

**STRATEGI *MARKETING* DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
NASABAH PADA PEMBIAYAAN MITRA USAHA DI KSPPS
BMT AL-HIKMAH UNGARAN CABANG BAWEN**



TUGAS AKHIR

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

Oleh:

TIARA SRI WIDOWATI

1505015017

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

2018

H. Khoirul Anwar, M.Ag.
Jl. Bukit Barisan D-V/1 Rt/Rw 01/10 Beringin,
Ngaliyan Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks.
Hal : Naskah Tugas Akhir
An. Sdri. Tiara Sri Widowati

Assalamualaikum wr. wb.

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

Nama : Tiara Sri Widowati

NIM : 1505015017

Judul : Strategi *Marketing* Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Pembiayaan Mitra Usaha di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen

Mohon kiranya Tugas Akhir saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamualaikum wr. wb.

Dosen Pembimbing,



H. Khoirul Anwar, M.Ag

NIP. 19690420 199603 1 002



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 : Tiara Sri Widowati

NIM : 1505015017

Telah diujikan oleh Dewan Penguji Program D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Islam Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat Cumlaude/Baik/Cukup, pada tanggal:

17 Juli 2018

Dapat diterima, sebagai syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya Tahun Akademik 2018.

Semarang, 24 Juli 2018

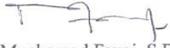
Penguji I,


Ruzo Agriyanto, M.Si., A.Kt
NIP. 19800128 200801 1 010

Penguji II,


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

Penguji III,


H.Muchamad Fauzi, S.E., MM
NIP. 19730217 200604 1 001

Penguji IV,


Dr. H.Imam Yahya, M.Ag
NIP. 19700410 199503 1 001



Pembimbing


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

MOTTO

رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْيَمِينُ الْكَاذِبَةُ مَنْفَقَةٌ لِسَلْعَةٍ مَمْحَقَةٌ لِلْكَسْبِ وَقَالَ ابْنُ جَعْفَرِ الْبُرَيْكَةِ

Nabi bersabda: “*sumpah palsu (bombatis sehingga menjadikan laku barang yang dijual) mendatangkan keluasan tetapi menghilangkan pekerjaan.*” Ibnu Fajar berkata: “*menghapus keberkahan*”.

(HR. Bukhari dan Muslim)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah dengan segala nikmat dan karunia yang telah Allah berikan, akhirnya Tugas Akhir ini telah selesai tepat pada waktunya. Dan terselesainya Tugas Akhir ini tidak luput dari bantuan pihak-pihak yang telah terkait. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih dan mempersembahkan Tugas Akhir ini kepada :

1. Kedua orang tua penulis, yaitu Ibu Asmanah dan Bapak Pramono yang senantiasa setiap hari memberikan doa, semangat, dorongan, dan bekerja keras membanting tulang untuk membiayai studi penulis hingga sampai saat ini.
2. Paman penulis, yaitu Toni yang senantiasa telah membantu penulis dalam hal finansial untuk kuliah penulis hingga tiga tahun ini.
3. Kakek dan Nenek penulis yang senantiasa setiap hari memberikan doa, semangat, dan dorongan hingga saat ini.
4. Pembimbing Tugas Akhir penulis, yaitu Bapak Khoirul Anwar yang senantiasa memberikan penulis arahan, dorongan, dan semangat hingga tersusunnya Tugas Akhir penulis.
5. Semua dosen Universitas Islam Negeri Walisongo, khususnya dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan banyak ilmu kepada penulis mulai dari pertama masuk kuliah hingga saat ini.
6. Karyawan KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir.

7. Untuk teman-teman satu angkatan khususnya PBS A yang telah memberikan bantuan menyusun Tugas Akhir penulis.
8. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

DEKLARASI

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

Semarang, 2 Juli 2018

Deklarator



Tiara Sri Widowati
NIM. 1505015017

PEDOMAN TRANSLITERASI

sTransliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam menyusun Tugas Akhir ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

ا	a	ط	ṭ
ب	b	ظ	ẓ
ت	t	ع	‘
ث	ṣ	غ	g
ج	j	ف	f
ح	ḥ	ق	q
خ	kh	ك	k
د	d	ل	l
ذ	ẓ	م	m
ر	r	ن	n
ز	z	و	w
س	s	ه	h
ش	sy	ء	‘
ص	ṣ	ي	y
ض	ḍ		

Bacaan Madd:

ā = a panjang

ī = i panjang

ū = u panjang

Bacaan Diftong:

au = أُوْ

ai = أَيْ

iy = إِيْ

ABSTRAK

Dalam meningkatkan jumlah nasabah pada BMT, diperlukannya strategi *marketing*. Begitu pula dengan KSPPS BMT AL-Hikmah Ungaran Cabang Bawen memerlukan strategi *marketing* untuk meningkatkan jumlah nasabah pada setiap produk-produknya, khususnya pada produk pembiayaan mitra usaha. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh lokasi KSPPS BMT Al-Hikmah yang berada di lingkungan industri dan area UMKM, sehingga berpeluang besar bagi peningkatan jumlah nasabah khususnya pada produk pembiayaan mitra usaha. Pembiayaan mitra usaha merupakan fasilitas pembiayaan yang diperuntukkan bagi nasabah dalam pendirian usaha atau pengembangan usaha. Dalam penelitian ini permasalahan yang akan diteliti adalah kendala yang dihadapi *marketing* dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan mitra usaha dan strategi *marketing* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan mitra usaha di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *marketing* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan mitra usaha di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan dengan pendekatan metode penelitian kualitatif. Data-data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder yang diperoleh dengan pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi agar memperoleh data-data yang relevan.

Hasil penelitian ini adalah kendala-kendala yang dihadapi oleh *marketing* dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan mitra usaha di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen adalah dapat dilihat dari segi produk, lokasi, promosi, dan loyalitas masyarakat terhadap bank konvensional. Strategi *marketing* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan mitra usaha di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen adalah melakukan *marketing mix* atau bauran pemasaran dan melakukan strategi bersaing dengan sehat.

Kata kunci: Strategi *Marketing*, Pembiayaan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya program D3 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Dengan selesainya Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan masukan dan motivasi kepada penulis. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua yang telah menyertakan doanya untuk keselamatan dan kelancaran dalam Tugas Akhir
2. Bapak Prof. Dr. Muhibbin, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. H. Imam Yahya, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Bapak Johan Arifin, S.Ag., M.M, selaku Ketua Program Studi D3 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
5. Bapak H. Khoirul Anwar, M.Ag selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan.
6. Bapak dan Ibu Dosen Prodi D3 Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis sebagai bekal dalam pembuatan Tugas Akhir ini.

7. Bapak Supandriyo, A.Md selaku pembimbing magang KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen.
8. Bapak Muhari, S.Ag dan Ibu Asroti, S.Pd, selaku pengurus KSPPS BMT AL-Hikmah Ungaran.
9. Teman-teman seperjuangan DIII Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2015 khususnya kelas D3 PBS A.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Hanya kepada Allah SWT penulis panjatkan doa untuk segala amal dan bantuannya yang telah diberikan, semoga mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Amiin.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharap kritik dan saran yang membangun dari para pembaca.

Semarang, 2 Juli 2018

Penulis,

Tiara Sri Widowati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL TUGAS AKHIR	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN DEKLARASI.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	viii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Hasil Penelitian	6
D. Tinjauan Pustaka	8
E. Metodologi Penelitian	11
F. Sistematika Penulisan	16

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi <i>Marketing</i>	18
1. Pengertian Strategi	18
2. Marketing	19
3. Strategi Marketing.....	25
B. Pembiayaan.....	33
1. Pengertian Pembiayaan	33
2. Fungsi dan Manfaat Pembiayaan	35
3. Jenis-jenis Pembiayaan	38
4. Penilaian Pemberian Pembiayaan	41
5. Akad Pembiayaan.....	42

BAB III GAMBARAN UMUM KSPPS BMT AL-HIKMAH

UNGERAN

A. Profil KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran	70
B. Sejarah Perkembangan KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran.....	70
C. Visi dan Misi KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran.....	74
D. Tujuan dan Sasaran KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran	75
E. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran	76
F. Ruang Lingkup Usaha KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran.....	93

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Kendala-kendala yang Dihadapi *Marketing* dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Pembiayaan Mitra Usaha di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen..... 105
- B. Strategi *Marketing* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Pembiayaan Mitra Usaha di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen..... 109

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan 121
- B. Saran 123
- C. Penutup 124

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema <i>Murabahah</i>	45
Gambar 2.2 Skema Ba'i As-Salam.....	49
Gambar 2.3 Skema Ba'i Al-Istishna'	52
Gambar 2.4 Skema Mudharabah	56
Gambar 2.5 Skema Musyarakah	61
Gambar 2.6 Skema Ijarah.....	65
Gambar 2.7 Skema IMBT	68
Gambar 3.1 Struktur Organisasi KSPPS BMT Al-Hikmah	
Ungaran	76

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tabel Peningkatan Nasabah Pembiayaan Mitra Usaha 120

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Keterangan Persetujuan Pengajuan Judul di KSPPS
BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen
- Lampiran 2. Surat Keterangan Magang di KSPPS BMT Al-Hikmah
Ungaran
- Lampiran 3. Foto Wawancara dengan Bapak Supandriyo, Kepala Cabang
KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen
- Lampiran 4. Slip Angsuran
- Lampiran 5. Slip Pencairan Kredit
- Lampiran 6. Usaha Nasabah
- Lampiran 7. Form Pengajuan Pembiayaan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi Islam tidak hanya berhenti pada tingkatan ekonomi makro, tetapi telah mulai menyentuh sektor paling bawah yaitu mikro. Lahirnya lembaga keuangan mikro Islam yang berorientasi sebagai lembaga sosial keagamaan, kemudian populer dengan istilah BMT. Munculnya BMT sebagai lembaga keuangan mikro Islam yang bergerak pada sektor riil masyarakat bawah dan menengah, di samping itu juga, peranan lembaga ekonomi Islam yang berfungsi sebagai lembaga yang dapat mengantarkan masyarakat yang berada di daerah-daerah untuk terhindar dari sistem bunga yang diterapkan oleh bank konvensional.¹

Baitul Mal wa Tamwil (BMT) adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *bait al-mal wa at-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, BMT juga bisa menerima titipan zakat, infak, dan sedekah, kemudian menyalurkannya sesuai dengan peraturan dan amanat.²

¹ Ahmad Sumiyanto, *BMT Menuju Koperasi Modern*, Yogyakarta: PT. ISEC Consulting Indonesia, 2008, h.23

² Nurul Huda, et.al., *Baitul Mal Wa Tamwil: Sebuah Tinjauan Teoritis*, Jakarta: Amzah, 2016, h. 35

Keberadaan BMT sebagai salah satu perintis lembaga keuangan dengan prinsip syariah di Indonesia dimulai dari ide para aktivis Masjid Salman ITB, Bandung yang mendirikan Koperasi Jasa Keahlian Teknosa pada tahun 1980. Koperasi inilah yang menjadi cikal bakal BMT yang berdiri pada tahun 1984. Lembaga keuangan semacam BMT sangat diperlukan untuk menjangkau dan mendukung para pengusaha mikro dan kecil di seluruh pelosok Indonesia yang belum dilayani oleh perbankan yang ada pada saat ini.³

