

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MASYARAKAT
MIJEN UNTUK MENABUNG
DI KSPS WALISONGO**



TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna
Memperoleh Gelar Ahli Madya dalam Ilmu Perbankan Syari'ah

OLEH :

WAHYU HIDAYAT
NIM : 052503029

**PROGRAM DIII PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH IAIN WALISONGO SEMARANG
2008**

Achmad Arief Budiman, M.Ag
Tembalang Pesona AsriL.19
Kramas, Tembalang, Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Tugas Akhir

An. Wahyu Hidayat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

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

Nama : Wahyu hidayat

NIM : 052503029

Judul : FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MASYARAKAT MIJEN UNTUK MENABUNG
DI KSPS WALISONGO SEMARANG

Dengan ini saya mohon kiranya Tugas Akhir saudara tersebut dapat segera diujikan.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb

Semarang, 05 Juni 2008

Pembimbing,

Achmad Arief Budiman, M.Ag
NIP 150 274 615

MOTTO

- ❖ *Kegagalan hanya sebuah kesuksesan yang tertunda*
- ❖ *Yakinlah bahwa segala yang allah telah berikan saat ini adalah yang terbaik untukku*

PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini kupersembahkan;

- Bapak dan ibu terhormat, yang bersama do'a dan pengharapan semoga Allah memberikan Rahmat, taufik, serta mengulurkan kasih sayang-Nya dan mengampuni segala dosa serta selalu melindungi. Amin.
- Untuk Dosen pembimbing yang selalu sabar memberi pengarahannya.
- Untuk seluruh keluarga besarku, terima kasih atas dukungan dan do'anya
- Untuk kakaku (mba yoyoh), yang menantikan kesuksesanku.
- Untuk kakakku mas Fahmi, Mas Ayip, Mas Salman atas bantuannya selama ini.
- Buat cintaku (de Lis) yang selalu menemaniku, makasih atas semuanya. Jadilah cahaya yang selalu menerangi gelapku.
- Untuk teman-teman D3 seangkatan 2005, jangan patah semangat, terus berjuang dan jangan lupain aku
- Untuk sobatku, Oemam dan Luthfan nggak ada kalian nggak seru. He.. 3x
- Teman-teman kost, selalu Kompak selalu, dan jaga kebersihan biar nggak dimarahi pak kos...
- Temen-temen magang yang senasib sepenanggungan, Semoga sukses
- Semua pihak yang telah membantu selama proses penulisan tugas akhir ini, hingga tugas akhir ini terwujud.

DEKLARASI

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

Semarang, 05 Juni 2008

Wahyu Hidayat

ABSTRAKSI

Minat menabung masyarakat Mijen di KSPS Walisongo Mijen Semarang
Masyarakat Mijen 50% kurang mengerti tentang Lembaga Keuangan syari'ah sehingga setelah didirikannya KSPS Walisongo penabung di KSPS Walisongo dari tahun ke tahun semakin meningkat pada tahun 2005 jumlah nasabah mencapai 195, tahun 2006 berjumlah 219, tahun 2007 145, dan pada pertengahan tahun 2008 mencapai 93 nasabah dengan adanya KSPS Walisongo membuat antusias masyarakat Mijen tertarik untuk menabung di Lembaga Keuangan Syari'ah.

Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat Mijen untuk menabung di KSPS Walisongo Mijen Semarang, Masyarakat menginginkan keuntungan bagi hasil dari tabungannya., Masyarakat mendapat sosialisasi dari pihak KSPS Walisongo media – media yang digunakan dalam sosialisasi antara lain :Sosialisasi Langsung : Metode Dor to Dor, Penyebaran Pamflet, Sosialisasi tak langsung, Spanduk, Reklame.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayahnya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini. Shalawat serta salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang senantiasa kita ikuti teladannya. Hanya dengan limpahan nikmat dan pertolongan serta bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, maka penulisan tugas akhir ini dapat terselesaikan meskipun masih jauh dari kesempurnaan.

Penulisan tugas akhir ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan kelulusan pendidikan Program Diploma III perbankan Syari'ah IAIN Walisongo Semarang. Di samping untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat mijen menabung di KSPS Walisongo Mijen Semarang, tiada kata yang pantas untuk disampaikan penyusun melainkan ucapan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang telah mendukung kelancaran dalam menyusun laporan tugas akhir ini, antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. H. Abdul Jamil, M.A., selaku Rektor IAIN Walisongo Semarang
2. Bapak Drs. H. Muhyiddin M.Ag selaku Dekan Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang
3. Bapak Dr. Imam Yahya, M.Ag, selaku ketua program D3 perbankan Syari'ah dan pembimbing penulisan tugas akhir.
4. Bapak kepala pimpinan KSPS Walisongo Mijen Semarang beserta stafnya.

5. Bapak ibuku tersayang serta semua keluarga yang selalu memberikan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini

Semoga Allah SWT memberikan balasan atas kebaikan yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam laporan ini masih jauh dari kesempurnaan, hal ini di karenakah adanya keterbatasan ilmu dan kemampuan yang penulis miliki. harapan penulis laporan ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Amin.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Semarang,05 juni 2008

Wahyu Hidayat
052503029

DAFTAR ISI

Halaman judul.....	i
Halaman persetujuan pembimbing.....	ii
Halaman pengesahan.....	iii
Halaman motto.....	iv
Persembahan.....	v
Halaman deklarasi.....	vi
Kata pengantar.....	vii
Daftar isi.....	ix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar belakang.....	1
B. Perumusan masalah.....	4
C. Tujuan	4
D. Manfaat penulisan.....	5
E. Kerangka pemikiran.....	5
F. Metode Penelitian.....	6
G. Sistematika Penulisan.....	7

BAB II GAMBARAN UMUM KOPRASI SIMPAN PINJAM SYARIAH

(KSPS) BMT WALISONGO SEMARANG

A. Sejarah berdirinya KSPS BMT Walisongo	9
B. Visi, misi KSPS BMT Walisongo.....	10
C. Produk – produk di KSPS BMT Syari’ah Walisongo.....	11

D. Struktur Organisasi.....	16
E. Pengelola usaha dan kinerja di KSPS Walisongo Semarang... ..	20
F. Persoalan yang dihadapi di KSPS Walisongo Semarang	24

BAB III PEMBAHASAN FAKTOR – FAKTOR YANG

MEMPENGARUHI MASYARAKAT MIJEN

A. Minat Menabung Masyarakat di KSPS Walisongo Mijen Semarang....	26
B. Faktor yang mempengaruhi masyarakat mijen untuk menabung di KSPS Walisongo Mijen Semarang.....	30

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	38
B. Saran.....	40

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kegiatan perbankan sebagai salah satu institusi perekonomian Islam, sebagaimana halnya seluruh aspek kehidupan manusia mengacu dan berlandaskan syari'at Islam, yaitu Al-Qur'an dan As-Sunnah. Oleh karenanya perbankan tidak dilepaskan dari nilai-nilai ajaran Islam yang terdiri atas tiga komponen, yaitu aqidah, syari'ah dan akhlak. Asas penetapan syari'ah sendiri adalah menghilangkan keberatan dan tidak menyulitkan, menciptakan kemaslahatan dan menciptakan keadilan, dimana perbankan syari'ah tersebut lazim dinamakan bank syari'ah.¹

Munculnya bank-bank syari'ah saat ini memang menggembirakan karena setidaknya ada nuansa baru dalam bisnis perbankan di Indonesia. Krisis multidimensi yang melanda Indonesia sejak pertengahan tahun 1997 masih meninggalkan dampak pada bisnis Indonesia, terutama perbankan nasional. Perbankan nasional harus menanggung *Non Performing Loans* (NPL) yang sangat besar akibat dari krisis yang menimpa sektor riil. *Non Performing Loans* ini tentu saja dapat mengganggu likuiditas, sehingga kepercayaan masyarakat menurun.

