkan foto copy KTP/SIM yang masih berlaku.
- 4) Bagi anggota baru wajib membayar simpanan pokok sebesar Rp. 25,000,- dan simpanan wajib sebesar Rp. 10.000,-

d. Simpanan Ibadah Haji/Umroh (SIHAJI/UMROH)

Simpanan ibadah haji/umroh merupakan inovasi baru BMT Al Hikmah yang dikhususkan bagi masyarakat muslim yang berencana menunaikan ibadah haji/umroh.

Fitur:

- 1) Diperuntukkan bagi anggota perorangan usia 10 tahun ke atas.
- 2) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah*.
- 3) Bekerjasama dengan Bank Syariah Mandiri dalam online dengan SISKOHAT kementerian agama
- 4) Tersedia fasilitas dana talangan haji/umroh sampai dengan Rp. 25 juta dari BMT Al Hikmah.
- 5) Bebas biaya administrasi bulanan.
- 6) Pembukaan rekening awal minimum Rp. 500.000,-
- 7) Setoran berikutnya minimum Rp. 50.000,-
- 8) Memperoleh bagi hasil simpanan yang akan diakumulasikan sebagai tambahan dalam pembayaran biaya ibadah haji/umroh.
- 9) Penarikan simpanan dapat dilakukan setelah jangka waktu yang telah disepakati atau anggota sudah siap untuk melaksanakan ibadah haji/umroh.

e. Simpanan Sukarela Berjangka (SISUKA)

Simpanan sukarela berjangka merupakan simpanan berjangka dengan prinsip syariah yang memberikan hasil investasi yang optimal bagi anggota BMT Al Hikmah.

Fitur:

- 1) Diperuntukkan bagi anggota perorangan/lembaga.
- 2) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah mutlaqah* (bagi hasil).
- 3) Pilihan jangka waktu fleksibel 6, 12 dan 24 bulan.
- 4) Tidak dikenakan biaya administrasi.
- 5) Bagi hasil yang optimal dengan nisbah yang kompetitif.
- 6) Bagi hasil langsung menambah saldo simpanan harian.
- 7) Jangka waktu dapat diperpanjang otomatis (*automatic roll over*).
- 8) Setoran minimal Rp. 500.000,-
- 9) Dapat dijadikan jaminan pembiayaan di BMT Al Hikmah.

Tabel 3.1

nisbah bagi hasil SISUKA

Jangka Waktu	Nisbah BMT	Nisbah Anggota
6 Bulan	60%	40%
12 Bulan	50%	50%

24 Bulan	45%	55%
----------	-----	-----

Sumber: Brosur simpanan BMT Al Hikmah Ungaran

f. Simpanan Wajib Berhadiah (SI WADIAH)

Simpanan wajib berhadiah merupakan simpanan wajib dengan fitur hadiah yang diperuntukkan bagi anggota, simpanan dengan jangka waktu tertentu tidak dapat ditarik sebelum jatuh tempo.

Syarat:

- 1) Satu kelompok terdiri 100 anggota.
- 2) Periode pelaksanaan program selama 24 bulan
- 3) Menyetor simpanan si wadiah sebesar Rp. 200.000/bulan
- 4) Setiap anggota diperbolehkan untuk mendaftar lebih dari satu kesempatan.
- 5) Penyetoran simpanan dilakukan setiap bulan mulai tanggal 01 s.d tanggal 10 di seluruh kantor cabang BMT Al Hikmah.
- 6) Setiap anggota dipastikan mendapat hadiah sesuai dengan undian
- 7) Pengambilan saldo simpanan program ini setelah tanggal 10 pada bulan ke 25<sup>5</sup>

2. Produk Penyaluran Dana

---

<sup>5</sup> Brosur Si Wadiah BMT Al Hikmah Ungaran

Produk penyaluran dana berupa jenis pembiayaan yang berupa jenis modal usaha, dan sewa barang atau jasa. Beberapa jenis pembiayaan yang disediakan sebagai berikut:

- a. Pembiayaan multi barang dengan prinsip jual beli *mudharabah*
- b. Pembiayaan multi jasa dengan prinsip jasa *ijarah*
- c. Pembiayaan mitra usaha kerjasama *mudharabah/musarakah*

Dana simpanan dari masyarakat yang ada di BMT Al Hikmah dikelola secara produktif dan profesional dalam bentuk pembiayaan untuk pengembangan ekonomi umat. Berbagai produk pembiayaan diperuntukkan bagi nasabah yang membutuhkan modal kerja usaha.

Jenis-jenis pembiayaan di BMT Al Hikmah Ungaran<sup>6</sup>, antara lain:

- a. Pembiayaan Multi Barang dengan Prinsip Jual Beli *Murabahah*

Akad *murabahah* adalah akad jual beli atas barang tertentu dimana penjual menyebutkan dengan jelas barang yang diperjualbelikan termasuk harga pembelian barang kepada pembeli, kemudian ia mensyaratkan atasnya laba/keuntungan dalam jumlah tertentu.

Fasilitas pembiayaan diperuntukkan bagi anggota yang menginginkan memiliki barang atau peralatan usaha guna

---

<sup>6</sup> Brosur Layanan Pembiayaan BMT Al Hikmah Ungaran

mendukung kegiatan usaha anggota. BMT Al Hikmah siap membantu mewujudkan keinginan anggota untuk memiliki barang impian tersebut dengan proses mudah, cepat dan harga terjangkau.

Keunggulan pembiayaan pemilikan sepeda motor di KSPPS BMT Al Hikmah diantaranya:

- 1) Melayani semua jenis sepeda motor pabrikan jepang (Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki).
  - 2) Persyaratan mudah dengan proses cepat.
  - 3) Uang muka minimal 30% dari harga kendaraan yang diinginkan.
  - 4) Bagi hasil kompetitif sesuai dengan kesepakatan.
  - 5) Bagi hasil diperhitungkan dari harga pokok dikurangi dengan uang muka yang disetorkan.
  - 6) Total angsuran lebih ringan dibandingkan dengan *dealer/leasing*.
  - 7) Jangka waktu maksimal sampai dengan 3 tahun.
  - 8) Apabila menyelesaikan pembiayaan sebelum jangka waktu akan memperoleh potongan dan tidak dikenakan penalty.
  - 9) Fasilitas asuransi TLO (*optional*).
- b. Pembiayaan Multi Jasa dengan Prinsip *Ijarah*
- Akad penyediaan dana dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat dari suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa/upah,

tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri.