Secara legal-formal, BMT sebagai lembaga keuangan mikro berbentuk badan hukum koperasi. Sistem operasional BMT mengadaptasi sistem perbankan syariah yang menganut sistem bagi hasil. Sementara itu, *baitul mal* dalam bahasa Indonesia berarti rumah harta. Sebagai rumah harta, lembaga ini dapat mengelola dana yang berasal dari zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Bagian lain dari BMT adalah *baitut tamwil* atau dalam bahasa Indonesia berarti rumah pembiayaan. Dalam konsep *baitut tamwil*, pembiayaan dilakukan dengan konsep syariah (bagi hasil). Kelebihan konsep bagi hasil adalah menyebabkan kedua belah pihak, yaitu pengelola BMT dan peminjam, saling melakukan kontrol. Di sisi lain, pengelola dituntut untuk menghasilkan untung bagi penabung dan

³ Nurul Huda, et. al., *Baitul Mal Wa Tamwil: Sebuah Tinjauan Teoritis...*h. 36

pemodal. Produk yang dikeluarkan oleh BMT meliputi produk tabungan dan produk pembiayaan.⁴

Untuk dapat memberikan berbagai macam pembiayaan kepada banyak nasabah dalam jumlah yang besar, maka diperlukan dana yang besar pula. Dana tersebut bersumber dari dana simpanan para nasabah. Terkait dengan pengumpulan dana simpanan, BMT berkreasi menciptakan berbagai macam simpanan. Untuk bisa menyalurkan dana hasil simpanan tersebut, BMT kemudian mengembangkan berbagai macam pembiayaan. Pembiayaan merupakan aktivitas yang sangat penting karena dengan pembiayaan akan diperoleh sumber pendapatan utama yang menjadi penunjang kelangsungan usaha BMT. Oleh karena itu, pengelolaan pembiayaan harus dilakukan dengan sebaik-baiknya sehingga tidak akan menimbulkan permasalahan yang berakibat berhentinya usaha BMT.

Selain pemberian pembiayaan kepada nasabah sebagai sumber pembentukan kelayakan dan pendapatan yang dapat menjamin kelangsungan kegiatan usaha, BMT juga harus memiliki kompetensi dan profesionalisme dalam pengelolaannya. BMT merupakan salah satu media dakwah di bidang ekonomi agar masyarakat memahami kesempurnaan syariat Islam dalam mengatur tatanan perikehidupan. Keunikan yang terdapat dalam BMT adalah menyatunya unit bisnis dan unit sosial dalam satu wadah. Oleh karena itu, dalam

⁴ Nurul Huda, et. al., *Baitul Mal Wa Tamwil: Sebuah Tinjauan Teoritis...*h. 36-37

pengelolaannya diperlukan keseriusan dan keprofesionalan agar berhasil dalam mencapai tujuan. Salah satu kunci keberhasilan pengembangan usaha mikro, termasuk BMT, adalah pada aspek *community based business*. Artinya, bisnis dibangun berdasarkan pendekatan komunitas, atau dalam pengertian lain yaitu aspek pemasaran.⁵

Untuk mendukung aspek pemasaran, BMT harus mempunyai sosok yang dapat dipercaya dan mempunyai jaringan yang luas. Dari sinilah peran seorang *marketing* sangatlah penting. Seorang *marketing* harus mempunyai strategi yang baik agar bisa dipercaya dan mendapat jaringan yang luas. Karena, jika strategi *marketing* dapat terlaksana dengan baik, tentunya dapat menjamin kelangsungan kegiatan usaha BMT.

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Al-Hikmah Ungaran merupakan lembaga intermediasi untuk menghimpun dana dari masyarakat yang memiliki kelebihan dan menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkan. Tujuan KSPPS BMT Al-Hikmah ini untuk menciptakan sebuah lembaga perekonomian masyarakat sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi umat Islam, dengan sasaran utama para pedagang pengusaha kecil serta masyarakat umum lapis bawah.⁶

⁵ Nurul Huda, et. al., *Baitul Mal Wa Tamwil: Sebuah Tinjauan Teoritis...*h. 200

⁶ File Sejarah KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran

KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran memiliki badan hukum koperasi. KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran mendapatkan akta pendirian No : 047/BH/KDK.II.I/III/1999 tanggal 02 Maret 1999 dan telah mengalami perubahan anggaran dasar menjadi tingkat Jawa Tengah.⁷ Dalam perkembangannya, KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran mengalami perkembangan yang cukup pesat. Kemajuan dan perkembangannya yang berdiri dengan latar belakang jenis usaha, asal daerah yang berbeda, pendidikan dan status sosial yang berbeda menunjukkan kepercayaan masyarakat yang cukup besar terhadap keberadaan KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran. KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran dalam kegiatan operasionalnya terbagi dalam satu kantor pusat yang terletak di Mijen Ungaran dan 5 kantor cabang yang terletak di Babadan, Karangjati, Bawen, Bandungan, dan Gunung Pati. KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran dalam menjalankan kegiatan usahanya menawarkan tiga layanan pembiayaan, yaitu: pembiayaan multi barang, pembiayaan multi jasa, dan pembiayaan mitra usaha.

Berdasarkan pengalaman penulis ketika magang di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen ketertarikan penulis terhadap salah satu produk pembiayaan yaitu, pembiayaan mitra usaha. Alasan penulis tertarik pada produk pembiayaan tersebut karena lingkungan sekitar KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen yang merupakan lingkungan pabrik industri tekstil

⁷ File Sejarah KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran

dan UMKM, hal itu berpeluang besar bagi KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen untuk meningkatkan jumlah nasabahnya khususnya pada produk pembiayaan mitra usaha.

Dari uraian di atas, penulis merasa tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang strategi yang dilakukan *marketing* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan mitra usaha di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen, sehingga penulis mengambil judul Tugas Akhir “STRATEGI *MARKETING* DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA PEMBIAYAAN MITRA USAHA DI KSPPS BMT AL-HIKMAH UNGARAN CABANG BAWEN”.

B. Rumusan Masalah

1. Apa kendala-kendala yang dihadapi *marketing* dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan mitra usaha di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen ?
2. Bagaimana strategi *marketing* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan mitra usaha di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi *marketing* dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pada

pembiayaan mitra usaha di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen.

- b. Untuk mengetahui strategi *marketing* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan mitra usaha di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen.

2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi Penulis
 - 1) Melatih bekerja dan berfikir kreatif serta inovatif dengan mencoba mengaplikasikan teori-teori yang didapat selama studi.
 - 2) Untuk meningkatkan pengetahuan praktikum berkaitan dengan ilmu pengetahuan yang diperoleh di tempat magang.
 - 3) Untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
 - 4) Sebagai bahan informasi untuk penelitian selanjutnya.
- b. Bagi KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran

Penelitian ini digunakan untuk memperkenalkan eksistensi BMT kepada masyarakat luas sehingga dapat memberikan informasi dan pengetahuan tambahan yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan usaha secara syariah selain itu juga untuk media publik ke masyarakat terkait dengan kendala-kendala

yang dihadapi *marketing* dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan mitra usaha dan strategi *marketing* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan mitra usaha.

c. Bagi UIN Walisongo Semarang

Sebagai tambahan referensi serta sebagai kontribusi wawasan kepada berbagai pihak terutama akademisi dan praktisi mengenai kendala yang dihadapi *marketing* dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan mitra usaha dan strategi *marketing* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan mitra usaha di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen.

d. Bagi Pembaca dan Pihak Lainnya

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan wacana kepada para pembaca mengenai KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen, sehingga pembaca dapat segera bergabung dalam BMT tersebut.

D. Tinjauan Pustaka

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini sebelum mengadakan penelitian lebih lanjut kemudian menyusun menjadi suatu karya ilmiah, maka langkah yang penulis lakukan adalah dengan mengkaji terlebih dahulu penelitian-penelitian terdahulu. Pelaksanaan

pengkajian penelitian terdahulu dimaksudkan untuk menggali informasi tentang ruang penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini. Hasil survei kepustakaan yang penulis lakukan menunjukkan bahwa ada beberapa penelitian yang mempunyai relevansi dengan judul ini, penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Novija Kurniawan, dengan judul Strategi Meningkatkan Nasabah pada BMT Usaha Mulya Pondok Indah. Penelitian tersebut membahas tentang strategi untuk meningkatkan nasabah pada BMT Usaha Mulya Pondok Indah. Persamaan dengan yang penulis teliti yaitu membahas tentang strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah, sedangkan perbedaan terletak pada tempat penelitian, strategi yang digunakan, dan juga peneliti melakukan penelitian untuk meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan mitra usaha, sedangkan pada penelitian terdahulu hanya meneliti peningkatan nasabah saja.⁸
2. Penelitian yang dilakukan oleh Ade Ikhwan Anshori dengan judul Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Warung Mikro dalam Upaya Menarik Minat Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri KCP Cilandak). Penelitian tersebut membahas tentang strategi pemasaran produk pembiayaan warung mikro dalam upaya menarik minat nasabah pada BSM KCP Cilandak.

⁸Novija kurniawan, *Strategi Meningkatkan Nasabah pada BMT Usaha Mulya Pondok Indah*, Skripsi 2014

Persamaan dengan yang penulis teliti yaitu membahas tentang strategi pemasaran produk pembiayaan dan upaya menarik minat nasabah, karena pada penelitian yang penulis teliti juga untuk meningkatkan jumlah nasabah dan keduanya intinya sama. Perbedaannya adalah tempat penelitian, dan juga pada penelitian tersebut meneliti tentang produk pembiayaan warung mikro sedangkan yang penulis teliti adalah tentang produk pembiayaan mitra usaha.⁹

3. Dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Niswatul Mardiyah dengan judul Mekanisme dan Upaya Meningkatkan Jumlah Anggota Pada Produk Simpanan Pelajar (SIMPEL) di KSPPS BMT Al-Hikmah Cabang Babadan. Penelitian tersebut membahas tentang mekanisme dan upaya meningkatkan jumlah anggota pada produk simpanan pelajar di KSPPS BMT Al-Hikmah Cabang Babadan. Persamaan dengan yang penulis teliti adalah meneliti tentang meningkatkan jumlah nasabah. Perbedaannya adalah peneliti meneliti tentang strategi *marketing* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan mitra usaha, sedangkan penelitaian terdahulu meneliti tentang

⁹Ade Ikhawan Anshori, *Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Warung Mikro (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri KCP Cilandak)*, Skripsi, 2014

mekanisme dan upaya meningkatkan jumlah anggota pada produk simpanan pelajar.¹⁰

4. Dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rikhe Mutma'innah dengan judul Strategi Promosi untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah pada BMT Umat Pati KC Pucakwangi. Penelitian tersebut membahas tentang strategi promosi untuk meningkatkan jumlah nasabah pada BMT Umat Pati KC Pucakwangi. Persamaan dengan yang penulis teliti yaitu meneliti tentang upaya untuk meningkatkan jumlah nasabah. Perbedaannya adalah, pada penelitian terdahulu meneliti strategi promosi, sedangkan peneliti meneliti tentang strategi *marketing*. Selain itu, pada penelitian terdahulu hanya meneliti upaya untuk meningkatkan jumlah nasabah, sedangkan pada penelitian ini peneliti meneliti tentang upaya untuk meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan mitra usaha.¹¹