Krisis multidimensional yang melanda Indonesia tersebut telah membuktikan bahwa sistem bagi hasil memiliki ketahanan yang lebih menghadapi krisis. Bank Muamalah Indonesia sebagai bank yang berdasarkan

¹ Neni Sri Imaniah, *Hukum Ekonomi Dan Islam Dalam Perkembangan*, Bandung: Mandar Maju, 2002, hlm. 97

prinsip syari'ah dapat membuktikan pendapatan bagi hasil, dan margin yang positif pada saat yang sama bank-bank konvensional mengalami kerugian besar bahkan banyak diantaranya yang gulung tikar. Kenyataannya ini pula yang menjadi salah satu faktor utama dikeluarkan UU No. 10 tahun 1998. UU ini memberikan peluang yang seluas-luasnya bagi perkembangan perbankan syari'ah di Indonesia.²

Dalam perkembangannya itu supaya dapat menyentuh masyarakat menengah ke bawah, dibutuhkan bank dan lembaga keuangan syari'ah yang mampu menangani masyarakat menengah ke bawah. Sebagai bentuk nyatanya, lahirlah Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah (BPRS) dan Koperasi Simpan Pinjam Syari'ah (KSPS) yang ditunjukkan untuk menangani keuangan mikro.

M. Sholahuddin, SE. M.Si. dalam bukunya menyebutkan tujuan didirikannya BMT³:

1. Kebijakan Ekonomi Pemerintah yang kurang berpihak pada pemberdayaan ekonomi kerakyatan sehingga rasa keadilan dan kesejahteraan ekonomi umat masih jauh dari harapan
2. Belum banyak perbankan syari'ah yang bisa menyentuh sektor mikro
3. adanya sebagian masyarakat yang meragukan "kehalalan" bunga bank.
4. Meningkatkan pemberdayaan ekonomi khususnya dikalangan usaha kecil dan menengah melalui sistem syari'ah

² Ahmad Riawan Amin, *Bukan Alternatif Tetapi Solusi*, Jakarta: Modal, Januari 2003 hlm 12

³ M. Sholahuddin, SE.M.Si, *Lembaga Ekonomi dan Keuangan Islam*, Surakarta: MUP UMS, 2006, hlm. 75

5. mendorong kehidupan ekonomi syari'ah dan kegiatan usaha mikro UKM khususnya di Indonesia.
6. Meningkatkan kesadaran masyarakat untuk bermuamalah secara syari'ah dalam kehidupan kesehariannya termasuk dalam berbisnis.

Menyadari akan hal tersebut, dipandang perlu adanya suatu lembaga yang bisa melakukan pemberdayaan masyarakat lokal terutama pengusaha mikro dalam rangka meningkatkan kesejahteraan mereka, dan KSPS menjadi salah satu solusinya.

KSPS Walisongo sebagai salah satu lembaga keuangan syari'ah yang jangkauan usahanya melayani masyarakat kecil dan menengah, mempunyai usaha yang ditujukan untuk melayani nasabah yang menggunakan sistem syari'ah, diantaranya pola bagi hasil. Adapun pola bagi hasil yang digunakan oleh KSPS Walisongo misalnya dalam penghimpunan dana masyarakat yang menggunakan akad *mudharabah*. Penghimpunan dana tersebut ditujukan untuk mengumpulkan dana dari masyarakat yang nantinya disalurkan kembali dalam bentuk pembiayaan kepada masyarakat dan pada akhirnya menjadi sumber pendapatan KSPS.

Sebagai langkah awal bagaimana cara KSPS Walisongo Mijen, Semarang untuk mendapatkan nasabah yang mau menyimpan uang mengenalkan produk-produk simpanan yang menggunakan prinsip syari'ah, yaitu dengan menyimpan, mengizinkan KSPS Walisongo Semarang untuk mengelola uang yang disimpan untuk kegiatan KSPS Walisongo Semarang selama uang tersebut disimpan di KSPS Walisongo itu aman.

Meningkatnya penabung di KSPS Walisongo dari tahun ketahun semakin meningkat seperti pada tahun 2005 jumlah nasabah yang ada di KSPS Walisongo berjumlah 195 orang, pada tahun 2006 jumlah nasabah bertambah 219 orang, tahun 2007 bertambah lagi 145 orang, dan pada tahun 2008 yang baru menginjak setengah tahun mendapatkan nasabah 93 orang. Sehingga

Berdasarkan uraian diatas itulah yang menarik perhatian penulis untuk menjadikan penelitian dan pembahasan lebih lanjut kemudian dituangkan dalam bentuk tugas akhir dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MASYARAKAT MIJEN UNTUK MENABUNG DI KSPS WALISONGO SEMARANG”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulisan dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Sejauh manakah minat masyarakat Mijen untuk menabung di KSP Walisongo Mijen, Semarang?
2. Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi masyarakat Mijen untuk menabung di KSPS Walisongo Mijen, Semarang?

C. Tujuan

Tujuan dari penulisan laporan penelitian ini antara lain:

1. mengetahui seberapa besar minat masyarakat untuk menabung di KSPS Walisongo Mijen, Semarang

2. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat Mijen untuk menabung di KSPS Walisongo Mijen, Semarang

D. Manfaat Penulisan

1. Bagi Penulis
 - a. Untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan pendidikan Program D3 Perbankan Syari'ah.
 - b. Untuk mengetahui serta mendapatkan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang hendak dicapai.
2. Bagi KSP Walisongo

Dengan adanya penelitian ini dijadikannya sebagai koreksi untuk KSP Walisongo Mijen, Semarang.
3. Bagi Masyarakat
 - a. Dengan adanya penelitian ini masyarakat akan lebih mengenal tentang produk tabungan di KSP Walisongo Mijen, Semarang
 - b. Sebagai tambahan referensi dan informasi khususnya bagi akademisi dan praktisi

E. Kerangka Pemikiran

Sebagai acuan dalam penelitian ini penulis mempergunakan buku-buku yang membahas teori pemasaran diantaranya sebagai berikut:

1. Murti Sumarti: "Manajemen Pemasaran Bank" Edisi Revisi. Buku ini menjelaskan bahwa pemasaran ini mempunyai peranan yang sangat

penting dalam mengembangkan strategi-strategi pemasaran merupakan permintaan secara implisit maupun eksplisit perihal bagaimana merk atau lilin produk mencapai tujuannya. Disini dijelaskan bahwa strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-variabel segmentasi pasar, identifikasi, pasar sasaran positioning, bauran pemasaran. Jadi strategi pemasaran merupakan bagian-bagian dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen bank.

2. Makhalul Ilmi SM. “Teori dan Praktik Mikro Keuangan Syari’ah” menjelaskan tentang permasalahan dan alternatif solusi dan pemasaran produk dan jasa di BMT, strategi produk dan penghimpunan dana dengan ukuran-ukuran yaitu sederhana dalam arti mudah dalam permasalahan, pengelolaan dan penerapan sesuai dengan prinsip-prinsip syari’ah, tidak terlalu berisiko dalam memiliki nilai jual yang tinggi.
3. Muhammad Asis Hakim, Brief Case. “Book Edukasi Profesional Syari’ah Dasar dan Strategi Pemasaran Syari’ah” Buku ini menjelaskan definisi pemasaran syari’ah adalah bahwa dalam proses penciptaan penawaran maupun proses perubahan nilai tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan akad dan prinsip-prinsip muamalah dengan Islam

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan penulis gunakan adalah jenis penelitian lapangan (*field research*), yaitu *research* yang dilakukan di kancah atau

medan terjadinya gejala-gejala.⁴ Dengan tempat penelitian KSP Walisongo Mijen, Semarang.