Fasilitas pembiayaan diperuntukkan bagi anggota yang terkendala dalam membayar biaya pendidikan, biaya sewa rumah, biaya sewa tempat usaha, biaya perawatan rumah sakit, biaya perjalanan dan biaya lain yang diperlukan. BMT Al Hikmah siap membantu membayarkan kebutuhan biaya tersebut dan anggota mengembalikan pembiayaan dan jasanya secara angsuran atau tempo sesuai dengan kesepakatan.

Syarat:

- 1) Bersedia menjadi anggota BMT Al Hikmah.
- 2) Memiliki usaha dan atau penghasilan tetap.
- 3) Mengisi aplikasi pengajuan pembiayaan yang telah disediakan.
- 4) Bersedia di survey apabila pihak BMT memerlukan.
- 5) Melengkapi persyaratan administratif.
  - Foto copy KTP suami istri
  - Foto copy Kartu Keluarga (KK)
  - Foto copy surat nikah
  - Melampirkan foto copy BPKB kendaraan, sertifikat tanah atau surat kios/los pasar

- Untuk jaminan BPKB kendaraan dilengkapi dengan foto copy STNK, sedangkan untuk jaminan sertifikat dilengkapi dengan SPPT terbaru dan surat keterangan dari kelurahan

c. Pembiayaan Mitra Usaha Kerjasama Mudharabah/Musarakah

Fasilitas pembiayaan diperuntukkan bagi anggota yang menginginkan permodalan dalam pengembangan usaha yang digelutinya, agar usahanya tersebut menjadi lebih besar dan menguntungkan. BMT Al Hikmah siap menjadi mitra sebagai pemodal ataupun bermitra sebagai partner dalam mengembangkan usaha anggota tersebut.

Syarat:

- 1) Bersedia menjadi anggota BMT Al Hikmah.
- 2) Memiliki usaha produktif dan prospektif.
- 3) Bersedia di survey di lokasi usaha yang diajukan.
- 4) Mengisi aplikasi pengajuan pembiayaan yang telah disediakan.
- 5) Melengkapi persyaratan administratif.
  - Foto copy KTP suami istri
  - Foto copy Kartu Keluarga (KK)
  - Foto copy data pendukung usaha

- Melampirkan foto copy BPKB kendaraan, sertifikat tanah atau surat kios / los pasar

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN ANALISA**

#### **A. Strategi Marketing Produk Sirela (Simpanan Sukarela Lancar) di BMT Al Hikmah Cabang Babadan**

Salah satu produk penghimpunan dana yaitu produk tabungan sirela. Akad yang digunakan dalam sirela ini adalah akad *wadiah yad dhamanah* yang dengan seizin penabung dapat dipergunakan oleh BMT. Untuk kemudahan transaksi baik setoran maupun penarikan diantar langsung oleh marketing BMT Al Hikmah. Dalam memasarkan produk Sirela, ada beberapa strategi yang diterapkan marketing di BMT Al Hikmah cabang Babadan, antara lain:

1. Strategi Persiapan Pribadi Marketer<sup>1</sup>

- a. Performa Marketer

Seorang marketer harus berpakaian rapi, wangi, bersikap sopan, menyenangkan, dan ramah.

Performa marketer di BMT Al Hikmah cabang Babadan sudah baik dari segi penampilan dan dari segi sikap. Marketing begitu ramah, sopan dan selalu terlihat menyenangkan ketika melakukan penarikan tabungan kepada nasabah sirela. Hal itu menjadi modal utama dalam menarik dan mempertahankan nasabah atau dengan

---

<sup>1</sup> Hasil Wawancara dengan Staf Marketing cabang Babadan Nurul Huda Amrullah pada tanggal 15 Mei 2018

kata lain nasabah loyal kepada BMT Al Hikmah cabang Babadan.

b. Alat Kerja

Beberapa peralatan kerja yang digunakan oleh staf marketing BMT Al Hikmah cabang Babadan yaitu:

- 1) Bolpoin
- 2) Buku tabungan sirela
- 3) Slip setoran dan slip penarikan

Marketer selalu membawa peralatan tersebut pada saat memasarkan produk sirela. Hal itu dapat mempermudah marketer baik untuk pencatatan setoran tabungan nasabah dan penarikan tabungan nasabah karena marketing harus selalu memberikan duplikat slip setoran maupun slip penarikan sebagai bukti kepada nasabah sirela.

c. *Planning* (Perencanaan)

Yang dimaksud dengan *planning* adalah jadwal kunjungan marketing kepada calon nasabah atau nasabah sirela. Setiap marketing mempunyai jadwal kunjungan sendiri-sendiri. Pembuatan jadwal ini disesuaikan dengan perjanjian yang telah dibuat dengan calon nasabah atau nasabah. Jadwal tersebut menjadi sebuah acuan hingga dapat menuai hasil dan pencapaian target yang baik. Hal

ini untuk mengantisipasi padatnya atau banyaknya nasabah sirela di berbagai daerah.

Dengan meningkatnya jumlah nasabah sirela di BMT Al Hikmah cabang Babadan, penempatan jadwal oleh marketing harus ditata lebih baik lagi supaya para nasabah tidak kecewa ketika marketing terkadang tidak sempat untuk melakukan penarikan kepada semua nasabah sirela dikarenakan jumlah nasabah yang meningkat seharusnya diimbangi dengan sistem managerial yang lebih baik pula.

Penataan jadwal mengenai pembagian waktu kunjungan setiap nasabah akan menambah citra yang lebih baik lagi kepada BMT Al Hikmah cabang Babadan sehingga semua nasabah bisa tercover dan tertangani dengan baik.

d. Komunikasi

Yang dimaksud dengan komunikasi disini adalah cara berkomunikasi antara marketing dengan nasabah atau calon nasabah. Sebelum marketing diterjunkan ke daerah-daerah, terlebih dahulu diberikan *briefing* bagaimana cara berkomunikasi yang baik sehingga tidak ada kesan canggung, ramah, sopan dan selalu memperlakukan nasabah atau calon nasabah dengan keuletan dan kesabaran.