E. Metodologi Penelitian

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

¹⁰Niswatul Mardiyah, *Mekanisme dan Upaya Meningkatkan Jumlah Anggota Pada Produk Simpanan Pelajar (SIMPEL) di KSPPS BMT Al-Hikmah Cabang Babadan*, TA 2017

¹¹ Rikhe Mutma'innah, *Strategi Promosi untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah pada BMT Umat Pati KC Pucakwangi*, TA 2017

1. Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen yang bertempat di Jalan Samban-Jimbaran RT 01/RW 01 Samban, Bawen.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan penulis gunakan adalah jenis penelitian lapangan, yaitu mengamati ditempat penelitian di KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen, guna mendapatkan data yang relevan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya.¹²

3. Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu:

a. Sumber Data Primer

Data primer, atau data tangan pertama adalah data yang yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang

¹²Anselm Strauss dan Juliet Corbin, *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif: Tatalangkah dan Teknik-teknik Teoritisasi Data*, Yogyakarta: PustakaPelajar, 2013, h. 4

dicari.¹³ Sumber data primer ini disebut juga data asli atau data baru. Dalam hal ini data primer yaitu data yang diperoleh dari wawancara langsung kepada manajer, kepala cabang, dan *marketing* KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen atau observasi secara langsung yang berkaitan dengan obyek yang diteliti.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder atau data tangan kedua adalah data yang diperoleh yang diperoleh dari pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya.¹⁴ Data sekunder ini akan diperoleh dari laporan-laporan, karya tulis, dan buku-buku yang berkaitan dengan obyek yang diteliti.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang sering digunakan antara lain yaitu: wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penggunaan metode tersebut harus disesuaikan dengan tujuan dan keperluan yang dilakukan sehingga penggunaan metode data lebih fleksibel, penulis menggunakan beberapa penelitian, yaitu sebagai berikut:

¹³ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998, h. 91

¹⁴ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian...*h. 91

a. Metode Wawancara

Wawancara yang dimaksud disini adalah metode untuk mengumpulkan data yang akurat untuk keperluan proses pemecahan masalah tertentu, yang sesuai dengan data. Pencarian data dengan teknik ini dilakukan dengan cara tanya jawab secara lisan dan bertatap muka langsung antara seorang atau beberapa orang pewawancara dengan seorang atau beberapa orang yang diwawancarai.¹⁵ Penulis menggunakan metode ini dengan cara melakukan metode wawancara langsung kepada manajer, kepala cabang, dan *marketing* KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen. Wawancara yang dilakukan menanyakan tentang kendala-kendala yang dihadapi *marketing* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan mitra usaha dan strategi *marketing* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan mitra usaha.

b. Metode Observasi

Metode observasi menuntut adanya pengamatan dari seorang peneliti, baik secara langsung maupun tidak langsung, terhadap objek yang diteliti dengan menggunakan instrumen yang berupa pedoman penelitian dalam bentuk

¹⁵Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Metode Kuantitatif*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2013, h. 151

lembar pengamatan atau lainnya.¹⁶ Fungsi metode penelitian ini digunakan untuk melihat kegiatan-kegiatan secara langsung yang ada di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen. Dalam metode ini teknik yang dilakukan oleh penulis yaitu dengan melakukan pengamatan terhadap objek yang dijadikan sebagai bahan penelitian dengan melakukan kunjungan sehingga penulis mengetahui secara langsung suasana kerja di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen.

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.¹⁷ Metode dokumentasi yang digunakan penulis adalah dengan mencari data yang berkaitan dengan objek yang diteliti yang berupa brosur, arsip atau file kegiatan operasional di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen.

¹⁶ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Metode Kuantitatif...*h. 150

¹⁷ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Metode Kuantitatif...*h. 152-153

F. Sistematika Penulisan

Penyusunan penelitian ini, penulis membagi dalam lima bab, yang mana dari serangkaian bab tersebut saling berkaitan dan agar memudahkan pembaca dalam mengikuti materi yang akan dibahas, maka penulis memaparkan isi tiap-tiap bab di bawah ini :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan menjelaskan mengenai strategi *marketing* dan pembiayaan.

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang profil KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran, sejarah perkembangan KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran, visi dan misi KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran, tujuan dan sasaran KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran, struktur organisasi dan uraian tugas KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran, ruang lingkup usaha KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang hasil dan penelitian di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen

yang meliputi kendala-kendala yang dihadapi *marketing* dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan mitra usaha di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen dan strategi *marketing* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan mitra usaha di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini akan membahas tentang kesimpulan, saran/rekomendasi, dan penutup.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi *Marketing*

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani yaitu *strategia* (*stratos* = militer, dan *ag* = pemimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Pada awalnya konsep strategi (*strategy*) didefinisikan sebagai berbagai cara untuk mencapai tujuan (*ways to achieve ends*). Konsep generik ini terutama sesuai dengan perkembangan awal penggunaan konsep strategi yang digunakan di dalam dunia militer. Strategi dalam dunia militer adalah berbagai cara yang digunakan oleh panglima perang untuk mengalahkan musuh dalam suatu peperangan (*war*). Sedangkan cara yang digunakan oleh pasukan untuk memenangkan pertempuran (*battle*) disebut dengan istilah taktik.

Sejalan dengan perkembangan konsep manajemen strategik (*strategic management*), strategi tidak didefinisikan hanya semata-mata sebagai cara untuk mencapai tujuan karena strategi dalam konsep manajemen stratejik mencakup juga penetapan berbagai tujuan itu sendiri (melalui berbagai keputusan strategis yang dibuat oleh manajemen perusahaan)

yang diharapkan akan menjamin terpeliharanya keunggulan kompetitif perusahaan.¹⁸

Menurut John A. Byrne, strategi adalah sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan. Menurut Jack Trout, strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat perspektif yang baik di benak konsumen, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana di kepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama, kemudian menjadi yang lebih baik.¹⁹ Jadi, strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah suatu bisnis, menggerakkan sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual dalam bisnis.

2. *Marketing*

a. **Pengertian *Marketing***

Marketing sebagai ilmu bisnis, memiliki basis keilmuan yang kuat dalam menjelaskan fenomena pasar secara menyeluruh dengan berpijak pada konsep, strategi, program, *value*, *soul marketing*, dan basis implementasi

¹⁸ Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, Jakarta: Erlangga, 2012, h. 24-25

¹⁹ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Cet. 1, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010, h. 29

yang tepat sebagai upaya mencapai kepuasan *stakeholder*; membuat pelanggan dapat bertahan dalam jangka panjang, menciptakan/ meningkatkan loyalitas pelanggan sebagai syarat bagi kelanjutan perjalanan bisnis; dan untuk mendorong setiap orang dalam bisnis memiliki perilaku sebagai “*marketer*” yang dapat melihat, merespon, dan membuat rancangan dan pengendalian bauran pemasaran yang paling sesuai dalam industri perbankan yang terus berubah cepat.²⁰

Marketing adalah satu bagian yang memiliki peran sangat penting sekali dalam suatu perusahaan, karena *marketing* memiliki fungsi untuk mencari, mendapatkan, mempertahankan, dan memperbanyak konsumen serta menguasai pasar. Banyaknya konsumen yang dimiliki perusahaan menentukan banyaknya jumlah pemasukan bagi perusahaan. Semakin besar pemasukan yang berhasil didapatkan perusahaan, maka perusahaan akan semakin berkembang, demikian pula sebaliknya.

Menurut Phillip Kotler (Ahli Manajemen Pemasaran), pemasaran (*marketing*) adalah aktivitas manusia yang secara langsung memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen atau pelanggan melalui proses pertukaran atau transaksi. Sedangkan menurut *American*

²⁰ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Cet. 1...h. 29

Marketing Association, pemasaran adalah kinerja dari aktivitas bisnis yang secara langsung mengalirkan barang dan/atau jasa dari produsen ke konsumen.²¹

Pada dasarnya *marketing* adalah proses perencanaan dan eksekusi dari penetapan harga, promosi dan distribusi ide-ide, barang dan/atau jasa, melalui pertukaran yang memenuhi kepuasan individu konsumen dan tujuan-tujuan organisasi. Secara sederhana dan singkat dapat dikatakan bahwa *marketing* adalah segala sesuatu yang memuaskan kebutuhan konsumen. Proses-proses pemasaran adalah: (1) memahami nilai yang diinginkan konsumen (*consumer value*), (2) menciptakan nilai itu ke dalam proses pemasaran, (3) menyerahkan nilai itu kepada konsumen, dan (4) meningkatkan terus-menerus nilai itu kepada konsumen.

b. *Marketing* dalam Perspektif Syariah

Dalam agama Islam, terlihat jelas pandangan positif terhadap perdagangan dan kegiatan ekonomi. Nabi Muhammad SAW adalah seorang pedagang dan agama Islam disebarluaskan terutama melalui para pedagang muslim. Dalam Al-Quran terdapat peringatan terhadap penyalahgunaan kekayaan, tetapi tidak dilarang mencari kekayaan dengan cara halal (Q.S. Al-Baqarah: 275): “*Allah*

²¹ Vincent Gaspersz, *Marketing Excellence*, Bogor: Vinchristo Publication, 2012, h. 3

*telah menghalalkan perdagangan dan mengharamkan riba”.*²²

Konsep dasar spiritualisasi *marketing* adalah tata olah cipta, rasa, hati, dan karsa (impementasi) yang dibimbing oleh integritas keimanan, ketakwaan, dan ketaatan kepada syariat Allah SWT. Jika iman, takwa, dan taat syariat ini semu, maka aktivitas *marketing* yang dilakukan itu tidak ada sangkut pautnya dengan syariat Islam. Dalam Al-Quran dan hadits kita dapat melihat bagaimana ajaran Islam mengatur kehidupan bisnis (pemasaran) seorang muslim.²³

1) Karakteristik Marketing Syariah

Ada empat karakteristik pemasaran syariah yang dapat menjadi panduan bagi para *marketing*. Berikut ini penjelasannya:²⁴

- a) Teistis (*rabbaniyah*), jika *marketing* syariah meyakini bahwa hukum syariat adalah hukum yang sempurna, paling adil, serta paling mampu mewujudkan kebenaran, memusnahkan kebatilan, dan menyebarluaskan kemaslahatan.
- b) Etis (*akhlaqiyyah*), *marketing* syariah mengedepankan nilai-nilai akhlak dalam seluruh aspek kegiatannya. Ia

²² Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Cet. 1...h. 18-19

²³ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Cet. 1...h. 12

²⁴ Nurul Huda, et.al. (eds), *Baitul Mal Wa Tamwil: Sebuah Tinjauan Teoritis*, Jakarta: Amzah, 2016, h. 199

pun fleksibel dalam bersikap dan bergaul. Selain itu ia sangat memahami bahwa dalam lingkungannya yang sangat heterogen, Nabi mencontohkan untuk bersikap bersahabat, santun, dan simpatik.

c) Realistis (*waqi'iyah*), *marketing* syariah adalah *marketing* yang berpenampilan bersih, rapi, dan bersahaja. Ia bekerja dengan sangat profesional dan mengedepankan nilai-nilai kesolehan.

d) Humanistis (*insaniyyah*), *marketing* syariah yang memiliki sifat humanistis menyadari bahwa syariah diciptakan agar derajat manusia terangkat dan sifat kemanusiaannya terjaga. Syariat Islam diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa menghiraukan ras, warna kulit, kebangsaan, dan status.