2. Jenis Data

a) Data Primer

Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama. Data ini diperoleh secara langsung dari sumber. Yang diteliti dengan melakukan pengamatan dan wawancara terhadap masalah yang dihadapi.

b) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan untuk mendukung pembahasan materi dan diperoleh dari berbagai sumber. Contoh data sekunder misalnya: *Standar Operating Procedure (SOP)*

3. Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Yaitu penelitian melakukan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung.

b. Wawancara

Yaitu usaha mengumpulkan data dengan cara tanya jawab dengan para informan.

c. Dokumentasi

Yaitu pengumpulan data-data atau dokumentasi yang relevan dengan penelitian ini.

⁴ Prof. Dr. Sutrisno Hadi, M.A. *Metodologi Research* Jilid I, Yogyakarta, Andi, Edisi I, cet ke 30, 2000, hlm 10.

G. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan ini penulis menyusun tugas akhir atas 4 (empat) bab yang masing-masing terdiri dari:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dibahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM DAN KSPS BMT WALISONGO SEMARANG.

Bab ini berisi tentang profil KSPS BMT Walisongo Semarang, visi dan misi KSPS BMT Walisongo Semarang, Produk yang ditawarkan, Struktur Organisasi, Pengolahan usaha di KSPS BMT Walisongo Semarang dan persoalan yang akan dihadapi.

BAB III : PEMBAHASAN

Bab ini berisi pembahasan dari permasalahan penelitian yang diangkat yaitu:

- a. Minat menabung masyarakat di KSP Walisongo Mijen, Semarang.
- b. Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat Mijen untuk menabung di KSP Walisongo Mijen, Semarang
 1. Masyarakat menginginkan keuntungan bagi hasil dari tabungannya.

2. Masyarakat mendapat sosialisasi dari pihak KSP
Walisongo

BAB IV :PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan, saran dan penutup

BAB II

GAMBARAN UMUM KOPERASI SIMPAN PINJAM SYARI'AH (KSPS)

BMT WALISONGO SEMARANG

A. Sejarah Berdirinya KSPS BMT Walisongo

KSPS BMT Walisongo merupakan lembaga keuangan syari'ah yang berdiri atas perpaduan atau sinergi antara dua lembaga yang saling mendukung yaitu: lembaga akademisi (program D3 Perbankan Syari'ah Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang) dengan lembaga praktisi Koperasi Simpan Pinjam Syari'ah (KSPS Ben Taqwa Purwodadi) yang dimana dari pihak IAIN secara akademik menyiapkan mahasiswanya untuk bertindak lebih dalam mengembangkan wawasan tentang perbankan secara riil. Sedangkan KSPS BMT Ben Taqwa merupakan salah satu koperasi berbasis syari'ah yang menggeluti di bidang simpan pinjam sejak tahun 1997.

Secara manajemen KSPS BMT Walisongo masih dibawah kendali *Team Communitate Leader* KSPS BMT Ben Taqwa. Namun secara kelembagaan tanggung jawabnya dipegang penuh oleh pengurus BMT Walisongo sendiri. Untuk mewujudkan lembaga keuangan syari'ah ini dapat berkembang, maka diperlukan adanya Sumber Daya Insani (SDI) yang memadai dan dapat memotivasi perkembangan kedepannya.

Perkembangan asset maupun jumlah nasabah pembiayaan, khususnya nasabah murabahah di KSPS BMT Syari'ah Walisongo ini sudah cukup baik. Hal ini bisa dilihat dari mulai berdirinya usaha sampai sekarang. Tambahnya

pemberian asset dari pengurus yang semula asset awalnya sebesar Rp. 100.000.000,- per Mei ini menjadi Rp. 360.125.365,77,- prosentase rata-rata kenaikan asset ini kurang lebihnya 32% perbulannya. Keadaan seperti ini menjadi tolak ukur perkembangan usaha di BMT ini. Adapun jumlah nasabah murabahah di BMT Walisongo per Mei sekarang ini sebanyak 26 nasabah. Bagi permulaan suatu usaha dalam bidang keuangan, hal ini sudah termasuk bagus, mengingat pendirian BMT ini masih tergolong baru (belum genap setahun).

Koperasi simpan pinjam syari'ah (KSPS) BMT Walisongo yang tepatnya didirikan pada tanggal 28 September 2005, ini disahkan oleh wakil gubernur propinsi Jawa Tengah, Bapak Ali Mufidz. Namun KSPS ini belum mendapatkan izin sebagai badan hukum koperasi resmi yang dicatat di kepala kantor wilayah departemen dan pembinaan pengusaha propinsi Jawa Tengah, maka dari itu, KSPS BMT Walisongo untuk sementara izin resminya masih mengikuti badan hukum yang dinaungi KSPS BMT Ben Taqwa Purwodadi.

B. Visi, Misi KSPS BMT Syari'ah Walisongo

Visi yang diterapkan di KSPS BMT Walisongo adalah solusi terbaik pemberdayaan umat. Sedangkan misi KSPS BMT Walisongo adalah sebagai berikut:

- a) Pemberdayaan umat secara syari'ah
- b) Mengutamakan pelayanan umat dengan cepat, amanah, dan berintegritas
- c) Mengentaskan mustahiq menjadi muzaki

- d) Menjadikan KSPS BMT Syari'ah Walisongo sebagai pioner lembaga keuangan syari'ah pada segmen kecil dan kecil ke bawah.

Untuk mendukung visi dan misi diatas. KSPS BMT Walisongo Syari'ah juga menerapkan prinsi-prinsip, antara lain:

- a) Menjadikan BMT Walisongo sebagai lembaga dakwah
- b) Menjadikan insan-insan di BMT Walisongo sebagai mubaligh atau mubaligho
- c) Menjadikan kejujuran sebagai nilai yang dijunjung tinggi
- d) Melaksanakan kerja dengan kebersamaan dan persaudaraan
- e) Melakukan yang terbaik bagi BMT Walisongo sendiri.
- f) Dapat memecahkan masalah secara cepat dan melakukan perbaikan secara konstruktif.
- g) Bekerja secara efektif dan efisien
- h) Menghargai waktu dan tahu persis apa yang harus dikerjakan dan siap bersaing secara kompetitif.
- i) Memahami keinginan nasabah dan memberikan pelayanan yang terbaik
- j) Mendukung 100% keputusan yang telah dibuat.

C. Produk-Produk di KSPS BMT Syari'ah Walisongo

KSPS BMT Walisongo memiliki dua produk⁵ yang ditawarkan, yaitu: produk simpanan (tabungan) dan pembiayaan (kredit).

⁵ Brosur KSPS Walisongo (yang sudah diuraikan satu persatu)

A. Jenis-Jenis Produk Simpanan / Tabungan, sebagai berikut :

1. Simpanan Berjangka (SI JANGKA)

Produk simpanan ini di dasarkan pada prinsip syari'ah dengan Akad **Wadi'ah Yadhamanah** dan **Mudharabah**. Simpanan yang istimewa ini ditujukan kepada masyarakat (Anggota) yang ingin menginvestasikan dananya jangka waktu yang relatif lama.

➤ Jangka Waktu dan nisbah / perhitungan bagi hasil :

- 1 bulan Nisbah 31 : 69.
- 3 bulan Nisbah 34 : 66.
- 6 bulan Nisbah 37 : 63.
- 12 bulan Nisbah 40 : 60.

➤ Setoran awal minimum Rp. 1.000.000,-

Keuntungan :

- Tidak dibebani biaya Administrasi
- Dapat dipakai sebagai jaminan pembiayaan di BMT Walisongo
- Bisa ilayani dengan Antar-Jemput tabungan.