Hal itu akan meninggalkan kesan dan citra yang baik khususnya kepada marketing dan umumnya bagi lembaga

yakni BMT Al Hikmah cabang Babadan yang pada akhirnya calon nasabah atau nasabah *respect* dan mau bergabung.

## 2. Penetapan Target

Penetapan target menjadi salah satu strategi pemasaran karena dengan adanya target-target tertentu marketing menjadi bersemangat dan bekerja lebih giat. Untuk produk sirela target yang harus dicapai setiap tahunnya yaitu sebesar lima ratus juta rupiah untuk setiap marketing. Target sirela banyak tercapainya daripada tidaknya, hanya saja kekurangannya adalah tindak lanjut setelah target itu terpenuhi yaitu nasabah atau calon nasabah tidak terlayani dengan baik karena kurangnya sumber daya manusia.<sup>2</sup>

Contoh kasus:

Di kantor cabang Babadan terbagi menjadi dua pengelompokan marketing *funding* yakni marketing khusus di dalam pasar Babadan dan di luar pasar Babadan. Pasar adalah tempat bertemunya antara penjual dan pembeli, dimana sebagian besar nasabah sirela berasal dari para pedagang di pasar Babadan. Dengan banyaknya jumlah nasabah sirela di dalam pasar Babadan dengan hanya satu marketing yang menangani tentunya tidak cukup waktu dan tenaga dalam melayani semua nasabah yang ingin menabung. Dengan

---

<sup>2</sup> Hasil wawancara dengan staf marketing cabang Babadan Nurul Huda Amrullah pada tanggal 15 Mei 2018

sistem jemput bola yang diterapkan oleh BMT Al Hikmah cabang Babadan, seorang marketing dituntut untuk bisa menangani seluruh nasabahnya tentunya tidak akan sanggup.

Alangkah baiknya diperlukan marketing tambahan atau peningkatan kualitas dan kuantitas marketing yang lebih baik lagi agar dapat menangani semua permasalahan di dalam pasar Babadan. Dengan demikian anggota akan terlayani dan merasa puas atas layanan yang diberikan oleh BMT Al Hikmah cabang Babadan dan citra BMT yang sudah baik akan lebih baik lagi.

### 3. Strategi Promotion Mix

Strategi promosi yang dilakukan BMT Al hikmah dalam mengoptimalkan produk sirela, melalui berbagai kegiatan sebagai berikut:

#### a. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan yang dilakukan BMT Al Hikmah cabang Babadan yaitu dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan produk dan mempertahankan citra (*brand image*) BMT Al Hikmah cabang Babadan. adapun media periklanan yang digunakan yaitu:

##### 1) Brosur

Piranti iklan yang pertama dan utama adalah penyebaran brosur, sekaligus sebagai sarana promosi ujung tombak di BMT Al Hikmah cabang Babadan. Kegiatan penyebaran brosur ini dilakukan oleh

marketing yang terjun langsung ke masyarakat. Brosur disebarluaskan kepada masyarakat dan tempat-tempat perekonomian di sekitar BMT serta diletakkan di meja tempat slip dan brosur yang ada di kantor.

Alasan menggunakan media brosur sebagai media utama dalam iklan karena disamping biayanya yang relatif murah juga memiliki banyak keunggulan yang diperoleh dibandingkan menggunakan media iklan lainnya. Bahasa brosur bisa lebih terperinci dengan lengkap sehingga memudahkan calon nasabah untuk mengetahui informasi tentang produk simpanan sirela itu sendiri.

## 2) Spanduk

Selain dengan media brosur, BMT Al Hikmah cabang Babadan menggunakan iklan berupa pembuatan spanduk. Walaupun jumlah pembuatan spanduk tidak besar namun penggunaan piranti spanduk ini bisa menarik simpati masyarakat sekitar. Pemasangan spanduk biasanya di tempat-tempat strategis, seperti di depan kantor BMT, persimpangan jalan, pasar, dan lain sebagainya.

Pembuatan spanduk serta pemasangan yang strategis diharapkan mampu menarik minat masyarakat untuk memakai produk yang ditawarkan oleh BMT Al Hikmah cabang Babadan yang hasilnya bisa

meningkatkan volume penjualan. Meskipun hasilnya tidak langsung dapat dicapai namun pemasangan spanduk ini dapat memberikan gambaran awal dari produk simpanan Sirela kepada masyarakat yang melihatnya serta dapat menimbulkan keinginan untuk memakai produk tersebut.

### 3) Kalender

Kalender merupakan media yang sering digunakan untuk keperluan promosi, selain karena biayanya murah juga sangat efektif penyebarannya. Kalender didesain sedemikian rupa sehingga menarik untuk dibaca, untuk penyebarannya dilakukan pada awal tahun dan sasaran penyebaran yaitu masyarakat yang sudah menjadi nasabah baik nasabah tabungan maupun nasabah pembiayaan serta tempat-tempat lain yang strategis.

Kalender merupakan suatu hal yang penting bagi masyarakat, setiap hari, minggu, atau bulan pasti masyarakat akan melihat kalender sehingga apabila melihat kalender yang diberikan BMT Al Hikmah cabang Babadan tersebut akan menimbulkan pertanyaan, penasaran, dan akhirnya merasa tertarik untuk menggunakan produk sirela yang tertera di kalender tersebut.

b. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

*Personal selling* (penjualan pribadi) adalah kegiatan yang dilakukan dengan melakukan penjualan secara pribadi kepada nasabah. Media ini merupakan kegiatan terpenting dari rangkaian kegiatan promosi. Dengan melakukan *personal selling*, marketing akan menjelaskan informasi produk sirela secara rinci sehingga akan membuat calon nasabah mudah mengerti dan lebih menguatkan ketertarikan calon nasabah terhadap produk sirela.