2) **Etika Marketing Syariah**

Marketing syariah sangat memegang teguh etika dalam melakukan pemasaran kepada calon konsumennya. Ia akan sangat menghindari memberikan janji bohong, ataupun terlalu melebih-lebihkan produk yang ditawarkan. *Marketing* syariah akan secara jujur menceritakan kelebihan serta kekurangan produk yang ditawarkannya. Hal ini merupakan praktek perniagaan yang telah dicontohkan Rasulullah SAW. Beliau dalam

melakukan praktek apa saja yang akan didapat oleh konsumen.

Apabila dibandingkan dengan pemasaran konvensional yang cenderung bebas nilai sehingga *marketing* bebas menggunakan segala macam cara demi untuk mendapatkan konsumen bahkan dengan dengan cara-cara yang tidak dibenarkan oleh syariat. Dalam pemasaran konvensional, *marketing* dapat saja melakukan kebohongan dengan terlalu melebih-lebihkan produk yang ditawarkan, hal ini dapat menimbulkan kekecewaan dari konsumen setelah ia mengkonsumsinya karena kualitas produk yang jauh dari yang diharapkan.²⁵

3) Nilai-nilai *Marketing* Syariah

Ada beberapa nilai-nilai dalam pemasaran syariah yang harus dilakukan oleh *marketing* adalah.²⁶

- a) *Shiddiq*, artinya memiliki kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam.
- b) *Fathanah*, berarti mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam segala hal yang terjadi dalam tugas dan kewajiban. *Fathanah* berkaitan

²⁵ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012, h. 30

²⁶ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah...h. 25-*

dengan kecerdasan, baik kecerdasan rasio, rasa, maupun kecerdasan ilahiyah.

- c) *Amanah*, memiliki makna tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. *Amanah* ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan prima dan *ihsan* (berupaya menghasilkan yang terbaik) dalam segala hal.
- d) *Tabligh*, artinya mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan ajaran Islam dalam setiap gerak aktivitas ekonomi yang dilakukan sehari-hari.
- e) *Istiqomah*, artinya konsisten. Sebab dalam suatu perusahaan syariah konsistensi dari seorang *marketing* menjadi cermin dari perusahaan tersebut secara keseluruhan.

3. Strategi Marketing

a. Pengertian Strategi Marketing

Strategi *marketing* merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi bisnis. Dengan adanya strategi *marketing*, maka implementasi program dalam mencapai tujuan organisasi dapat dilakukan secara aktif, sadar, dan

rasional tentang bagaimana suatu merek atau produk mencapai tujuannya dalam lingkungan bisnis.²⁷

Dengan kata lain, strategi *marketing* adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.²⁸

Strategi *marketing* yang efektif memerlukan basis pengetahuan tentang konsumen, untuk itu *marketing* harus melakukan beberapa hal, yaitu:²⁹

- 1) Mengoptimalkan riset pemasaran untuk mengetahui keinginan yang paling diinginkan oleh konsumen.
- 2) Mengoptimalkan riset mengenai manfaat dan harga produk yang diinginkan, gaya (*style*) dan model yang menunjukkan *prestise* ketika produk diposisikan, respons *costumer* terhadap bauran pemasaran dan analisis persepsi dan kepuasan pelanggan ketika pelanggan telah menggunakan produk.

²⁷ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Cet. 1...h. 119

²⁸ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar: Konsep dan Strategi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011, h. 168

²⁹ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Cet. 1...h. 119-120

- 3) Melakukan bauran pemasaran terhadap keinginan *costumer*.

b. Fungsi dan Tujuan Strategi *Marketing*

1) Fungsi Strategi *Marketing*

Strategi *marketing* bagi setiap perusahaan dapat berfungsi sebagai berikut:

- a) Respon organisasi untuk menggapai dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan.
- b) Untuk membedakan dirinya dari pesaing dengan menggunakan kekuatan korporat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang lebih baik dalam lingkungan tertentu.
- c) Kunci keberhasilan dalam menggapai perubahan lingkungan bisnis, memberikan kesatuan arah bagi semua mitra internal perusahaan.
- d) Pedoman dalam mengalokasikan sumber daya dan usaha organisasi.
- e) Alat fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan dalam melayani pasar sasaran.

2) Tujuan Strategi *Marketing*

Strategi *marketing* bagi setiap perusahaan dapat bertujuan sebagai berikut:

- a) Meningkatkan kualitas koordinasi dalam tim *marketing*.
- b) Mengukur hasil pemasaran berdasarkan standar prestasi yang berlaku.
- c) Memberikan dasar yang logis dalam setiap pengambilan keputusan.
- d) Mampu meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi jika ada perubahan-perubahan dalam pemasaran.

c. Penyusunan Strategi *Marketing*

Bisnis yang berorientasi nasabah, penyusunan strategi *marketing* harus mempertimbangkan aspek-aspek yang berkaitan dengan pasar. Langkah-langkah penyusunannya adalah sebagai berikut:³⁰

1) Riset Pasar

Riset pasar adalah proses mempelajari apa yang nasabah inginkan dan menentukan bagaimana cara memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Hal ini juga digunakan untuk melihat bagaimana reaksi nasabah terhadap program *marketing*, apakah sudah seperti yang diharapkan. Dalam riset pasar ada dua yang harus dilakukan, yaitu: mencari peluang pasar dan menganalisis peluang pasar.

³⁰ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Cet. 1...h. 120-136

2) Segmentasi Pasar

Segmentasi merupakan dasar untuk memastikan bahwa setiap pasar itu terdiri atas beberapa segmen dan respon yang berbeda-beda. Fakta inilah yang menunjukkan bahwa tidak satu pun perusahaan yang dapat mencapai pasar dengan memuaskan semua *customer*. Oleh karena itu, *marketing* harus dapat mengenali karakteristik segmen pasar yang mampu merespon produk secara optimal dan menunjukkan cara mencapai pasar tersebut. Variabel yang dapat digunakan dalam mengelompokkan pasar produk lembaga keuangan syariah adalah ritel produk, perilaku, psikografis, gaya hidup, dan demografis-geografi.

3) Target Pasar

Perusahaan berusaha memilih pasar yang dapat memberikan peluang maksimal untuk mencapai tujuan. Perusahaan akan menikmati keuntungan apabila memperoleh posisi tertentu di pasar sasaran. Untuk mencapai posisi yang kuat, perusahaan harus dapat memasuki segmen pasar yang diperkirakan akan menghasilkan tingkat laba paling besar. Menentukan target segmen pasar yang akan dilayani bisa saja lintas geografis sebagaimana yang dilakukan oleh Nabi Muhammad bersama pamannya Abu Thalib adalah ke

Busyra yang berada di luar semenanjung Arab. Sebelum diangkat menjadi seorang Nabi, beliau kurang lebih 28 tahun menelusuri pasar di kota-kota besar secara berulang-ulang dan teratur dalam menjalankan bisnisnya.

4) *Market Positioning*

Jika produk telah mendapat tempat yang tepat, *costumer* dapat mengenali keuntungan unik dari produk dan dapat membandingkan lebih baik dari kompetitor. *Positioning* (penempatan) adalah memberi identitas merek pada produk yang dapat membangun kepercayaan, keyakinan dan kompetensi tawaran *value* yang dapat diterima dan diperoleh *costumer*. Agar produk dan jasa lembaga keuangan berbeda dan dapat merasuk kuat di benak *costumer*, *marketing* harus memilih dan menempatkan hal-hal yang dianggap paling tepat sehingga dapat menjadi bagian dari strategi *marketing* dalam posisi persaingan.

5) Strategi Memasuki Pasar

Strategi dalam memasuki pasar dapat dilakukan dengan cara:

- a) Membeli perusahaan lain, merupakan cara yang paling mudah dan cepat untuk memasuki pasar, karena perusahaan yang akan dibeli sudah mempunyai pasar tertentu.

- b) Berkembang sendiri, cara ini banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan yang menganggap bahwa posisi yang kuat hanya dapat dicapai dengan menjalankan riset dan pengembangan sendiri.
- c) Kerja sama dengan perusahaan lain, cara ini menguntungkan karena; pengurangan risiko, karena biaya ditanggung bersama-sama; memperkuat keahlian dan sumber daya, karena dapat saling melengkapi atau saling menutupi kekurangan-kekurangan yang ada, bahkan dapat menciptakan sinergi untuk memperoleh hasil yang lebih banyak.

6) Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam bidang pemasaran. Penggunaan bauran pemasaran dalam dunia lembaga keuangan dilakukan dengan menggunakan konsep-konsep yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Kotler menyebutkan konsep bauran pemasaran terdiri dari 4P (*product, Price, Place, dan Promotion*). Penjelasannya adalah sebagai berikut:³¹

³¹ Kasmir, *Pemasaran Bank Edisi Revisi*, Cet. 4, Jakarta: Prenada Media Group, 2010, h. 119-156

- a) Produk (*product*), meliputi produk spesifik yang dijual, produk tersebut menawarkan manfaat yang dapat diperoleh *costumer*.
- b) Harga (*price*), penentuan harga merupakan aspek yang penting dalam kegiatan pemasaran. Bagi lembaga keuangan yang berdasarkan prinsip konvensional, harga adalah bunga, sedangkan bagi lembaga keuangan syariah harga adalah bagi hasil.
- c) Tempat (*place*), penentuan lokasi suatu perusahaan merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Perusahaan yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan *costumer* dalam berurusan dengan perusahaan.
- d) Promosi (*promotion*), dalam hal ini semua perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung, maupun tidak langsung. Promosi bertujuan untuk mengenalkan produk kepada *costumer*. Promosi yang baik, tentunya akan mendatangkan banyak *costumer*.

7) Strategi Bersaing

Setiap perusahaan ingin hidup dan dapat bertahan di pasar yang semakin kompetitif dalam lingkungan yang terus berubah, oleh karena itu strategi *marketing* yang baik akan mampu menciptakan keunggulan bersaing

yang berkesinambungan, bukan hanya sementara. Kesuksesan perusahaan menghadapi pesaing dapat bertahan lama apabila perusahaan tersebut mampu dalam menciptakan kompetensi khusus, menciptakan persaingan yang tidak sempurna, melakukan penyesuaian dengan lingkungan eksternal, menciptakan laba diatas rata-rata, menciptakan keseimbangan pesaing dan pelanggan, dan memiliki kreativitas dan fleksibilitas.

8) Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan, program yang harus dilakukan oleh *marketing* adalah dengan cara pengembangan kualitas layanan, perbaikan proses layanan secara terus-menerus, dan rekayasa ulang *costumer driven* untuk menciptakan kepuasan nasabah. Proses perbaikan layanan tersebut bertujuan agar menarik dan mempertahankan *costumer*, daya tahan bersaing di pasar, dan perubahan selera pasar akibat perubahan lingkungan makro.