2. Simpanan Sukarela (SI RELA)

Simpanan yang hebat ini merupakan simpanan anggota yang berdasarkan Akad Wadi'ah Yadhamanah dan Mudharabah. Atas seijin penitip dana yang disimpan pada rekening. Si Rela dapat dimanfaatkan oleh BMT.

➤ Penarikan maupun penysetoran dari produk Si Rela dapat dilakukan oleh pemegang rekening setiap saat / waktu-waku.

- Setoran awal minimum Rp. 15.000,-
- Setoran selanjutnya minimum Rp. 2.000,-
- Perhitungan Bagi hasil dihitung per saldo rata-rata harian, dengan Nisbah 20 : 80

Keuntungan :

- Tidak dibebani biaya Administrasi
- Dapat diambil sewaktu-waktu
- Bisa dilayani dengan Antar-Jemput tabungan.

3. Simpanan Amanah

Simpanan amanah adalah investasi dana yang diperuntukkan untuk tabungan Qurban dan tabungan Idul Fitri.

- Setoran awal minimum Rp. 15.000,-
- Perhitungan Bagi hasil dihitung per saldo rata-rata harian, dengan Nisbah 20 : 80
- Dapat diambil pada waktu Idul Adha dan Idul Fitri

4. Simpanan Haji

Simpanan Haji adalah investasi dana yang diperuntukkan untuk tabungan Haji. Dan apabila saldo telah mencukupi untuk pendaftaran ongkos naik Haji bias langsung di daftarkan.

- Setoran awal minimum Rp. 500.000,-

5. Simpanan Beasiswa :

Simpanan Beasiswa adalah investasi dana yang diperuntukkan untuk tabungan bagi pelajar dan mahasiswa.

- Setoran awal minimum Rp. 15.000,-
- Setoran selanjutnya minimum Rp. 2.000,-

B. Produk Pembiayaan

KJKS BMT Walisongo memberikan pelayanan pembiayaan sesuai dengan kebutuhan masyarakat (anggota), akad pembiayaan antara lain :

1. Akad Mudharabah dan Musyarakah

Akad mudharabah dan musyarakah digunakan untuk modal usaha dengan menggunakan perhitungan (Bagi hasil)

- Al Mudharabah

Yaitu bentuk kerja sama antara dua pihak atau lebih, dimana pemilik modal (shahibul maal) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (mudharib) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan.

- Al Musyarakah

Yaitu semua bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih di mana mereka secara bersama-sama mencampurkan dana atau memadukan seluruh bentuk sumber daya, baik yang berwujud maupun tidak berwujud dengan tujuan untuk pembagian keuntungan.

2. Akad Murabahah dan Bai' Bithaman Ajil

Akad murabahah dan bai' bitaman ajil digunakan untuk investasi (Jual Beli)

- Al Murabahah

Yaitu transaksi jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli, karakteristiknya adalah penjual harus memberitahu harga produk yang ia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya.

- Al Ijarah Mumtaha Bit Tamlik

Yaitu suatu transaksi yang dilandasi adanya perpindahan manfaat atau sewa beli yang diikuti dengan berpindahnya kepemilikan.

3. Akad Ijarah

Akad ijarah digunakan untuk Sewa Barang/Jasa Ijarah

Akad Rahn

4. Akad Rahn digunakan untuk Jasa Gadai

1. Al Rahn (Gadai)

Yaitu pemberian pinjaman dengan agunan barang gadai.

Persyaratan umum

1. Beragama Islam
2. Memiliki usaha dan pekerjaan tetap
3. Mengisi formulir pengajuan pembiayaan
4. Fotocopy KTP Suami-Istri 3 lembar
5. Fotocopy KK 1 lembar
6. Fotocopy Jaminan :

- Sertifikat dan SPPT (pajak tanah)+PBB (Pajak Bumi dan STNK
1 bendel.
- Bersedia di survei

D. Struktur Organisasi

Struktur organisasi pada BMT Walisongo Semarang telah menunjukkan garis wewenang dan garis tanggung jawab secara sederhana, fleksible dan tegas sehingga mencerminkan pemisahan fungsi dengan jelas. Uraian kerja antar bagian pada Lembaga sehubungan dengan proses pemberian pembiayaan adalah sebagai berikut: .

Kepengurusan dari struktur organisasi KJKS BMT Walisongo adalah sebagai berikut :

Pengawas	: Drs. Nafis, M.A.
Anggota	: Drs. H. Satriyan Abd. Rahman Dr. Abu Hapsin, Ph.D.
Ketua	: Prof. Dr. H. Muhibbin
Sekretaris	: Dr. Imam Yahya, MA
Wakil Sekretaris	: M. Saefullah, M.Ag
Bendahara	: Dra. Hj. Mujibatun
Manager Walisongo	: Nuryanto, SH
Pemasaran	: Didik Setyo Hanggono : Hafidhoh
Pembukuan	: Hafidhoh
Teler	: Siti Nur Amiin

Tugas dan wewenang dari masing-masing susunan struktur organisasi diatas adalah sebagai berikut:

1. Manager

Mempunyai fungsi sebagai pengelola asset dan manajemen asset di KSPS BMT Syari'ah Walisongo. Adapun tugas seorang manajer adalah sebagai berikut:

- Memotivasi karyawan atau staf-stafnya
- Menjalankan pencapaian target atas landing maupun funding yang sudah ditargetkan
- Mengadakan breefing dan evaluasi setiap harinya
- Membuat suasana yang islami
- Membuat draft pencapaian target secara periodic

Wewenang seorang manajer adalah sebagai berikut:

- Sebagai pengambil keputusan atas masalah-masalah yang terjadi di KSPS Syari'ah BMT Walisongo
- Mengadakan evaluasi terhadap kinerja bawahannya
- Menyetujui pembiayaan sesuai dengan ketentuan yang berlaku
- Membuat rencana jangka pendek
- Mendelegasikan tugas dan wewenang kepada yang ditunjuk

2. Bagian Teller

Bagian teller berfungsi sebagai yang memberikan pelayanan kepada nasabah, baik penabung maupun peminjam. Tugas dari seorang teller adalah sebagai berikut:

- Memberikan pelayanan terbaik kepada anggota ataupun nasabah, baik untuk hal penarikan maupun penyetoran
- Menghitung keadaan keuangan atau transaksi setiap harinya
- Mengatur dan mempersiapkan pengeluaran uang tunai yang telah disetujui manajer
- Menandatangani formulir serta slip dari anggota atau nasabah serta mendokumentasikannya
- Melaporkan hasil transaksi setiap harinya ke pusat (BMT Ben Taqwa)
- Mengirim dan menyerahkan laporan keuangan ke bagian akuntansi pusat

Wewenang seorang teller adalah sebagai berikut:

- Mengatur pola administrasi secara efektif
- Mengajukan pengeluaran kas kepada manajer
- Menunda penarikan bila persyaratan yang diberikan kurang
- Mengeluarkan dana operasional

3. Bagian Pembukuan

Tugas dari seorang pembukuan adalah sebagai berikut:

- Menandatangani administrasi keuangan, menghitung bagi hasil (basil) serta menyusun laporan keuangan
- Melaksanakan kegiatan pelaksanaan kepada peminjam, serta melakukan pembinaan agar pembiayaan tidak macet.
- Menyusun laporan keuangan secara periode

4. Bidang Pemasaran (Marketing)

Fungsi utama seorang marketing adalah mencari dana (*funding*) dan mengalokasikan dananya ke masyarakat. Adapun tugas dari seorang marketing adalah sebagai berikut:

- Menjalankan tugas lapangan yaitu: menawarkan produk-produk dari KSPS Walisongo Semarang
- Membuka daftar kunjungan kerja harian dalam sepekan mendatang dan pada akhir pekan berjalan
- Mengatur rute kunjungan ke nasabah perhariannya
- Membuat laporan harian pemasaran individual untuk *funding*, *landing* dan konfirmasi kepada manajer
- Melakukan pendataan nasabah potensial, baik perorangan maupun pimpinan jami'iyah pengajian yang akan dikunjungi
- Melakukan pembinaan hubungan yang baik dengan nasabah melalui bantuan konsultasi bisnis, diskusi manajemen maupun bimbingan pengelolaan keuangan sesuai block system masing-masing marketer
- Melaporkan kepada manajer tentang kendala-kendala yang dihadapi.⁶

E. Pengelolaan Usaha dan Kinerja di KSPS Walisongo Semarang.

1. Pengelolaan Usaha di KSPS Walisongo Semarang

KSPS Walisongo merupakan suatu lembaga keuangan syari'ah yang menggunakan sistem bagi hasil yang sesuai dengan hukum Islam, baik

⁶ Profil Company KSPS Walisongo Semarang

dalam kegiatan *Bait at-Tamwil* (kegiatan ekonomi produktif) maupun pada kegiatan *Baitul Mall*. Ruang lingkup kegiatan pengelolaan usaha di KSPS Walisongo yaitu pada bidang keuangan yang dimana dari pihak BMT menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan (tabungan) dan menyalurkan dananya tersebut ke masyarakat melalui produk pembiayaan (kredit).

Pada dasarnya sistem operasional yang ada di lembaga keuangan syari'ah misalnya: di BMT menggunakan konsep muamalat dan tidak menggunakan unsur riba. Maksudnya, kedua belah pihak (pihak BMT dan nasabah) sama-sama menanggung resiko pada proyek yang dijalankan. Jika keduanya memperoleh keuntungan, maka bagi hasil yang akan diberikan harus sesuai dengan porsi yang sudah disepakati. Begitu juga sebaliknya, apabila keduanya mengalami kerugian, maka keduanya harus menanggung kerugiannya secara bersama-sama.

Dalam pencapaian strategi pada pengelolaan sektor internal (kantor), KSPS Walisongo melakukannya dengan cara memaksimalkan potensi Sumber Daya Insani (SDI) para karyawan atau karyawati KSPS Walisongo dengan skala prioritas melalui:

a. Penanaman doktrin kelembagaan

Dengan memposisikan karyawan dan karyawatnya sebagai mubalighat atau mubalighah. Jadi selain menguasai teori-teori maupun praktik, para karyawan juga harus menguasai pendidikan islam yang sesuai

dengan syari'at islam. Mengingat basic dari lembaga ini sesuai dengan kaidah Islam.

b. Penanaman doktrin pribadi

Pada penanaman doktrin pribadi ini, satu persatu dari para karyawan diberikan pengarahan yang konstruktif.

c. Penanaman doktrin profesional

Setiap karyawan maupun karyawan harus menjadi pelayanan para nasabah. Maksudnya, melayani nasabah dengan mengutamakan *home banking* dan kecepatan dalam proses pelayanan.⁷

Pengelolaan usaha di KSPS Walisongo juga menerapkan rencana anggaran dan biaya (*Budgeting*). Rencana tersebut yaitu: rencana yang akan dilaksanakan di masa yang akan datang dan dirumuskan secara bersama-sama oleh pimpinan dan karyawan untuk memperlancar tugas-tugas manajemen (*facilitating*) dan fungsi perencanaan dan pengawasan. *Budgeting* mempunyai dua konsep antara lain: kompherensip profit planning control, yaitu konsep yang bersifat kualitatif dan *butget* dalam arti sempit yang memuat aspek kuantitatif saja.

Cara dan mekanisme konsep budget antara lain:

- Perencanaan

Yaitu *tool of planning* yang menjadi bagian dari corporate strategi dan juga mengandung filosofi perusahaan.

⁷ Ibid, hlm 12

- **Sterwarship**

Merupakan arah dan tujuan yang akan dicapai untuk mengarahkan semua kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan.

- **Koordinasi**

Yaitu mekoordinir semua sumber daya, dana yang baik ada dalam perusahaan, sehingga searah dengan tujuan perusahaan.

- **Pengawasan**

Merupakan manajemen by objective dan control by budget.

- **Pelaporan**

Yaitu pelaporan yang dibuat manajemen tentang realisasi yang dicapai perusahaan dan harus sebanding dengan budget, sehingga akan diketahui penyimpangannya dan manajemen akan melakukan tindak lanjut akibat terjadinya penyimpangan itu sendiri.

2. Sistem Kinerja di KSPS Walisongo

a. Sistem satu arah (*Insidentil*)

Dana masyarakat yang diterima, didistribusikan secara serentak kepada masyarakat dengan skema prioritas micro economic.

b. Sistem *Feed back*

Pada sistem ini, lembaga pengelolaan dana masyarakat berfungsi sebagai fasilitator bagi masyarakat yang membutuhkan dana, sehingga dana dapat diupayakan sebagai modal pengembangan usaha menuju kemandirian dan diharapkan apabila tercapai keuntungan dari usaha

masyarakat yang menggunakan dana tersebut dapat memperoleh *income* sebagai pengembangan kas operasional.

c. Sistem Pilot Proje

Yaitu usaha bersama antara lembaga pengelola dana masyarakat yang direncanakan dan dikelola dengan cara bagi hasil.

3. Strategi Pengembangan Bisnis KSPS Walisongo.

Agar suatu produk dapat berhasil di pasar, maka diperlukan suatu strategi dan praktik pemasaran yang matang, terarah dan komprehensif. Sehingga produk dinikmati oleh konsumen. Maka dari itu, ada penekanan hubungan antara perusahaan dengan lingkungan bisnisnya, yang meliputi pesaing, (*competitor*), pelanggan (*Customers*), dan perubahan kondisi eksternal (*change*). Beberapa konsep tersebut menyatakan bahwa, perubahan kondisi eksternal (kondisi makro ekonomi dan perubahan teknologi), perilaku pesaing dan perilaku pelanggan yang akan membentuk persaingan yang tajam, sehingga perusahaan harus peka terhadap perubahan-perubahan tersebut dan perilaku perusahaan harus disesuaikan dengan lingkungan bisnisnya. Karena esensi bisnis adalah memenuhi kebutuhan pelanggan dan mengalahkan pesaing. Jika perilaku tidak disesuaikan, maka besar kemungkinan perusahaan akan ditinggalkan oleh pelanggannya dan pangsa pasar yang dikuasai akan direbut pesaing. Dalam kerangka strategi pemasaran, perusahaan perlu memperhatikan konsep 4 C yaitu: *Company*, *Customer*, *Change*, dan *Competitor*. Akan tetapi, strategi yang diterapkan harus tetap mengacu pada *Standar*

Operating Procedures (SOP) yang berlaku, serta menganut prinsip-prinsip yang menjadi identitas korporat BMT itu sendiri.

F. Persoalan yang dihadapi di KSPS Walisongo Semarang

Persoalan yang dihadapi oleh KSPS Walisongo Semarang adalah adanya pemenuhan target dari pengurus, yang mana dari pada setiap bulannya pengurus mempunyai tuntutan target yang diberikan kepada pihak pengelola agar dapat memenuhi target tersebut. Namun semenjak KSPS Walisongo berdiri tepatnya tanggal 28 September 2005 sampai bulan Mei 2006 ini ternyata belum bisa memenuhi target yang diberikan pengurus. Dikarenakan antara target yang diberikan pengurus dengan realisasi pemberian dana *landing* kepada nasabah terdapat selisih yang sedikit.