Kegiatan *personal selling* yang dilakukan BMT Al Hikmah cabang Babadan dilaksanakan oleh semua karyawan. Semua karyawan berkewajiban untuk menjalankan kegiatan promosi sebagai alat pemasar yang efisien. Namun dalam media ini marketing tentunya mempunyai tugas yang lebih dalam menghimpun dana dari masyarakat dibandingkan dengan karyawan lainnya. Untuk mempermudah kegiatannya, marketing terlebih dahulu menawarkan produk sirela kepada orang yang sudah dikenal dan berpotensi untuk menipitkan uangnya ke BMT.

c. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

BMT Al Hikmah cabang Babadan dalam melakukan promosi penjualannya dengan beberapa cara. Promosi penjualan yang ditawarkan oleh BMT untuk produk sirela sendiri adalah bonus bagi hasil yang diberikan dan tanpa

adanya potongan apapun untuk produk ini. Selain itu BMT juga memberikan hadiah kepada nasabah di event-event tertentu seperti pada ulang tahun BMT dan hari raya idul fitri. Kalenderpun dibagikan setiap tahunnya kepada para nasabah. Promosi penjualan tersebut juga sangat memberikan nilai plus sendiri untuk memperkuat kesetiaan nasabah agar tetap bermitra dengan BMT Al Hikmah cabang Babadan.

d. Publisitas (Publicity)

Dalam kegiatan publikasinya untuk menciptakan hubungan baik kepada masyarakat, BMT Al Hikmah cukup potensial dalam mengkomunikasikan produk BMT, dengan cara menyelenggarakan kegiatan sosial seperti donor darah yang diselenggarakan pada 10 Februari 2018 sehingga kegiatan ini mempunyai tujuan untuk membangun image baik perusahaan dalam benak masyarakat.

4. Strategi Jemput Bola

Salah satu cara efektif yang dapat dilakukan untuk mencapai target-target pemasaran produk BMT adalah dengan melakukan pendekatan 'jemput bola', pendekatan dilakukan dengan cara marketing langsung mendatangi nasabah atau calon nasabah di rumah atau di tempat-tempat nasabah untuk menarik tabungan sirela, dan jika nasabah ingin mengambil uang dalam jumlah banyak nasabah bisa terlebih dahulu

konfirmasi kepada marketing misalnya lewat sms atau telfon. Jemput bola dilakukan untuk mempermudah nasabah dalam menabung karena tidak semua nasabah mempunyai banyak waktu untuk langsung menabung di kantor BMT Al Hikmah cabang Babadan.<sup>3</sup> Hal ini menambah daya tarik mitra untuk menabung dan meningkatkan pelayanan kepada nasabah.

Marketing BMT Al Hikmah cabang Babadan memberikan pelayanan prima, pihak BMT sangat menyadari akan pentingnya peranan marketing untuk memasarkan produk yang ada, semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan semakin banyak nasabah yang tertarik untuk menyimpan dan mempercayakan uangnya kepada BMT Al Hikmah cabang Babadan. Hal ini menambah daya tarik mitra untuk menabung dan meningkatkan pelayanan kepada nasabah

## **B. Ketentuan-ketentuan dalam Prosedur Rekening Produk Sirela (Simpanan Sukarela Lancar**

### **1. Prosedur Pembukaan Rekening Produk Sirela**

Nasabah yang ingin membuka rekening Sirela harus memenuhi persyaratan yang telah ditentukan oleh BMT Al Hikmah cabang Babadan sebagai berikut<sup>4</sup>:

---

<sup>3</sup> Hasil wawancara dengan kepala cabang Babadan Bapak Awing Fraptiyo pada tanggal 17 April 2018

<sup>4</sup> Hasil wawancara dengan Kepala cabang Babadan Bapak Awing Fraptiyo pada tanggal 15 Mei 2018

- a. Nasabah datang ke kantor BMT Al Hikmah menemui bagian customer service dan menjelaskan maksud kedatangannya, yaitu ingin membuka rekening simpanan sirela
- b. Customer service memberikan penjelasan kepada calon nasabah tentang syarat-syarat umum tabungan sirela, misalnya setoran awal, saldo minimum, dan lain sebagainya.
- c. Calon nasabah mengisi aplikasi pembukaan rekening, dan tanda tangan di bagian validasi. dengan menyerahkan foto copy identitas diri yang berlaku seperti KTP/SIM, serta menyetorkan simpanan pokok Rp. 25.000,- dan simpanan wajib Rp. 10.000,-
- d. Customer service meminta kartu identitas calon nasabah yang masih berlaku seperti KTP, SIM atau Paspor beserta setoran awal dengan simpanan pokok Rp. 25.000,- dan simpanan wajib Rp. 10.000,-
- e. Customer service mencatat nomor serta tanggal dikeluarkannya pada aplikasi pembukaan rekening.
- f. Customer service melakukan pembukaan rekening pada komputer
- g. Kemudian meminta nasabah untuk memberikan tandatangan pada buku tabungan sirela.
- h. Customer service memeriksa kecocokan tanda tangan nasabah dengan kartu identitas diri

- i. Setelah itu menyerahkan buku tabungan nasabah kepada bagian teller
  - j. Setelah diserahkan ke teller, baru transaksi. Kemudian keluar buku tabungan sirela dan diberikan kepada nasabah
2. Prosedur Penyetoran Tabungan Sirela
- a. Nasabah datang ke kantor BMT Al Hikmah cabang Babadan menemui bagian teller dan menjelaskan maksud kedatangannya, yaitu menabung produk sirela.
  - b. Teller meminta nasabah untuk mengisi slip setoran.
  - c. Nasabah menyerahkan slip setoran, buku tabungan, dan uang yang akan ditabung kepada teller.
  - d. Teller memeriksa tanda tangan dan keaslian uang dari nasabah.
  - e. Teller menginput data ke komputer.
  - f. Setelah sesuai datanya, memvalidasi slip setoran, teller mencetak buku tabungan.
  - g. Kemudian setelah selesai, menyerahkan buku tabungan tersebut kepada nasabah.
3. Prosedur Penarikan Tabungan Sirela
- a. Nasabah datang ke kantor BMT Al Hikmah cabang Babadan menemui bagian teller dan menjelaskan maksud kedatangannya, yaitu mengambil tabungan produk sirela.
  - b. Teller meminta nasabah mengisi slip penarikan.