B. Pembiayaan

1. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan merupakan aktivitas Lembaga Keuangan Syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak nasabah yang membutuhkan dana. Pembiayaan memberikan hasil yang paling

besar diantara penyaluran dana lainnya yang dilakukan oleh Lembaga Keuangan Syariah.³² Pembiayaan yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah berbeda dengan kredit yang diberikan oleh bank konvensional. Dalam Lembaga Keuangan Syariah *return* atas pembiayaan tidak dalam bentuk bunga, akan tetapi dalam bentuk lain sesuai dengan akad-akad yang disediakan di lembaga tersebut. Dalam Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998, *kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.*

Menurut Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998, *pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.* Di dalam Lembaga Keuangan Syariah, pembiayaan yang diberikan kepada pihak pengguna dana berdasarkan pada prinsip syariah.

³² Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Prenadamedia Grup, 2011, h. 105

Aturan yang digunakan yaitu sesuai dengan aturan hukum Islam.³³

2. Fungsi dan Manfaat Pembiayaan

a. Fungsi Pembiayaan

Pembiayaan yang diberikan oleh Lembaga Keuangan Syariah berfungsi untuk:³⁴

- a) Meningkatkan arus tukar menukar barang dan jasa.
- b) Alat yang dipakai untuk memanfaatkan *idle fund*.
- c) Sebagai alat pengendali harga.
- d) Mengaktifkan dan meningkatkan manfaat ekonomi yang ada.
- e) Pembiayaan *mudharabah* dan *musyarakah* yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah memiliki dampak pada kenaikan makro-ekonomi.

b. Manfaat Pembiayaan

Beberapa manfaat atas pembiayaan yang disalurkan oleh Lembaga Keuangan Syariah kepada mitra usaha antara lain:³⁵

1) Manfaat Pembiayaan Bagi Lembaga Keuangan

- a) Pelayanan yang diberikan oleh lembaga keuangan kepada nasabah akan mendapat balas jasa berupa

³³ Ismail, *Perbankan Syariah...*h. 106

³⁴ Ismail, *Perbankan Syariah...*h. 108-109

³⁵ Ismail, *Perbankan Syariah...*h. 110-113

bagi hasil, margin keuntungan, dan pendapatan sewa, tergantung pada akad pembiayaan yang telah diperjanjikan antara lembaga keuangan dan mitra usaha (nasabah).

- b) Berpengaruh pada peningkatan profitabilitas lembaga keuangan.
- c) Secara sinergi akan memasarkan produk Lembaga Keuangan Syariah lainnya seperti produk dana dan jasa.
- d) Mendorong peningkatan kemampuan pegawai untuk lebih memahami secara perinci aktivitas usaha para nasabah di berbagai sektor usaha.

2) Manfaat Pembiayaan Bagi Debitur

- a) Meningkatkan usaha nasabah.
- b) Biaya yang diperlukan dalam rangka mendapatkan pembiayaan dari lembaga keuangan relatif murah.
- c) Nasabah dapat memilih berbagai jenis pembiayaan berdasarkan akad yang sesuai dengan tujuan penggunaannya.
- d) Lembaga keuangan dapat memberikan fasilitas lainnya kepada nasabah, misalnya, transfer dengan menggunakan *wakalah*, *kafalah*, *hawalah*, dan fasilitas lainnya yang dibutuhkan oleh nasabah.

- e) Jangka waktu pembiayaan disesuaikan dengan jenis pembiayaan dan kemampuan nasabah dalam membayar kembali pembiayaannya, sehingga nasabah dapat mengestimasi keuangannya dengan tepat.

3) Manfaat Pembiayaan Bagi Pemerintah

- a) Sebagai alat untuk mendorong pertumbuhan sektor riil.
- b) Pembiayaan lembaga keuangan dapat digunakan sebagai alat pengendali moneter.
- c) Dapat menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan pendapatan masyarakat.
- d) Secara tidak langsung pembiayaan Lembaga Keuangan Syariah dapat meningkatkan pendapatan negara, yaitu pendapatan pajak antara lain; pajak pendapatan dari bank syariah dan pajak pendapatan dari nasabah.

4) Manfaat Pembiayaan Bagi Masyarakat Luas

- a) Mengurangi tingkat pengangguran.
- b) Melibatkan masyarakat yang memiliki profesi tertentu, misalnya akuntan, notaris, *appraisal independent*, asuransi.
- c) Penyimpanan dana akan mendapat imbalan berupa bagi hasil lebih tinggi dari lembaga keuangan apabila

lembaga keuangan dapat meningkatkan keuntungan atas pembiayaan yang disalurkan.

- d) Memberikan rasa aman bagi masyarakat yang menggunakan pelayanan jasa perbankan misalnya, *letter of credit*, bank garansi, transfer, kliring, dan layanan jasa lainnya.

3. Jenis-jenis Pembiayaan

Dalam mengelola dana nasabah, Lembaga Keuangan Syariah harus memiliki komitmen dan integritas terhadap prinsip muamalah. Oleh karena itu, dalam proses penyalurannya harus diawasi serta memperhitungkan prinsip kehati-hatian secara sehat dan benar.³⁶ Jenis-jenis pembiayaan antara lain:

a. Pembiayaan Berdasarkan Tujuan Penggunaannya

- 1) Pembiayaan modal kerja, yakni pembiayaan yang ditunjukkan untuk memberikan modal usaha seperti pembelian bahan baku atau barang yang akan diperdagangkan.
- 2) Pembiayaan investasi, yakni pembiayaan yang ditujukan untuk modal usaha pembelian sarana alat produksi dan atau pembelian barang modal berupa aktiva tetap/inventaris.

³⁶ Nurul Huda, et.al., *Baitul Mal Wa Tamwil: Sebuah Tinjauan Teoritis...*h. 79

- 3) Pembiayaan multiguna, yakni pembiayaan yang dapat digunakan untuk sewa barang, talangan dana, atau biaya jasa keperluan anggota.
- 4) Pembiayaan konsumtif, yakni pembiayaan yang ditujukan untuk pembelian suatu barang yang digunakan bukan untuk kepentingan produktif.³⁷

b. Pembiayaan Berdasarkan Cara Pembayaran

- 1) Pembiayaan berdasarkan angsuran pokok, margin/ bagi hasil periodik, yakni angsuran untuk jenis pokok dan bagi hasil dibayar/ diangsur secara periodik berdasarkan waktu yang telah ditentukan misalnya bulanan.
- 2) Pembiayaan margin/ bagi hasil periodik dan pokok di akhir, yakni untuk bagi hasil dibayar/diangsur secara periodik sedangkan pokok dibayar sepenuhnya pada saat akhir jangka waktu angsuran.
- 3) Pembiayaan dengan angsuran pokok dan margin/ bagi hasil di akhir, yakni untuk pokok dan bagi hasil dibayar pada saat akhir jangka waktu pembiayaan dengan catatan jangka waktu maksimal 6 (enam) bulan.

c. Pembiayaan Berdasarkan Segmen Pasar

- 1) Pembiayaan usaha kecil, yaitu pembiayaan yang diberikan kepada para anggota yang berprofesi sebagai pedagang

³⁷ Widiyanto bin Mislan Cokrohadi Sumarto, et. al., *BMT: Praktik dan Kasus*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2016, h. 55

atau pengusaha kecil, baik untuk mengembangkan perputaran usaha maupun penyediaan prasarana dan sarana usaha.

- 2) Pembiayaan konsumtif, yaitu pembiayaan yang diberikan kepada anggota untuk kebutuhan konsumtif, seperti pembelian barang elektronik, kendaraan, dan rumah.³⁸

d. Pembiayaan Berdasarkan Jangka Waktunya

- 1) Pembiayaan jangka pendek, yaitu pembiayaan yang diberikan berdasarkan jangka waktu maksimal satu tahun.
- 2) Pembiayaan jangka menengah, yaitu diberikan dengan jangka waktu antara satu tahun hingga tiga tahun.
- 3) Pembiayaan jangka panjang, yaitu pembiayaan yang jangka waktunya lebih dari tiga tahun.³⁹

e. Pembiayaan Berdasarkan Segi Jaminan

- 1) Pembiayaan dengan jaminan, yaitu jenis pembiayaan yang didukung dengan jaminan (agunan) yang cukup. Agunan atau jaminan dapat digolongkan menjadi jaminan perorangan, benda berwujud, dan benda tidak berwujud.
- 2) Pembiayaan tanpa jaminan, yaitu pembiayaan yang diberikan kepada nasabah tanpa didukung dengan

³⁸ Nurul Huda, et. al., *Baitul Mal Wa Tamwil: Sebuah Tinjauan Teoritis...*h. 80

³⁹ Ismail, *Perbankan Syariah...*h. 114-115

jaminan. Pembiayaan ini diberikan berdasarkan kepercayaan kepada nasabah.⁴⁰

4. Penilaian Pemberian Pembiayaan

Ada beberapa syarat penilaian pembiayaan yang sering dilakukan, diantaranya dengan analisis 5C, analisis 7P, dan studi kelayakan. Analisis 5C dan 7P memiliki hubungan yang erat dimana analisis 7P merupakan penjelasan dari analisis 5C.

Syarat pemberian pembiayaan dengan analisis 5C, yaitu:⁴¹

a. *Character* (Karakter/ akhlak)

Karakter ini dapat diperoleh dari latar belakang nasabah. Hal tersebut dapat dilihat dari interaksi kehidupan seseorang dengan keluarga dan tetangganya.

b. *Capacity* (Kemampuan manajerial)

Merupakan kemampuan nasabah dalam membayar pembiayaan. Calon penerima pembiayaan harus mempunyai kemampuan manajerial yang baik, handal, dan tangguh dalam melaksanakan usahanya.

c. *Capital* (Modal)

Calon penerima pembiayaan harus mampu mengatur keuangannya dengan baik, dalam hal ini seorang pengusaha harus menyisihkan sebagian keuntungan usahanya untuk

⁴⁰ Ismail, *Perbankan Syariah...*h. 117-118

⁴¹ V. Wirata Sujarweni, *Analisis Laporan Keuangan*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2017, h. 169-171

menambah modal sehingga skala usahanya dapat ditingkatkan.

d. *Collateral* (Jaminan)

Merupakan jaminan atau agunan yang berasal dari calon nasabah baik yang bersifat fisik maupun non fisik. Fungsi dari jaminan tersebut adalah sebagai pengganti pelunasan pembiayaan jika penerima pembiayaan sudah tidak mampu melunasi pembiayaan dan sebagai pelunasan pembiayaan jika penerima pembiayaan melakukan wanprestasi.

e. *Conditional* (Kondisi)

Usaha yang dijalankan oleh calon penerima pembiayaan harus baik, dalam arti mampu menyukupi kebutuhan hidup keluarganya, menutupi biaya operasional usaha dan kelebihan dari hasil usaha dapat menjadi modal usaha untuk lebih berkembang lagi.

5. Akad Pembiayaan

a. *Murabahah*

1) Pengertian *Murabahah*

Murabahah (*al-bai' bi tsaman ajil*) lebih dikenal sebagai *murabahah* saja. *Murabahah*, yang berasal dari kata *ribhu* (keuntungan)⁴². *Murabahah* adalah transaksi

⁴²Adiwarman A.Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011, h. 98

penjualan barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Hal yang membedakan *murabahah* dengan penjualan yang biasa kita kenal adalah penjual secara jelas memberi tahu kepada pembeli berapa harga pokok barang tersebut dan berapa besar keuntungan yang diinginkannya. Pembeli dan penjual dapat melakukan tawar-menawar atas besaran *margin* keuntungan sehingga akhirnya diperoleh kesepakatan.⁴³

Sebagaimana fatwa DSN-MUI karakteristik pembiayaan *murabahah* berbeda dengan kredit yang terjadi pada pembiayaan konvensional. Diantaranya harga jual kredit kepada konsumen pada lembaga keuangan konvensional memakai tingkat bunga yang tergantung situasi pasar, sedangkan pada pembiayaan *murabahah*, margin/ tingkat keuntungan *murabahah* bersifat tetap, sehingga harga jual tidak boleh berubah.⁴⁴

2) Sumber Hukum *Murabahah*⁴⁵

a) Al-Quran

...وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...