Ada juga masalah lain yang menjadi persoalan di KSPS Walisongo ini yaitu: kurangnya karyawan di KSPS Walisongo ini, karena tugas dan fungsi dari para karyawan tersebut terkadang *double job*. Maksudnya, karyawan merangkap dua pekerjaan sekaligus. Misalnya, fungsi pembukuan merangkap menjadi marketing. Kinerja seperti ini menjadi kendala yang sangat riskan sekali di KSPS Walisongo. Karena dapat dimungkinkan membawa pengaruh atau masalah besar bagi kinerja karyawan di KSPS ini.

Kendala lain yang menjadi persoalan di KSPS Walisongo yaitu, adanya masalah dalam memasarkan produk-produknya. Bagian pemasaran (*Marketing*) secara langsung harus terjun ke masyarakat sekaligus bersosialisasi menawarkan produk-produknya dengan cara *door to door*.

Karena banyaknya masyarakat yang belum mengetahui kalau ternyata diwilayahnya terdapat koperasi simpan pinjam yang berbasis syari'ah. Maka dari itu, sikap loyalitas seorang marketing dalam ikut mengembangkan KSPS selanjutnya harus ditingkatkan. Kendala lain yang menjadi faktor kelemahan seorang marketing adalah letak geografis yaitu jarak antara nasabah satu nasabah yang lain terlalu jauh. Terkadang juga keadaan cuaca kurang kondusif membuat seorang marketing harus selalu siap terhadap situasi dan kondisi yang nantinya.⁸

Pihak-pihak terkait (pengelola maupun karyawan) yang ada di KSPS Walisongo juga harus bisa bersikap ramah terhadap para nasabahnya. Karena dengan sikap yang seperti itu, setidaknya bisa menjadi tolak ukur para nasabah terhadap masing-masing individu para karyawan yang ada di KSPS Walisongo dan nasabah juga akan merasa dihargai dengan adanya sikap seperti itu.

⁸ Wawancara dengan Bagian Marketing (Mas Samsul Ma'arif)

BAB III
PEMBAHASAN
FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MASYARAKAT MIJEN
UNTUK MENABUNG DI KSPS WALISONGO

A. Minat Menabung Masyarakat di KSPS Walisongo Mijen Semarang

Segmentasi pasar merupakan suatu *falsafah* yang berorientasi pada konsumen. Jadi, KSPS yang berorientasi pada nasabah akan membagi pasarnya ke dalam segmen – segmen pasar tertentu dimana masing – masing segmen bersifat homogen. Homogenitas masing – masing segmen tersebut disebabkan oleh adanya perbedaan – perbedaan dalam kebiasaan masyarakat menabung, cara masyarakat memanfaatkan suatu Lembaga Keuangan, dan tujuan masyarakat dalam memanfaatkan Lembaga Keuangan yang ada.⁹

Prosedur yang digunakan untuk mengidentifikasi segmentasi utama dalam suatu pasar ada tiga prosedur, yaitu :

1. Tahap Survei: periset menyelenggarakan wawancara untuk mencari penjelasan dan memutuskan perhatian terhadap Kelompok untuk memperoleh pandangan terhadap motivasi konsumen, sikap dan perilaku konsumen untuk menabung.
2. Tahap Analisis: periset menggunakan analisis faktor pada data untuk membuang variable yang berkorelasi tinggi. Kemudian menganalisis kelompok untuk menghasilkan penetapan jumlah segmentasi maksimum.

⁹ Drs. Basu Swasta. DH,M.B.A, *Azas Marketing*, Yogyakarta : liberty Yogyakarta, 1999, Hlm. 63

3. Tahap Pembentukan: masing – masing kelompok di bentuk dengan persyaratan perbedaan sikap, perilaku, demografi, psikografi dan kebiasaan masyarakat.

Dengan menyatukan program pemasaran yang ditujukan ke segmen - segmen pasar yang dituju, manajemen dapat melaksanakan kegiatan pemasaran dengan lebih baik dan dapat menggunakan sumber – sumber pemasaran secara lebih efisien. Bagi Lembaga Keuangan dengan sumber – sumber yang sangat terbatas dapat ikut bersaing dalam segmen pasar tertentu.

Secara terperinci dapat dikatakan bahwa segmentasi pasar dapat membantu manajemen dalam :

1. Menyalurkan uang dan usaha ke pasar potensial yang paling menguntungkan.
2. Merencanakan produk yang dapat memenuhi permintaan nasabah.
3. Menentukan cara – cara promosi yang paling *efektif* bagi perusahaan.
4. Memilih media *advertensi* yang lebih baik dan menentukan bagaimana mengalokasikan anggaran secara lebih baik ke berbagai macam media.
5. Mengatur waktu yang sebaik – baiknya dalam usaha promosi.

Munculnya Instansi atau lembaga keuangan dalam perekonomian di Indonesia sangat meningkat pada saat ini. Dengan adanya Lembaga Keuangan yang berbasis konvensional dan syari'ah, yang mana kedua lembaga tersebut dalam penerapan atau aplikasi pada operasionalnya berbeda. Pada lembaga keuangan yang berbasis syari'ah menggunakan system bagi hasil atau **BASIL**.

Sedangkan pada Lembaga Keuangan Konvensional menggunakan system bunga. Produk-produk yang ditawarkan juga berbeda.

Lembaga Keuangan Syari'ah, KSPS Walisongo berperan aktif dalam memperbaiki dan mengembangkan perekonomian umat yang ditujukan dalam kegiatan utamanya yaitu penghimpunan dana dan penyaluran dana dalam bentuk tabungan yang dijalankan sesuai dengan syariat islam.

Selain itu sebagai salah satu dari system ekonomi syari'ah, KSPS Walisongo juga harus berdasarkan operasionalnya pada kaidah – kaidah *fiqh Muamalah* yang ada. Sehingga dalam menawarkan produk Tabungan kepada masyarakat dapat mengikuti apa yang telah digariskan oleh ketentuan *Fiqh* karena pada dasarnya adalah permasalahan *Khilafiyah*. Dan akan sangat wajar apabila ditemukan berbagai macam kekurangan. Meskipun demikian, paling tidak KSPS Walisongo telah mengikuti salah satu pendapat dari berbagai pendapat yang ada dalam ketentuan *Fiqh*.

KSPS Walisongo mempunyai tugas pokok sebagai lembaga *intermediary*, yaitu suatu lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat melalui produk tabungan kepada masyarakat luas atau sektor dunia usaha yang ingin menempatkan uangnya di KSPS Walisongo baik dalam bentuk tabungan atau deposito.

Produk Tabungan merupakan salah satu kegiatan utama dan menjadi sumber utama penghimpunan dana di KSPS Walisongo. Namun, disisi lain produk Tabungan tersebut dapat menjadi penyebab utama kegagalan KSPS

tersebut. Jika tidak dibarengi dengan pemberian pembiayaan kepada masyarakat.

Oleh karena itu, dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat dan sekaligus ikut membantu perekonomian umat didirikanlah KSPS Walisongo untuk membantu dan memudahkan keinginan masyarakat yang ada di Wilayah Mijen dan sekitarnya dalam hal menabung dan keperluan-keperluan lainnya seperti pembiayaan.

Karena selama ini masyarakat Mijen 50% kurang mengerti tentang Lembaga keuangan syari'ah sehingga setelah didirikannya KSPS Walisongo penabung di KSPS Walisongo dari tahun ke tahun semakin meningkat pada tahun 2005 jumlah nasabah mencapai 195, tahun 2006 berjumlah 219, tahun 2007 145, dan pada pertengahan tahun 2008 mencapai 93 nasabah dengan adanya KSPS Walisongo membuat antusias masyarakat Mijen tertarik untuk menabung di Lembaga Keuangan Syari'ah.

Setelah didirikannya KSPS Walisongo, masyarakat Mijen lebih mengenal konsep perbankan syari'ah dan keinginan masyarakat menabung di KSPS Walisongo lebih besar dari pada Lembaga Keuangan Konvensional. Terbuktinya dengan berpindahannya nasabah dari lembaga keuangan konvensional yang ada di sekitar Mijen dan mempercayakan KSPS Walisongo sebagai tempat menabung yang berprinsip syari'at islam.

B. Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Mijen Untuk Menabung Di KSPS Walisongo Mijen Semarang.

1. Masyarakat menginginkan keuntungan bagi hasil dari tabungannya.

Kepuasan nasabah akan sangat bergantung pada kinerja penawaran dibanding dengan harapan. Seperti halnya bagi hasil yang cukup tinggi dibandingkan dengan Lembaga Keuangan yang lainnya.

Seperti yang ditawarkan oleh KSPS Walisongo dalam pembagian bagi hasil yang cukup tinggi, seperti :

Jenis Simpanan	BAGSIL Nasabah	BAGSIL KSPS	BAGSIL Disetarakan dengan (%)
Simpanan suka rela (sirela)	80	20	0,29
Deposito			
3 bulan	69	31	1,023
6 bulan	66	34	1,122
12 bulan	63	37	1,221

Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectations*) jika kinerja dibawah harapan, nasabah tidak puas. Kalau kinerja sesuai dengan

harapan, maka nasabah puas jika kinerja melampaui harapan, maka nasabah akan sangat puas, senang atau bahagia.¹⁰

a. Memantau Kepuasan Pelanggan

KSPS harus melakukan pemantauan kepuasan pelanggan atau nasabah agar selalu terjalin hubungan kemaslahatan, beberapa metode untuk membantu kepuasan nasabah tersebut adalah :

1) Sistem Keluhan Dan Sarana

KSPS harus menyediakan kotak saran di tempat yang mudah dijangkau oleh nasabah, lebih baik lagi, bagi nasabah yang ingin memberikan saran telah disediakan formulir sehingga nasabah mengisi beberapa formulir yang berisikan wawasan nasabah, menyediakan tetapi bebas pulsa yang memudahkan nasabah melakukan kontak dengan baik.

2) Survei Kepuasan Nasabah

Tingkat keluhan nasabah belum mencerminkan ukuran kepuasan pelanggan (nasabah). Lembaga keuangan yang responsive mengukur kepuasan nasabah yang mengadakan survey berkala atau mengirim akar pertanyaan atau juga menerapkan para nasabah baru untuk mendengar reaksi mereka terhadap kinerja Lembaga Keuangan dan kinerja pesaing Lembaga Keuangan.

¹⁰ Murti Sumarni. Manajemen Pemasaran Bank edisi revisi,Liberti: Yogyakarta 2002. hal 17

3) Pembelanja Hantu (*ghost stopper*)

Lembaga Keuangan dapat mengirimkan petugas untuk berpura – pura untuk menjadi nasabah lembaga keuangan pesaing dan kemudian membandingkan layanan Lembaga Keuangan pesaing dengan pelayanan Lembaga Keuangan itu sendiri.

4) Nasabah Yang tidak Menabung Lagi

Apabila lembaga Keuangan kehilangan pelanggan/nasabah, maka Lembaga Keuangan harus berupaya untuk mengetahui mengapa mereka tidak lagi kepada Lembaga Keuangan, apakah tarif jasa terlalu mahal, produk kurang dapat diandalkan atau pelayanan kurang memuaskan.

b. Strategi Pemasaran Untuk Memuaskan Nasabah

Kepuasan nasabah berhubungan erat dengan keadaan produk jasa Lembaga Keuangan Syari'ah yang ditawarkan dan pelayanan yang diberikan Lembaga Keuangan Syari'ah. Keadaan produk terkait dengan kualitas produk tersebut. Dalam hal ini, kualitas merupakan jaminan terbaik kesetiaan nasabah. Kualitas yang lebih tinggi menghasilkan kepuasan nasabah yang lebih tinggi, sekaligus mendukung harga lebih tinggi dan sering juga biaya yang lebih rendah. Oleh karena itu program penyempurnaan kualitas (*Quality Improvement Program*) pada umumnya meningkatkan profitabilitas.¹¹

¹¹ Muhammad Taufiq Amir. *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*. PT Raja Grafindo Persada : Jakarta hal 53

Strategi yang dilakukan Lembaga Keuangan Syari'ah adalah :

1. Lembaga Keuangan Syari'ah harus mendengarkan “suara” nasabah sehingga kualitas produk atau jasa Lembaga Keuangan Syari'ah tepat seperti yang diinginkan nasabah. Penyempurnaan kualitas jasa Lembaga Keuangan Syari'ah hanya akan berarti jika disadari dan dirasakan oleh nasabah.
 2. Perbaikan kualitas memerlukan komitmen total dari para petugas Lembaga Keuangan Syari'ah, karyawan harus bekerja selaku team work untuk nasabah interval dan nasabah eksternal.
 3. *Mell bench marketing Yi*, mengukur kinerja Lembaga Keuangan Syari'ah dibandingkan dengan pesaing terbaik dikelasnya dan berupaya meniru bahkan melampauinya, penyempurnaan kualitas produk atau jasa Lembaga Keuangan Syari'ah dapat ditingkatkan. Jadi kualitas tidak dapat diperiksa saja tetapi harus direncanakan semenjak awal.
- c. Metode Perilaku Konsumen dan Proses Kepuasan Nasabah
- 1) Metode perilaku Nasabah

Perilaku nasabah, merupakan interaksi dinamai antara pengganti dan kognisi, perilaku dan kejadian disekitar antara lain yaitu tempat manusia melakukan aspek peraturan dan dalam hidup mereka.
 - 2) Perilaku Nasabah
 - a. Interaksi antara pengaruh dan kognisi, prilaku dan kejadian di sekitar pasar.

b. Hal tersebut melibatkan pertukaran

Lembaga keuangan syari'ah harus menyusun suatu strategi pemasaran yang dengan mengimbangi perilaku nasabah yang dinamis atau selalu bergerak sepanjang waktu untuk menghadapi kelompok nasabah yang berbeda, diperlukan strategi pemasaran yang berbeda pula. Ditekankan pula bahwa untuk mempelajari nasabah dengan strategi pemasaran yang efektif, maka lembaga keuangan syari'ah harus memahami apa yang mereka pikirkan (kognis) dan mereka rasakan (pengaruh) apa yang mereka lakukan (perilaku) dan apa serta dimana (kejadian di sekitar) yang mempengaruhi serta dipengaruhi oleh apa yang dipikirkan, biasa dan dilakukan nasabah.

Pemasaran diharapkan lebih mengenal nasabah meskipun hal itu tidak mudah mengenal nasabah disini akan mempelajari keinginan, persepsi, preferensi, dan perilaku berbelanja serta perilaku pemberian nasabah sasaran. Pada era pertumbuhan usaha lembaga keuangan syari'ah yang pesat dewasa ini semakin menjauhkan kontak langsung antara manager pemasaran lembaga keuangan syari'ah dengan para nasabah, kata kuncinya adalah *riset* pemasaran atau *riset* nasabah.

d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen

Perilaku dan keinginan nasabah bisa diperkirakan dengan memperhatikan beberapa faktor, sebagai berikut :

a. Faktor Kebudayaan

Budaya masyarakat tertentu membentuk perilaku nasabah. Dalam faktor kebudayaan, ada komponen bagian itu sendiri, yaitu sub-sub dan kelas social. Sub-sub dalam konteks masyarakat Indonesia bisa di anggap suku-suku tertentu yang memiliki budaya sendiri. Sementara itu, kelas social di rumuskan sebagai pengelompokan masyarakat yang merupakan minat, nilai-nilai serta perilaku yang serupa, dan kelompok secara berjenjang dengan batasan ini, antara lain jadi memahami bahwa kelas social tidak hanya di bagi berdasarkan tingkat pendapatan berdasarkan tingkat pendapatan, yaitu kelas atas dan seterusnya.

b. Faktor Social

- Kelompok Rujukan

Kelompok orang-orang antara lain, baik secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi sikap dan perilaku kita. Sikap orang-orang itu bisa teman, bisa saudara, tetangga. Pemimpin agama dan figur-figur public. Jadi ada kelompok dimana kita langsung berhubungan, atau kita bangun dari kelompok itu.