- c. Nasabah menyerahkan slip setoran dan buku tabungan kepada teller.
  - d. Teller meminta kartu identitas nasabah.
  - e. Teller mengecek kartu identitas dengan dibandingkan pada slip penarikan.
  - f. Setelah sesuai datanya, memvalidasi slip penarikan, teller mencetak buku tabungan
  - g. Kemudian teller menyerahkan kartu identitas nasabah beserta buku tabungan dan uang yang diambil nasabah
4. Prosedur Penutupan Rekening Produk Sirela

Nasabah yang ingin menutup rekening Sirela harus memenuhi prosedur sebagai berikut:

- a. Nasabah datang ke kantor BMT Al Hikmah cabang Babadan (tidak boleh diwakilkan).
- b. Nasabah menemui customer service dan menjelaskan maksud kedatangannya, yaitu ingin menutup rekening Sirela.
- c. Bagian customer service menanyakan alasan mengapa nasabah tersebut ingin menutup rekening, dan sebisa mungkin customer service akan menyarankan kepada nasabah untuk tidak menutup rekening tersebut.
- d. Nasabah mengisi aplikasi permohonan penutupan rekening yang diberi materai.
- e. Customer service memeriksa kelengkapan aplikasi, kemudian meminta buku tabungan kepada nasabah untuk

dipotong yang menandakan bahwa buku tabungan tersebut sudah tidak bisa digunakan lagi.

- f. Nasabah diminta untuk membayar administrasi penutupan rekening sebesar Rp. 10.000,- bisa secara tunai maupun diambilkan dari saldo rekening Sirela. Semua sisa saldo dari rekening tersebut akan diambil oleh nasabah.

Selain prosedur di atas, penutupan rekening simpanan juga dapat terjadi secara otomatis dengan ketentuan simpanan yang bersaldo di bawah saldo minimum yaitu sebesar Rp. 10.000,- selama enam bulan berturut-turut tidak ada transaksi tunai akan dapat mengakibatkan ditutupnya simpanan oleh BMT Al Hikmah cabang Babadan dan saldo yang tersisa akan diperhitungkan sebagai biaya administrasi penutupan simpanan. Sedangkan simpanan dengan saldo minimal dan selama 12 bulan berturut-turut tidak ada transaksi tunai, maka rekening tersebut akan dimasukkan dalam kategori rekening non aktif.

Terhadap rekening non aktif, berlaku ketentuan sebagai berikut:

- 1) Tidak diberikan bagi hasil
- 2) Dapat diaktifkan kembali sewaktu-waktu apabila dikehendaki oleh penyimpan

### C. Tingkat Efektivitas Strategi Marketing Terhadap Produk Sirela di BMT Al Hikmah cabang Babadan

Nasabah merupakan bagian terpenting bagi BMT Al Hikmah cabang Babadan, karena jumlah nasabah menjadi tolok ukur keberhasilan dari usaha pemasaran dalam rangka menarik calon nasabah terutama nasabah potensial untuk dapat mengembangkan usaha guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Perkembangan jumlah nasabah yang mempercayakan dananya pada BMT Al Hikmah cabang Babadan dapat dilihat dari tabel:

Tabel 4.1

#### Perkembangan Nasabah Sirela

BMT Al Hikmah cabang Babadan Tahun 2013-2017

SIRELA		
Tahun	Jumlah Nasabah	Jumlah Saldo
2015	3926	4.789.849.875
2016	3361	592.852.424
2017	3808	5.689.443.712

Sumber: Data Jumlah Anggota dan Jumlah Saldo di BMT Al Hikmah cabang Babadan dari tahun ke tahun.

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari tahun 2015 sampai 2017 jumlah perkembangan nasabah sirela dan jumlah saldo di BMT Al Hikmah cabang Babadan tidak stabil. Dari tahun 2015-2016 BMT Al Hikmah cabang Babadan mengalami kemunduran sebanyak 565 nasabah dengan jumlah saldo yang turun drastis hanya sebesar 592.852.424. Tahun terakhir 2017

BMT Al Hikmah cabang Babadan sudah mulai menunjukkan perkembangan yang cukup pesat dengan meningkatnya jumlah nasabah sebanyak 447 nasabah. Walaupun jumlah nasabah sirela tahun 2017 tidak sebanyak tahun 2015, namun simpanan saldo meningkat drastis dengan sejumlah saldo sebesar 4.689.443.712 yang paling banyak daripada tahun-tahun sebelumnya. Peningkatan jumlah nasabah di tahun terakhir menunjukkan bahwa strategi marketing yang diterapkan oleh BMT Al Hikmah cabang Babadan sudah mulai berjalan dengan baik.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan yang telah penulis uraikan diatas mengenai strategi marketing pada produk SIRELA di BMT Al Hikmah cabang Babadan, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi marketing yang digunakan BMT Al Hikmah cabang Babadan untuk memasarkan produk sirela adalah sebagai berikut:
  - a. Strategi persiapan pribadi marketer, yang meliputi performa marketer, alat kerja, data pendukung, *planning* (perencanaan), dan komunikasi.
  - b. Penetapan target
  - c. Strategi *promotion mix* (bauran promosi), yang meliputi periklanan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*)
  - d. Strategi jemput bola
2. Dampak dari pengaruh strategi persiapan pribadi marketer, penetapan target, bauran promosi, dan sistem jemput bola menyebabkan jumlah nasabah pada tahun 2015-2017 tidak stabil, sebagaimana peningkatan jumlah nasabah di tahun terakhir yakni 2017 sudah mulai berjalan baik dengan meningkatnya jumlah nasabah sebanyak 447 nasabah. Serta

perkembangan simpanan yang meningkat drastis dengan jumlah saldo sebesar 4.689.443.712 paling banyak dari tahun-tahun sebelumnya. Peningkatan jumlah nasabah dan jumlah simpanan di tahun terakhir menunjukkan bahwa strategi marketing yang diterapkan di BMT Al Hikmah sudah semakin maju dan berkembang.

## **B. Saran**

Setelah penulis melakukan penelitian, menganalisis, dan menyimpulkan maka ada beberapa saran yang hendak penulis sampaikan sebagai berikut:

1. Untuk lebih mengoptimalkan jumlah nasabah, ada baiknya dalam kegiatan promosi BMT Al Hikmah cabang Babadan perlu menambah media dalam periklanan. Semisal menggunakan sosial media seperti Twitter, Instagram yang banyak digandrungi oleh masyarakat saat ini.
2. Dalam penghimpunan dana sirela alangkah baiknya BMT Al Hikmah lebih memperhatikan kuantitas marketing, dikarenakan jumlah nasabah yang banyak terkadang staff marketing tidak sempat untuk melakukan penarikan kepada semua nasabah.