⁴³ Sri Nurhayati dan Wasilah, *Akuntansi Syariah di Indonesia*, Edisi 4, Jakarta: Salemba Empat, 2017, h. 174

⁴⁴ Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, Yogyakarta: Kalimedia, 2015, h. 224

⁴⁵ Panduan Komprehensif D3 Perbankan Syariah

Artinya: “...Allah telah mengharamkan jual beli dan menghalalkan riba..” (Q.S. Al Baqarah: 275)

b) Hadits

Dari Jumai' bin 'Umair dari pamannya Nabi saw ditanya tentang penghasilan yang paling utama. Beliau bersabda: *"Sebaik-baik penghasilan adalah jual beli yang sah, tidak terdapat unsur penipuan dan usaha seseorang dengan tangannya.* (H.R. Ahmad nomor 15276).

3) Syarat-syarat *Murabahah*

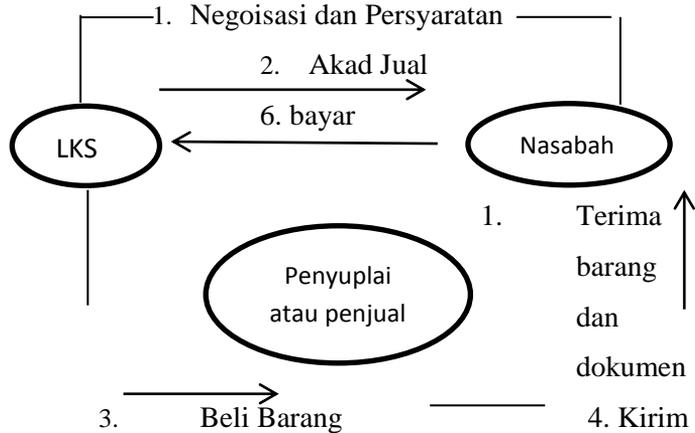
Para pihak:

- a) Berwenang secara hukum.
- b) Rela atau suka sama suka.

Obyek:

- a) Ada secara fisik.
- b) Memiliki kepemilikan yang jelas dan bukan barang haram.
- c) Harga tidak berubah selama masa perjanjian harus sesuai kesepakatan.

4) Teknik Pelaksanaan Skema Akad *Murabahah* pada Lembaga Keuangan Syariah



Sumber: Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*

Gambar 2.1 Skema *Murabahah*

Dalam operasionalnya di Lembaga Keuangan Syariah, akad *murabahah* digunakan untuk memfasilitasi nasabah dalam memenuhi kebutuhan hidup, seperti membeli rumah, kendaraan, barang-barang elektronik, furnitur, barang dagangan, bahan baku, atau bahan pembantu produksi.

b. *Salam*

1) Pengertian *Salam*

Salam berasal dari kata *As salaf* yang artinya pendahuluan karena pemesan barang menyerahkan

uangnya di muka. Para ahli fikih menamainya *al mahawi'ij* (barang-barang mendesak) karena ia sejenis jual beli yang dilakukan mendesak walaupun barang yang diperjualbelikan tidak ada di tempat. “mendesak”, dilihat dari sisi pembeli karena ia sangat membutuhkan barang tersebut di kemudian hari sementara dari sisi penjual, ia sangat membutuhkan uang tersebut.⁴⁶

Adapun menurut konteks ekonomi syariah, *salam* ialah akad jual beli barang (komoditas) dengan pesanan yang harganya dibayar dengan segera (pada saat akad disepakati) dan barangnya akan diserahkan kemudian dalam jangka waktu yang disepakati.⁴⁷ PSAK 103 mendefinisikan *salam* sebagai akad jual beli barang pesanan (*muslam fiih*) dengan pengiriman di kemudian hari oleh penjual (*muslam illaihi*) dan pelunasannya dilakukan oleh pembeli (*al muslam*) pada saat akad disepakati sesuai dengan syarat-syarat tertentu.⁴⁸ Untuk menghindari risiko yang merugikan, pembeli boleh meminta jaminan dari penjual.

Salam paralel adalah transaksi dimana lembaga keuangan melakukan pembelian barang tertentu dengan

⁴⁶ Sri Nurhayati dan Wasilah, *Akuntansi Syariah di Indonesia...*h. 200

⁴⁷ Nurul Huda, et. al., *Baitul Mal Wa Tamwil: Sebuah Tinjauan Teoritis...*h. 86

⁴⁸ Sri Nurhayati dan Wasilah, *Akuntansi Syariah di Indonesia...*h. 200

pembayaran di muka dan menjualnya kembali kepada pihak lain (nasabah) dengan jangka waktu penyerahan yang telah disepakati.⁴⁹

2) Sumber Hukum Salam⁵⁰

a) Al-Quran

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ۚ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu`amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya* (Q.S. al- Baqarah 282).

b) Hadist

Dari Abu al- Minhal, ia berkata; saya mendengar Ibn Abbas r.a. berkata; Rasulullah saw datang ke Madinah dan mereka melakukan jual beli secara salaf pada kurma selama dalam jangka dua tahun dan tiga tahun. Kemudian beliau melarang mereka dan bersabda: "*Barang siapa yang memberikan hutang maka hendaknya ia menghutangi pada takaran yang diketahui, timbangan yang diketahui hingga jangka waktu yang diketahui* (H.R. an- Nasa'i nomor 4537)

⁴⁹ Widiyanto bin Mislan Cokrohadisumarto, et. al., *BMT: Praktik dan Kasus...*h. 57

⁵⁰ Panduan Komprehensif D3 Perbankan Syariah

3) Rukun dan Syarat *Salam*

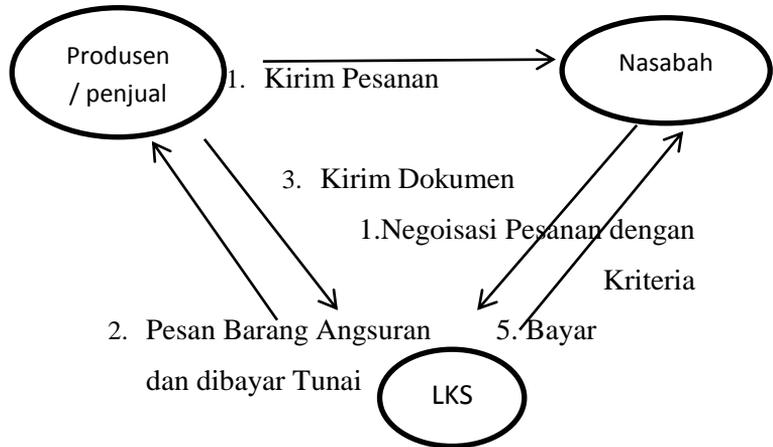
Rukun *salam*:

- a) Pembeli (*muslam*) dan penjual (*muslam ilaih*).
- b) Modal dan barang (*muslam fihi*).
- c) Ijab qabul (*sighat*).

Syarat *salam*:

- a) Modal harus diketahui.
- b) Barang harus jelas spesifikasinya.
- c) Harus dapat diidentifikasi secara jelas untuk mengurangi kesalahan akibat kurangnya pengetahuan tentang barang yang diperjualbelikan, tentang kualifikasi kualitas, serta mengenai jumlahnya.
- d) Penyerahan barang dilakukan dikemudian hari.
- e) Boleh menentukan waktu di masa yang akan datang untuk penyerahan barang.

4) Teknik Pelaksanaan Skema Akad *Salam* pada Lembaga Keuangan Syariah



Sumber: Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*
Gambar 2.2 Skema *Ba'i As-Salam*

Produk *salam* diutamakan untuk pembelian dan penjualan hasil produksi pertanian, perkebunan, atau peternakan. Menurut Ibnu Qudamah, “Orang-orang mempunyai kebutuhan akan *salam*, sementara petani memerlukan uang untuk biaya hidup dan harus mengeluarkan uang agar mendatangkan hasil.”⁵¹ Lembaga Keuangan Syariah menggunakan akad *salam* untuk

⁵¹ Nurul Huda, et. al. (eds), *Baitul Mal Wa Tamwil: Sebuah Tinjauan Teoritis...*h. 90

memfasilitasi pemenuhan kebutuhan permodalan atau penyaluran dana dengan cara melakukan pemesanan pembelian dengan pembayaran sekaligus dimuka.

c. *Istishna*

1) Pengertian *Istishna*

Menurut bahasa, *istishna'* ialah meminta dibuatkan. Sementara itu, menurut istilah, *bai' istishna'* ialah akad jual beli di mana produsen (*shani'*) ditugaskan untuk membuat suatu barang (pesanan) oleh pemesan (*mustashni'*). Adapun menurut konteks ekonomi syariah, *bai' istishna'* ialah akad jual beli dalam bentuk pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan (pembeli) dan pembuat (penjual).⁵² Sedangkan *bai' istishna'* paralel adalah jual beli barang antara lembaga keuangan dan nasabah dengan spesifikasi sesuai yang dikehendaki nasabah dan dengan harga serta cara pembayaran yang disepakati bersama, kemudian lembaga keuangan akan meminta produsen/ kontraktor untuk membuatkan barang yang dipesan oleh nasabah tersebut.

⁵² Nurul Huda, et. al., *Baitul Mal Wa Tamwil: Sebuah Tinjauan Teoritis...*h. 92

2) Sumber Hukum *Istishna*⁵³

a) Al-Quran

﴿ فَكَتُبُوهُ مُسَمًّى أَجَلٍ إِلَىٰ يَدَيِنَا نَعَدَّيْنُكُمْ إِذَا آمَنُوا الَّذِينَ أُيْهَا يَا ۝﴾

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu`amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya*” (Q.S. al- Baqarah 282).

b) Hadits

“Dari Anas RA bahwa Nabi SAW hendak menuliskan surat kepada raja non-Arab, lalu dikabarkan kepada beliau bahwa raja-raja non-Arab tidak sudi menerima surat yang tidak distempel. Maka beliau pun memesan agar ia dibuatkan cincin stempel dari bahan perak. Anas menisahkan: *Seakan-akan sekarang ini aku dapat menyaksikan kemilau putih di tangan beliau.*” (HR. Muslim).

3) Rukun dan Syarat *Istishna*

Rukun *Istishna*:

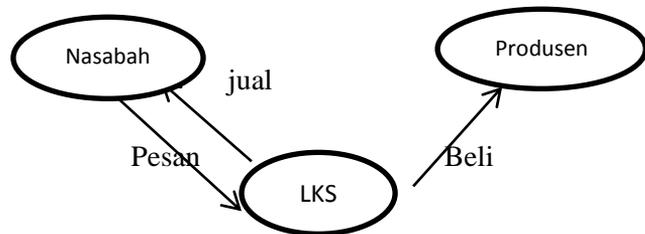
- a) Pemesan (pembeli/ *mustashni*’) dan penjual (pembuat/ *shani*’).
- b) Objek akad berupa barang yang akan diserahkan dan modal *istishna*’ yang berbentuk harga.
- c) Ijab kabul/ serah terima.