- Keluarga

Anggota keluarga sebagai lingkungan terdekat seseorang, dengan mendorong atau menghalangi pembelian kita suami-suami tertentu mungkin akan merasakan stress karena ada

produk-produk tertentu yang “ *hasbant dominant*” dan “*wife dominant*” suami biasanya.

- Peran dan Status

Peran yang dimainkan sesuai dalam kehidupannya dan lebih dari satu. Ada yang ketika di kantor menjadi manager, di sini ia punya status tertentu, yang mempengaruhi pembelian harganya, barangnya.

Pada dasarnya Lembaga Keuangan lebih memantau nasabahnya karena masyarakat pada saat ini sudah peka terhadap lembaga – lembaga keuangan baik itu yang konvensional maupun yang syari’ah, pada kenyataannya masyarakat tidak mementingkan adanya istilah *emosional market*, tetapi yang dikehendaki oleh masyarakat sekarang adalah bagaimana saling menguntungkan antara nasabah dan pihak KSPS.

Lembaga Keuangan juga harus menganggap nasabah adalah raja. Seorang raja harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya. Artinya apa yang diminta oleh sang raja (nasabah) harus segera dipenuhi, tiada kata yang tidak ada. Pelayanan yang diberikan haruslah seperti melayani dan menuruti kemauan seorang nasabah.¹²

Karena nasabah sekarang juga menginginkan pelayanan yang lebih dibanding dengan lembaga keuangan konvensional.

¹² Kasmir, SE, M.M, Etika Costumer Service. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, Mei 2004, Hlm.47.

Ketika factor tersebut tidak terpenuhi maka keinginan nasabah untuk menempatkan dananya di KSPS pun juga tidak akan terlaksana. Karena yang menyebabkan masyarakat menabung atau deposito di lembaga keuangan tertentu tidak hanya factor keamanan yang terjamin, melainkan dari segi financial juga menjadi perhitungan.

1. Masyarakat mendapat sosialisasi dari pihak KSPS Walisongo.

Ketika masyarakat sudah menjadi nasabah di KSPS Walisongo sudah tentu mendapatkan informasi yang selama ini belum diketahui oleh masyarakat, karena seseorang bisa tahu dengan adanya KSPS tersebut lantaran sosialisasi atau pemberitahuan dari pihak – pihak terkait, diantara media – media yang digunakan dalam sosialisasi antara lain :

a. Sosialisasi Langsung

Sosialisasi langsung maksudnya memberikan informasi langsung ke masyarakat, biasanya metode yang digunakan diantaranya adalah :

- Metode Dor to Dor

Dalam metode ini, pihak KSPS Walisongo melakukan promosi langsung kepada masyarakat Mijen Semarang, yang belum mengetahui keberadaan KSPS Walisongo dan menjelaskan keunggulan produk – produk yang ada di KSPS Walisongo, sehingga masyarakat tertarik untuk menabung di KSPS Walisongo.

- Penyebaran Pamflet

Ketidakmungkinan pihak KSPS Walisongo untuk menjelaskan kepada satu demi satu masyarakat Mijen, maka pihak KSPS Walisongo melakukan promosi dengan memasang famplet – famplet di daerah sekitar Mijen.

- b. Sosialisasi tak langsung.

Sosialisasi tak langsung maksudnya memberikan informasi kepada masyarakat tidak secara langsung, tetapi menggunakan sarana – sarana lain yang bisa untuk menyampaikan maksud dan tujuan dari perusahaan.

Biasanya metode – metode yang digunakan adalah :

- Spanduk
- Reklame

Setelah masyarakat Mijen mendapatkan sosialisasi dari pihak KSPS Walisongo ,maka masyarakat mempunyai kesadaran untuk menabung di KSPS Walisongo dari pada di Lembaga Keuangan Konvensional disekitar Mijen.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari uraian di atas yang cukup panjang pada bab-bab sebelumnya, kini pada bab terakhir penulis akan menarik kesimpulan dari apa yang telah diuraikan sebelumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat Mijen untuk menabung di KSPS Walisongo, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Minat menabung masyarakat Mijen di KSPS Walisongo Mijen Semarang

Masyarakat Mijen 50% kurang mengerti tentang Lembaga Keuangan syari'ah sehingga setelah didirikannya KSPS Walisongo penabung di KSPS Walisongo dari tahun ke tahun semakin meningkat pada tahun 2005 jumlah nasabah mencapai 195, tahun 2006 berjumlah 219, tahun 2007 145, dan pada pertengahan tahun 2008 mencapai 93 nasabah dengan adanya KSPS Walisongo membuat antusias masyarakat Mijen tertarik untuk menabung di Lembaga Keuangan Syari'ah.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat Mijen untuk menabung di KSPS Walisongo Mijen Semarang

a. Masyarakat menginginkan keuntungan bagi hasil dari tabungannya.

Data Bagi hasil yang di berikan KSPS Walisongo adalah sebagai berikut :

Jenis Simpanan	BAGSIL Nasabah	BAGSIL KSPS	BAGSIL Disetarakan dengan (%)
Simpanan suka rela (sirela)	80	20	0,29
Deposito			
3 bulan	69	31	1,023
6 bulan	66	34	1,122
12 bulan	63	37	1,221

- b. Masyarakat mendapat sosialisasi dari pihak KSPS Walisongo
media – media yang digunakan dalam sosialisasi antara lain :
- c. Sosialisasi Langsung
- Metode Dor to Dor
 - Penyebaran Pamflet
- d. Sosialisasi tak langsung
- Spanduk
 - Reklame.

C. Saran

Sesuai dengan judul tugas akhir dan berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulis dapat mengemukakan saran sebagai berikut :

1. Produk-produk yang sudah sesuai dengan syari'ah harus dipertahankan dan dikembangkan.
2. Keprofesionalan karyawan dalam bersungguh-sungguh untuk memajukan KSPS Walisongo perlu ditingkatkan.
3. Hubungan karyawan dengan nasabah perlu ditingkatkan dan dipertahankan
4. Memperluas wilayah kerja ke luar daerah Mijen

DAFTAR PUSTAKA

- Imaniah, Neni Sri, *Hukum Ekonomi Dan Islam Dalam Perkembangan*, Bandung: Mandar Maju, 2002
- Amin, Ahmad Riawan, *Bukan Alternatif Tetapi Solusi*, Jakarta: Modal, Januari 2003
- M. Sholahuddin, SE.M.Si, *Lembaga Ekonomi dan Keuangan Islam*, Surakarta: MUP UMS, 2006
- Hadi, Sutrisno, M.A. *Metodologi Research* Jilid I, Yogyakarta, Andi, Edisi I, Cetak ke 30, 2000
- Brosur KSPS Walisongo (yang sudah diuraikan satu persatu)
- Profil Company KSPS Walisongo Semarang
- Wawancara dengan Bagian Marketing (Mas Samsul Ma'arif)
- Swasta, Basu, Drs. DH,M.B.A, *Azas Marketing*, Yogyakarta : liberti Yogyakarta, 1999
- Sumarni, Murti. *Manajemen Pemasaran Bank* edisi revisi,Liberti: Yogyakarta 2002
- Amir, Muhammad Taufiq, *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*. PT Raja Grafindo Persada : Jakarta
- Kasmir, SE,M.M, *Etika Costumer Service*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada,Mei 2004.