## **C. Penutup**

Dengan segala kerendahan hati, penulis memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT, karena terselesaikannya Tugas Akhir ini tidak luput dari petunjuk dari dan hidayah-Nya. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, baik

dari isinya maupun dari segi susunan bahasanya. Semua itu terjadi karena keterbatasan yang ada pada diri penulis dan kebenaran hanya pada Allah SWT. Sehingga penulis akan sangat berterimakasih atas kritik dan saran yang bersifat membangun.

Untuk itu penulis mohon maaf atas semua kesalahan dan mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang membantu dan memberikan dorongan dan semangat selama penyusunan Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Terima kasih.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abbas Tashakkori dan Charles Teddlie, *Mixed Methodology*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010
- Amir Machmud dan H Rukmana, *Bank Syariah Teori Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*, Bandung: PT Gelora Aksara Pratama, 2010
- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: PT Grafindo Persada, 2008
- Bagong Suyanto dan Sutinah, *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*, Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2005
- Brosur Layanan Pembiayaan BMT Al Hikmah Ungaran
- Brosur Layanan Simpanan BMT Al Hikmah Ungaran
- Brosur Si Wadiah BMT Al Hikmah
- Company Profile of BMT Al Hikmah Ungaran
- E Saefuddin Mubarak, *Ekonomi Islam Pengertian Prinsip dan Fakta*, Bogor: In Media, 2014
- Gita Danupranata, *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba Empat, 2013
- Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, Bandung: PT Gelora Aksara Pratama, 2012
- Kasmir, *Pemasaran Bank Edisi Revisi*, Jakarta: Kencana, 2004
- M Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012

M Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, Solo: PT Era Adicitra Intermedia, 2011

Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*, Yogyakarta: UII Press, 2004

Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Gema Insani, 2011

Muhammad Syakir Sula dan Hermawan Kertajaya, *Syariah Marketing*, Jakarta: Mizan, 2005

Suparno, *Marketing Profesional*, Jakarta: Restu Agung, 2004

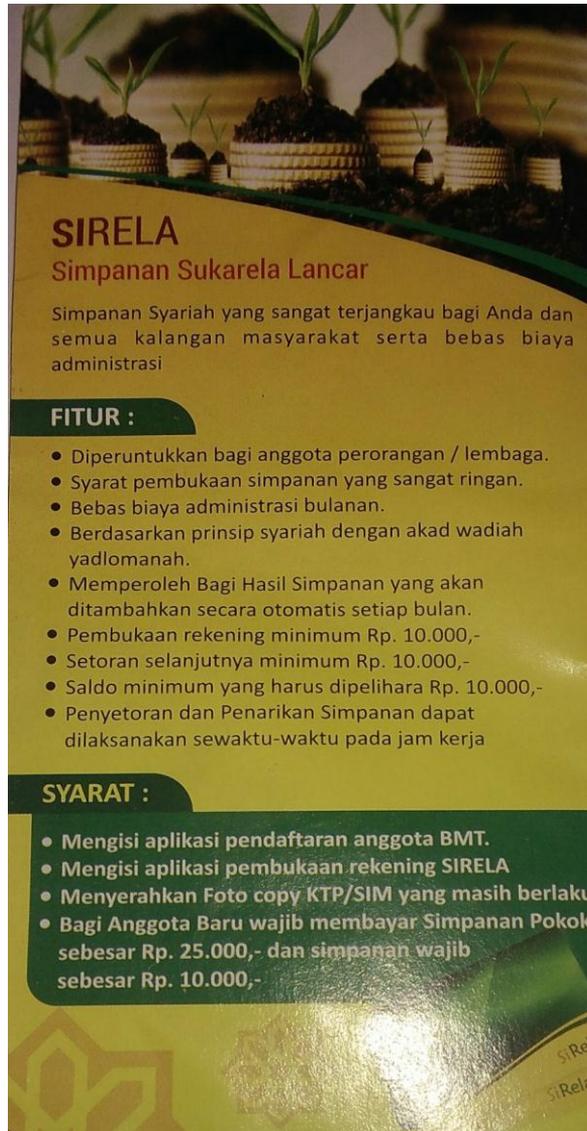
Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010

Hasil Wawancara:

Awing Fraptiyo, Kepala Cabang BMT Al Hikmah cabang Babadan

Nurul Huda Amrullah, Staff Marketing BMT Al Hikmah cabang Babadan

## Lampiran



**SIRELA**  
**Simpanan Sukarela Lancar**

Simpanan Syariah yang sangat terjangkau bagi Anda dan semua kalangan masyarakat serta bebas biaya administrasi

**FITUR :**

- Diperuntukkan bagi anggota perorangan / lembaga.
- Syarat pembukaan simpanan yang sangat ringan.
- Bebas biaya administrasi bulanan.
- Berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah yadlomanah.
- Memperoleh Bagi Hasil Simpanan yang akan ditambahkan secara otomatis setiap bulan.
- Pembukaan rekening minimum Rp. 10.000,-
- Setoran selanjutnya minimum Rp. 10.000,-
- Saldo minimum yang harus dipelihara Rp. 10.000,-
- Penyetoran dan Penarikan Simpanan dapat dilaksanakan sewaktu-waktu pada jam kerja

**SYARAT :**

- Mengisi aplikasi pendaftaran anggota BMT.
- Mengisi aplikasi pembukaan rekening SIRELA
- Menyerahkan Foto copy KTP/SIM yang masih berlaku
- Bagi Anggota Baru wajib membayar Simpanan Pokok sebesar Rp. 25.000,- dan simpanan wajib sebesar Rp. 10.000,-

SiRela



**BMT** <sup>K S P P S</sup> **AL HIKMAH**  
UNGERAN - KAB. SEMARANG

**Kantor Pusat :**

Jl. Jenderal Sudirman No.12 Lt.2, Mijen  
Gedanganak Ungaran Timur 50519

Telp/Fax 024-6924415 E-mail : [bmtalhikmahsmg@yahoo.co.id](mailto:bmtalhikmahsmg@yahoo.co.id)

Identitas Anggota  
( No. Rek, Nama, Alamat )