⁵³ Panduan Komprehensif D3 Perbankan Syariah

Syarat *Istishna*:

- a) Modal harus diketahui.
- b) Harus jelas spesifikasinya.
- c) Harus dapat diidentifikasi secara jelas untuk mengurangi kesalahan akibat kurangnya pengetahuan tentang barang yang diperjualbelikan, tentang kualifikasi kualitas, serta mengenai jumlahnya.
- d) Boleh menentukan waktu di masa yang akan datang untuk penyerahan barang.

4) Teknik Pelaksanaan Skema Akad *Istishna* pada Lembaga Keuangan Syariah



Sumber: Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*

Gambar 2.3 Skema *Bai' Al-Istishna*

Akad *istishna* digunakan oleh Lembaga Keuangan Syariah untuk memfasilitasi pemenuhan kebutuhan nasabahnya terhadap barang yang masih dalam proses pembuatan. Pemindahan kepemilikan barang pesanan dari penjual ke pembeli dilakukan pada saat penyerahan

sesuai dengan kriteria yang disepakati. Selisih harga jual dan pokok barang merupakan keuntungan LKS. Harga jual tidak bisa diubah selama masa perjanjian.

d. *Mudharabah*

1) Pengertian *Mudharabah*

Mudharabah berasal dari kata *adhdharby fi ardhi* yaitu bepergian untuk urusan dagang. Disebut juga *qiradh* yang berasal dari kata *alqardhu* yang berarti potongan, karena pemilik memotong sebagian hartanya untuk diperdagangkan dan memperoleh sebagian keuntungan.⁵⁴ Secara istilah *mudharabah* ialah akad kerja sama usaha antara dua pihak, di mana pemilik dana (*shahib al-mal*) menyediakan dana kemudian menyerahkannya kepada pengelola usaha (*mudharib*) untuk diputar sebagai usaha yang keuntungannya dibagi menurut kesepakatan bersama. Sementara itu, menurut konteks ekonomi syariah, *mudharabah* ialah bentuk kerja sama antara Lembaga Keuangan Syariah sebagai pemilik dana dengan nasabahnya yang bertindak sebagai pengelola usaha yang produktif dan halal.⁵⁵

⁵⁴ Sri Nurhayati dan Wasilah, *Akuntansi Syariah di Indonesia...*h. 128

⁵⁵ Nurul Huda, et. al., *Baitul Mal Wa Tamwil: Sebuah Tinjauan Teoritis...*h. 98

2) Jenis Akad *Mudharabah*

Dalam PSAK, *mudharabah* diklarifikasikan ke dalam tiga jenis, yaitu:⁵⁶

- a) *Mudharabah Muthlaqah* adalah *mudharabah* di mana pemilik dana memberikan kebebasan kepada pengelola dana dalam pengelolaan investasinya. *Mudharabah* ini disebut juga *investasi tidak terikat*.
- b) *Mudharabah Muqayyadah* adalah *mudharabah* di mana pemilik dana memberikan batasan kepada pengelola antara lain mengenai dana, lokasi, cara, dan/atau objek investasi atau sektor usaha. *Mudharabah* jenis ini disebut juga *investasi terikat*.
- c) *Mudharabah Musytarakah* adalah *mudharabah* di mana pengelola dana menyertakan modal atau dananya dalam kerja sama investasi. Jenis *mudharabah* seperti ini adalah *mudharabah musytarakah* merupakan perpaduan akad *mudharabah* dengan *musytarakah*.

3) Sumber Hukum *Mudharabah*⁵⁷

- a) Al-Quran

⁵⁶ Sri Nurhayati dan Wasilah, *Akuntansi Syariah di Indonesia...*h. 130-131

⁵⁷ Panduan Komprehensif D3 Perbankan Syariah

وَأَخْرُونَ يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ
وَأَخْرُونَ يُقْتَلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ

Artinya: "...dan orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah; dan orang-orang yang lain lagi yang berperang di jalan Allah..." (Q.S. al- Muzammil 20)

b) Hadits

"Rahmat Allah tercurahkan kepada dua pihak yang sedang bekerja sama selama mereka tidak melakukan pengkhianatan. Karena jika berkhianat, maka bisnis mereka tercela dan keberkahan akan sirna." (HR. Abu Dawud, Al Baihaqi, dan Al-Hakam)

4) Rukun dan Ketentuan Akad Mudharabah

a) Rukun *Mudharabah*

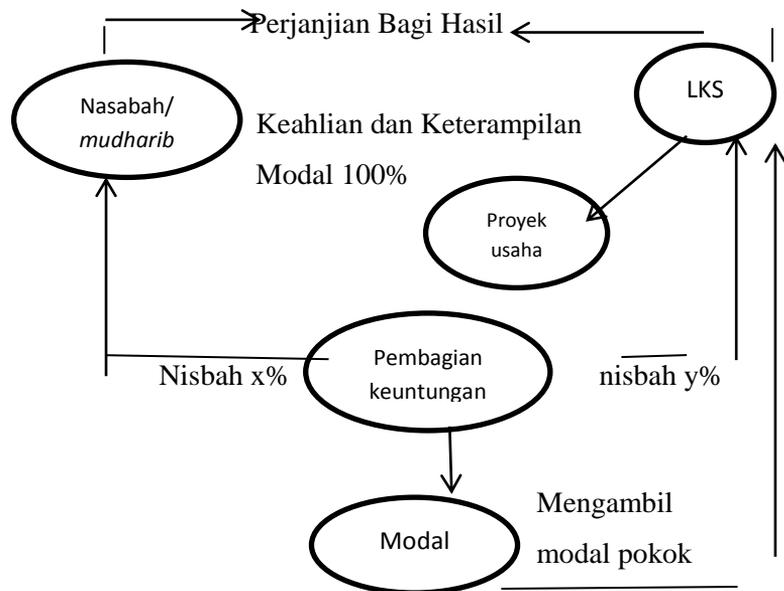
1. Pelaku, terdiri atas pemilik dana dan pengelola dana.
2. Objek, berupa modal dan kerja.
3. Ijab kabul/ serah terima.
4. Nisbah keuntungan.

b) Ketentuan *Mudharabah*

1. Penyedia dana dan pengelola dana harus cakap hukum.
2. Adanya pernyataan ijab qabul.
3. Adanya modal untuk tujuan usaha.

4. Keuntungan *mudharabah* adalah jumlah yang didapat sebagai kelebihan dari modal.
5. Kegiatan usaha oleh pengelola (*mudharib*), sebagai perimbangan (*muqabil*) modal yang disediakan oleh penyedia dana.

5) Teknik Pelaksanaan Skema Akad *Mudharabah* pada Lembaga Keuangan Syariah



Sumber: Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*

Gambar 2.4 Skema *Mudharabah*

Penerapan akad *mudharabah* dalam Lembaga Keuangan Syariah diaplikasikan dalam pembiayaan modal kerja, yaitu modal bagi perusahaan yang bergerak

dalam bidang industri, perdagangan, dan jasa; digunakan untuk pembiayaan investasi yaitu untuk pengadaan barang-barang modal, dan sebagainya; digunakan untuk pembiayaan investasi khusus yaitu lembaga keuangan syariah bertindak sebagai *arranger* yang mempertemukan kepentingan pemilik dana, seperti yayasan dan lembaga keuangan non bank, dengan pengusaha yang memerlukan dana.

e. *Musyarakah*

1) Pengertian *Musyarakah*

Menurut Afzalur Rahman, seorang Deputy Secretary General in The Muslim School Trust, secara bahasa *al-syirkah* berarti *al-ikhtilath* (percampuran) atau persekutuan dua orang atau lebih, sehingga antara masing-masing sulit dibedakan atau tidak dapat dipisahkan. Istilah lain *musyarakah* adalah *syirkah* atau *sharikah* atau kemitraan. PSAK No. 106 mendefinisikan *musyarakah* akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan ketentuan bahwa keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan sedangkan kerugian berdasarkan porsi kontribusi dana. Para mitra bersama-sama menyediakan dana untuk mendanai sebuah usaha tertentu dalam masyarakat, baik usaha yang sudah

berjalan maupun yang baru, selanjutnya salah satu mitra dapat mengembalikan dana tersebut dan bagi hasil yang telah disepakati nisbahnya secara bertahap atau sekaligus kepada mitra lain.⁵⁸

2) Jenis Akad *Musyarakah*

Berdasarkan ulama fikih, *musyarakah* dibagi menjadi dua jenis, yaitu:⁵⁹

- a) *Musyarakah* kepemilikan (*syirkah al milk*), adalah *musyarakah* yang timbul adanya faktor warisan, wasiat atau kondisi lainnya yang mengakibatkan terjadinya kepemilikan terhadap suatu *assets* oleh dua orang atau lebih.
- b) *Musyarakah* akad (*syirkah al 'uqud*), adalah hasil suatu kesepakatan dari dua orang atau lebih untuk mengadakan kerjasama usaha. *Musyarakah* akad (*syirkah al 'uqud*) dibagi menjadi empat jenis, yaitu:
 1. *Syirkah Abdan*, yaitu kesepakatan kerjasama antara dua orang atau lebih yang memiliki profesi dan keahlian tertentu.
 2. *Syirkah Wujuh*, yaitu *syirkah* yang terbentuk antara dua orang atau lebih, tanpa setoran modal. Modal yang digunakan hanyalah nama baik yang dimiliki,

⁵⁸ Sri Nurhayati dan Wasilah, *Akuntansi Syariah di Indonesia...*h. 150

⁵⁹ Sri Nurhayati dan Wasilah, *Akuntansi Syariah di Indonesia...*h. 151-154

terutama karena kepribadian dan kejujuran masing-masing dalam berniaga.

3. *Syirkah 'Inan*, yaitu akad kerjasama antara dua orang atau lebih, masing-masing memberikan kontribusi dana dengan porsi tidak harus sama, keuntungan dan kerugian dibagi berdasarkan kesepakatan bersama.
4. *Syirkah Mufawwadah*, yaitu akad kerjasama antara dua orang atau lebih, masing-masing memberikan kontribusi dana dengan porsi yang sama dan berpartisipasi dalam kerja dengan bobot yang sama pula..