\_\_\_\_\_  
Petugas

## PRODUK KSPPS BMT AL HIKMAH

### A. Produk Simpanan

1. Si Relai ( Simpanan Sukarela Lancar )
2. Si Suka ( Simpanan Sukarela Berjangka )
3. Si Suqur ( Simpanan Persiapan Qurban )
4. SARAS ( Simpanan Anggota Rumah Sehat )
5. SIMPEL ( Simpanan Pelajar )
6. SIHAJI ( Simpanan Persiapan Haji )
7. SIWADIAH ( Simpanan Wajib Berhadiah )

### B. Produk Pembiayaan

1. Musyarakah ( MSA ) : Kerja sama saling memupuk modal
2. Mudharabah ( MDA ) : Kerja sama yang permodalannya dari BMT
3. Murabahah ( MBA ) : Jual beli barang dengan pembayaran tempo / Angsuran
4. Al Ijarah ( AI ) : upah dan sewa menyewa
5. Qordhul Hasan : Pembiayaan Kebajikan

Buku ini milik KSPPS BMT Al Hikmah. Apabila Ditemukan harap dikembalikan ke kantor KSPPS BMT Al Hikmah

Tanggal	Sandi	Mutasi		Saldo	PC
		Debet	Kredit		
		 <b>BMT<sup>K S P P S</sup> AL HIKMAH</b> UNGARAN - KAB. SEMARANG			
			1		
		 <b>BMT<sup>K S P P S</sup> AL HIKMAH</b> UNGARAN - KAB. SEMARANG			
			2		

Dengan ini saya sepakat mengizinkan KSPPS BMT Al Hikmah untuk memanfaatkan uang Simpanan Sukarela saya (guna pembiayaan yang bermanfaat menurut BMT) sejumlah posisi saldo yang ada pada setiap harinya dari selama uang saya ada tersimpan di BMT, berdasarkan prinsip wadiah yadliomamah (akad simpanan dengan jaminan keamanan BMT).

Besarnya bonus yang saya terima atas dasar akad wadiah yadliomamah tersebut telah saya sepakati, Syarat - syarat lain mengenai simpanan ini, saya bersedia tunduk dan mengikuti ketentuan-ketentuan di bawah ini :

#### KETENTUAN - KETENTUAN

##### A. Umum

1. Simpanan ini menggunakan prinsip wadiah yadliomamah.
2. Yang berhak menjadi anggota simpanan adalah perorangan dan lembaga dengan menyerahkan fotokopi KTP.
3. Anggota simpanan berhak mendapatkan buku simpanan ini sebagai bukti laporan atas mutasi rekening.
4. KSPPS BMT Al Hikmah akan membukukan segala bentuk transaksi debit, kredit maupun saldo pada rekening anggota simpanan. Mengenai data anggota simpanan tidak dapat diganti oleh data orang lain.
5. Simpanan wadiah ini diperuntukkan khusus bagi mata uang rupiah.
6. Apabila terdapat perbedaan mengenai saldo yang ada di buku simpanan dengan saldo yang tercatat pada pembukuan di KSPPS BMT Al Hikmah, maka yang dipergunakan adalah saldo yang ada di pembukuan KSPPS BMT Al Hikmah.
7. Jika buku simpanan ini hilang maka anggota simpanan diwajibkan untuk segera melaporkan ke KSPPS BMT Al Hikmah kemudian disusul dengan memberikan surat keterangan kehilangan dari kepolisian dan pihak KSPPS BMT Al Hikmah akan menerbitkan buku pengganti kepada anggota simpanan dengan dikenakan biaya administrasi sebesar Rp 5.000,-
8. Yang berhak menerbitkan buku simpanan pengganti dalam hal ini hanya pihak KSPPS BMT Al Hikmah.
9. Jika anggota simpanan meninggal dunia maka sisa saldo yang ada akan diserahkan kepada ahli waris yang sah menurut hukum yang berlaku.
10. Anggota simpanan berhak atas bonus yang telah ditentukan pada akhir bulan.
11. Apabila anggota simpanan ada perubahan atas tanda tangan atau alamat maka wajib memberitahukan kepada pihak KSPPS BMT AL - Hikmah.
12. Pihak KSPPS BMT Al Hikmah dalam hal ini dibebaskan atas segala tuntutan - tuntutan dan ganti rugi yang ditimbulkan karena kehilangan, pemalsuan, dan atau penyalahgunaan atas buku simpanan ini.

##### B. Penyetoran dan Penarikan

1. Penyetoran dan penarikan dapat dilakukan di seluruh kantor cabang KSPPS BMT AL Hikmah sesuai jam buka kas.
2. Setoran awal minimal Rp. 10.000,- (Sepuluh Ribu Rupiah) dan setoran selanjutnya minimal Rp. 10.000,- (Sepuluh Ribu Rupiah).
3. Saldo minimal simpanan Rp. 10.000,- (Sepuluh Ribu Rupiah).
4. Penarikan tunai lewat teller harus menunjukan buku simpanan dan KTP asli dengan mengisi slip penarikan yang telah disediakan.
5. Penarikan dapat dikuasakan terhadap seseorang dengan melampirkan surat kuasa yang sah bermaterai disertai dengan bukti diri yang sah dari pemberi dan penerima kuasa.

##### C. Bonus

1. Anggota simpanan akan mendapatkan bonus
2. Bonus akan ditambahkan secara otomatis ke rekening anggota simpanan disetiap akhir bulan

##### D. Penutupan Rekening Simpanan

1. Anggota simpanan berhak setiap saat menutup rekening simpanannya.
2. Pihak KSPPS BMT Al Hikmah akan melakukan penutupan rekening sesuai dengan permohonan jika anggota simpanan telah memenuhi semua kewajibannya.
3. Simpanan yang bersaldo minimal selama 6 bulan berturut - turut akan mengakibatkan ditutupnya simpanan oleh KSPPS BMT Al Hikmah dan saldo yang tersisa akan diperhitungkan sebagai administrasi simpanan.

---

Keterangan Sandi :	1. Seloran	4. Bonus	7. Bahas Sisuka
	2. Pengambilan	5. Pembetulan	8. Angsuran
	3. Pemindahbukuan	6. Pemindahan Saldo	9. Rupa - rupa

Jenis Simpanan :  Si Relasi    Si Suka    Si Suqur  
 Saras    Simpel    .....

Tanggal : .....

Nama Lengkap : .....

Tempat / Tgl. Lahir : .....

Jenis Kelamin :  Laki - laki    Perempuan

Jenis Identitas :  KTP    SIM

No. Identitas : .....

Pendidikan :  SD    SLTP    SLTA    PT    .....

Pekerjaan :  PNS    Pegawai Swasta    Wiraswasta  
 Pelajar/Mhs    TNI/POLRI    Lain - lain

Alamat : .....

Kelurahan : .....

Kecamatan : .....

Kota : .....

Telepon :  Rumah :    Kantor :  
 HP :

Ahli Waris : ..... Hubungan Keluarga : .....

Saldo Awal : Rp. ....

VALIDASI

DIISI OLEH			TANDA TANGAN Ungaran, .....
Pembuat	Pemeriksa	Persetujuan	

**KARTU VALIDASI**

No. Tab/Dep. :	
Jenis Tab/Dep. :	
Atas nama :	
No. KTP/SIM :	
Pekerjaan :	
Temp. & Tgl. lahir :	
Alamat rumah :	
Alamat kantor :	
Telepon :	
DIBUAT	DISETUJUI

**KARTU VALIDASI**

No. Tab/Dep. :	Tgl. dibuka :
Atas nama :	
Tanda tangan berikut : salah satu/keduanya *)	
Nama lengkap :	Tanda tangan :
Nama lengkap :	Tanda tangan :

\*) Coref salah satu



**BMT** K S P P S  
AL HIKMAH  
UNGARAN - KAB. SEMARANG

**SLIP PENARIKAN**

Tanggal ..... / ..... / .....

<b>JENIS PENARIKAN</b> <input type="checkbox"/> Si Rela <input type="checkbox"/> Si Wadhah <input type="checkbox"/> Si Suka <input type="checkbox"/> S. Pokok <input type="checkbox"/> Si Suqur <input type="checkbox"/> S. Wajib <input type="checkbox"/> Saras <input type="checkbox"/> MP <input type="checkbox"/> Simpel <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Si Haji <input type="checkbox"/>	Nama : ..... Alamat : ..... No. Rek. : ..... Cabang : .....	Jumlah Penarikan Rp. .... Terbilang .....
	Supervisor Kasir Tanda Tangan Penarik	Ket. : Lantai : BMT 2. Anggun



**BMT** K S P P S  
AL HIKMAH  
UNGARAN - KAB. SEMARANG

**SLIP PENARIKAN**

Tanggal ..... / ..... / .....

<b>JENIS PENARIKAN</b> <input type="checkbox"/> Si Rela <input type="checkbox"/> Si Wadhah <input type="checkbox"/> Si Suka <input type="checkbox"/> S. Pokok <input type="checkbox"/> Si Suqur <input type="checkbox"/> S. Wajib <input type="checkbox"/> Saras <input type="checkbox"/> MP <input type="checkbox"/> Simpel <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Si Haji <input type="checkbox"/>	Nama : ..... Alamat : ..... No. Rek. : ..... Cabang : .....	Jumlah Penarikan Rp. .... Terbilang .....
	Supervisor Kasir Tanda Tangan Penarik	Ket. : Lantai : BMT 2. Anggun



**BMT** K S P P S  
AL HIKMAH  
UNGARAN - KAB. SEMARANG

**SLIP SETORAN**

Tanggal ..... / ..... / .....

<b>JENIS SETORAN</b> <input type="checkbox"/> Si Rela <input type="checkbox"/> Si Wadhah <input type="checkbox"/> Si Suka <input type="checkbox"/> Simp. Pokok <input type="checkbox"/> Si Suqur <input type="checkbox"/> Simp. Wajib <input type="checkbox"/> Saras <input type="checkbox"/> Simsus <input type="checkbox"/> Simpel <input type="checkbox"/> Adm. Pemby <input type="checkbox"/> Si Haji <input type="checkbox"/>	Nama : ..... Alamat : ..... No. Rek. : ..... Cabang : .....	Jumlah Setoran Rp. .... Terbilang .....
	Supervisor Tanda Tangan Kasir Tanda Tangan Penyetor	Ket. : Lantai : BMT 2. Anggun



**BMT** K S P P S  
AL HIKMAH  
UNGARAN - KAB. SEMARANG

**SLIP SETORAN**

Tanggal ..... / ..... / .....

<b>JENIS SETORAN</b> <input type="checkbox"/> Si Rela <input type="checkbox"/> Si Wadhah <input type="checkbox"/> Si Suka <input type="checkbox"/> Simp. Pokok <input type="checkbox"/> Si Suqur <input type="checkbox"/> Simp. Wajib <input type="checkbox"/> Saras <input type="checkbox"/> MP <input type="checkbox"/> Simpel <input type="checkbox"/> Adm. Pemby <input type="checkbox"/> Si Haji <input type="checkbox"/>	Nama : ..... Alamat : ..... No. Rek. : ..... Cabang : .....	Jumlah Setoran Rp. .... Terbilang .....
	Supervisor Tanda Tangan Kasir Tanda Tangan Penyetor	Ket. : Lantai : BMT 2. Anggun

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **DATA PRIBADI**

Nama : Ifah Mufaricha  
Tempat Tanggal Lahir: Semarang, 10 Januari 1997  
Alamat : Tugurejo RT 04 RW 03 Tugu Semarang  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Status : Belum Menikah  
Nama Orang Tua : Nama Ayah : Basuki  
Nama Ibu : Mukti Rohmah  
Email : [imufaricha@gmail.com](mailto:imufaricha@gmail.com)

### **RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. Pendidikan Formal
  - a. SD Negeri Tugurejo 2 Semarang : Lulus Tahun 2009
  - b. SMP Negeri 31 Semarang : Lulus Tahun 2012
  - c. SMA Negeri 6 Semarang : Lulus Tahun 2015
  - d. UIN Walisongo Semarang : Lulus Tahun 2018
2. Pendidikan Non Formal
  - a. Magang di BMT Al Hikmah cabang Babadan, Ungaran
  - b. Magang di Bank Syariah Mandiri cabang Karangayu, Semarang