3) Sumber Hukum *Musyarakah*⁶⁰

a) Al-Quran

ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا رَجُلًا فِيهِ شُرَكَاءُ مُتَشَاكِسُونَ وَرَجُلًا
 سَلَمًا لِرَجُلٍ هَلْ يَسْتَوِيَانِ مَثَلًا الْحَمْدُ لِلَّهِ بَلْ أَكْثَرُهُمْ لَا
 يَعْلَمُونَ ﴿١٦﴾

Artinya: Allah membuat perumpamaan (yaitu seorang laki-laki (budak) yang dimiliki oleh beberapa orang yang berserikat yang dalam perselisihan dan seorang budak yang menjadi milik penuh dari seorang laki-laki (saja); Adakah kedua budak itu sama halnya? Segala puji bagi

⁶⁰ Panduan Komprehensif D3 Perbankan Syariah

Allah, tetapi kebanyakan mereka tidak mengetahui (Q.S. az- Zumar 29)

b) Hadits

Dari Abu Hurairah dan ia merafa'kannya. Ia berkata; *“sesungguhnya Allah berfirman: "Aku adalah pihak ketiga dari dua orang yang bersekutu, selama tidak ada salah seorang diantara mereka yang berkhianat kepada sahabatnya. Apabila ia telah mengkhianatnya, maka aku keluar dari keduanya”* (H.R. Abu Daud nomor 2936)

4) Rukun dan Ketentuan Akad *Musyarakah*

a) Rukun Akad *Musyarakah*

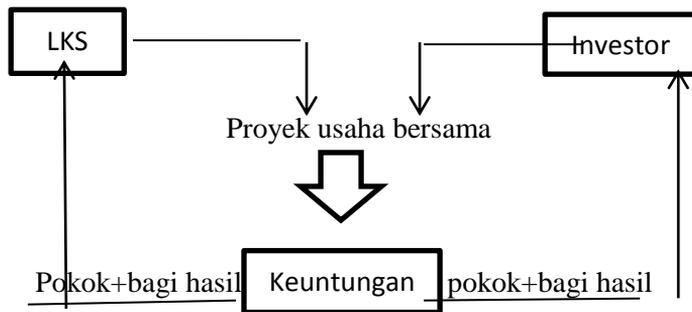
1. Pelaku terdiri atas para mitra.
2. Objek *musyarakah* berupa modal dan kerja.
3. Ijab kabul/ serah terima.
4. Nisbah keuntungan.

b) Ketentuan Akad *Musyarakah*

1. Pihak yang berkontrak harus cakap hukum dan memperhatikan hak-hak kedua belah pihak.
2. Modal yang diberikan harus uang tunai. Selain itu para pihak tidak boleh meminjamkan, menghibahkan, atau menghadiahkan modal *musyarakah* kepada pihak lain, kecuali atas dasar kesepakatan bersama.

3. Partisipasi antara lembaga keuangan dengan nasabahnya merupakan dasar pelaksanaan *musyarakah* dengan masing-masing pihak mengutus wakilnya.
4. Keuntungan ataupun kerugian dibagi secara proporsional berdasarkan kesepakatan pada awal akad.

5) Teknik Pelaksanaan Skema Akad *Musyarakah* pada Lembaga Keuangan Syariah



Sumber: Antonio, Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik

Gambar 2.5 Skema *Musyarakah*

Pembiayaan *musyarakah* digunakan Lembaga Keuangan Syariah untuk memfasilitasi pemenuhan sebagian kebutuhan permodalan nasabahnya dan menjalankan usaha yang disepakati. Pembiayaan modal kerja dapat dialokasikan untuk perusahaan yang bergerak dalam bidang konstruksi, industri, perdagangan, dan jasa,

dalam hal pembiayaan investasi dialokasikan untuk perusahaan yang bergerak dalam bidang industri.

f. *Ijarah*

1) Pengertian *Ijarah*

Menurut Sayyid Sabiq dalam Fikih Sunnah, *al-Ijarah* berasal dari kata *al Ajru* yang berarti *al 'Iwadhu* (ganti/ kompensasi), *ijarah* dapat didefinisikan sebagai akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa, dalam waktu tertentu dengan pembayaran upah sewa (*ujrah*), tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri. Jadi, *ijarah* dimaksudkan untuk mengambil manfaat atas suatu barang atau jasa dengan membayar sewa atau upah sejumlah tertentu.⁶¹

2) Sumber Hukum *Ijarah*⁶²

a) Al-Quran

قَالَ إِنِّي أُرِيدُ أَنْ أُنكِحَكَ إِحْدَى ابْنَتَيَّ هَاتَيْنِ
عَلَى أَنْ تَأْجُرَنِي تَمَنِي حِجَجٍ^ط فَإِنْ أَتَمَمْتَ عَشْرًا

⁶¹ Sri Nurhayati dan Wasilah, *Akuntansi Syariah di Indonesia...*h. 167

⁶² Panduan Komprehensif D3 Perbankan Syariah

فَمِنْ عِنْدِكَ وَمَا أُرِيدُ أَنْ أَشُقَّ عَلَيْكَ سَتَجِدُنِي

إِنْ شَاءَ اللَّهُ مِنَ الصَّالِحِينَ

Artinya :“Berkatalah dia (Syu`aib):
 “Sesungguhnya aku bermaksud menikahkan kamu dengan salah seorang dari kedua anakku ini, atas dasar bahwa kamu bekerja denganku delapan tahun dan jika kamu cukupkan sepuluh tahun maka itu adalah (suatu kebaikan) dari kamu, maka aku tidak hendak memberati kamu. Dan kamu insya Allah akan mendapatiku termasuk orang-orang yang baik” (Q.S. al- Qashash 27)

b) Hadits

Dari Ibnu Syihab bahwa ia pernah ditanya tentang seorang lelaki yang menyewa seekor binatang yang ditunggangi, lalu binatang tersebut dia sewakan lagi kepada orang lain dengan harga yang lebih tinggi daripada harga sewanya. Ibn Syihab menjawab; *"Tidak apa-apa"* (H.R. Malik nomor 1194)

3) Rukun dan Ketentuan Akad Ijarah

a) Rukun *Ijarah*

1. Pelaku yang terdiri atas pemberi sewa/ pemberi jasa/ *mu'jir* dan penyewa/ pengguna jasa/ *musta'jir*.

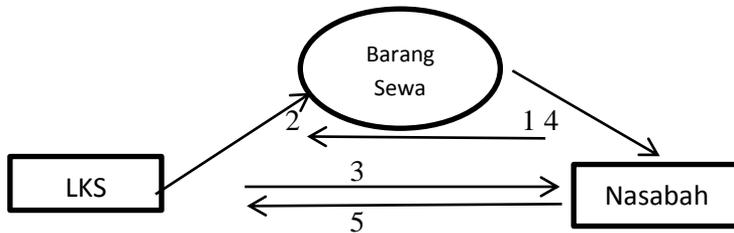
2. Objek akad ijarah berupa: manfaat aset/ *ma'jur* dan pembayaran sewa, atau manfaat jasa dan pembayaran upah.
3. Ijab kabul/ serah terima.

b) Ketentuan *Ijarah*

1. Objek *ijarah* harus bisa dinilai dan dapat dilaksanakan dalam kontrak dan manfaat barang harus dapat dikenali secara spesifik dan jelas sedemikian rupa yang dapat menghindarkan dari sengketa.
2. Sewa atau upah adalah sesuatu yang dijanjikan dan dibayar nasabah kepada LKS sebagai pembayaran manfaat.
3. Pembayaran sewa atau upah boleh berbentuk jasa (manfaat lain)
4. LKS harus menyediakan barang yang disewakan/ jasa yang diberikan, menanggung biaya pemeliharaan barang, dan menjamin bila terdapat cacat pada barang yang disewakan.
5. Nasabah harus membayar sewa atau upah dan bertanggung jawab untuk menjaga keutuhan barang, menanggung biaya pemeliharaan barang yang tidak materiil, dan jika barang yang disewa rusak bukan karena pelanggaran dari penggunaan

yang dibolehkan ia tidak bertanggung jawab atas kerusakan barang tersebut.

4) Teknik Pelaksanaan Skema Akad *Ijarah* pada Lembaga Keuangan Syariah



Sumber: Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*

Gambar 2.6 Skema *Ijarah*

Dalam Lembaga Keuangan Syariah *ijarah* diaplikasikan untuk menyewakan manfaat atas suatu barang atau jasa kepada nasabah dalam bentuk pembiayaan investasi, misalnya untuk pembiayaan barang-barang modal, seperti mesin-mesin, dan sebagainya; untuk pembiayaan konsumen misalnya untuk sewa mobil, rumah, dan sebagainya.

g. *Ijarah Muntahiya Bittamlik*

1) Pengertian IMBT

Ijarah Muntahiya Bittamlik adalah perpaduan antara kontrak jual beli dan sewa atau akad sewa yang

diakhiri dengan perpindahan kepemilikan barang di tangan penyewa. Pada dasarnya *ijarah* dengan IMBT memiliki kesamaan, yaitu keduanya mengenai objek sewa barang. Perbedaannya adalah hanya pada akhir sewa. Dalam *ijarah*, barang yang disewa tetap menjadi milik lembaga keuangan syariah; sedangkan dalam IMBT, barang yang disewa pada akhirnya diberikan kepada penyewa dan hal ini dinyatakan pada awal akad.⁶³

2) Sumber Hukum IMBT⁶⁴

a) Al-Quran

الْأَمِينُ لَقَوِيٌّ تَ اسْتَأْجَرَ مِنْ خَيْرٍ إِنَّ َّ جِزُهُ اسْتَأْأَبْتِ يَا هُمَا إِحْدَا قَالَتْ

Artinya: “Salah seorang dari kedua wanita itu berkata ‘wahai ayahku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), sesungguhnya orang yang paling baik untuk bekerja (pada kita) adalah orang yang kuat lagi dapat dipercaya.’” (QS. Al-Qashas:26)

b) Hadits

Diriwayatkan dari Sa’ad bin Abi Waqash, ia berkata, ”Dahulu kau menyewa tanah dengan (jalan membayar dari) tanaman yang tumbuh, Rasulullah lalu melarang kami melakukan itu dan memerintahkan kami membayarnya dengan uang

⁶³ Nurul Huda, et. al., *Baitul Mal Wa Tamwil: Sebuah Tinjauan Teoritis...*h. 115

⁶⁴ Nurul Huda, et. al., *Baitul Mal Wa Tamwil: Sebuah Tinjauan Teoritis...*h. 115-116

emas atau perak.” (HR. Ahmad Dawud dan An-Nasa’i)

3) Rukun dan Ketentuan Akad IMBT

a) Rukun IMBT

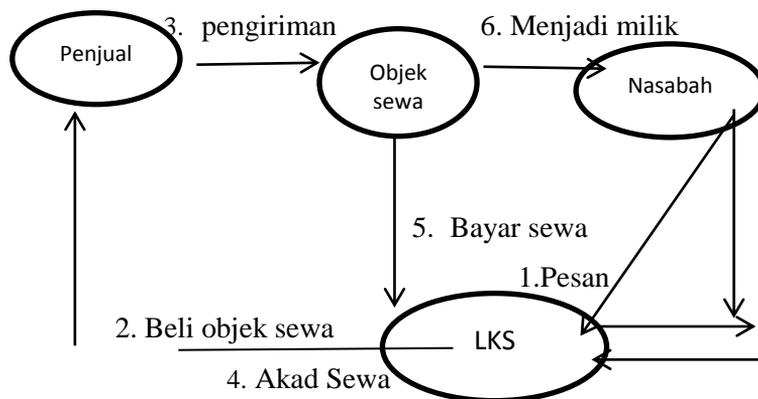
1. Pelaku yang terdiri atas pemberi sewa/ pemberi jasa/*mu’jir* dan penyewa/ pengguna jasa/ *musta’jir*.
2. Objek akad ijarah berupa: manfaat aset/ *ma’jur* dan pembayaran sewa, atau manfaat jasa dan pembayaran upah.
3. Ijab kabul/ serah terima.

b) Ketentuan akad IMBT

1. Objek sewa meliputi properti, alat transportasi, alat-alat berat, dan multijasa.
2. Spesifikasi objek sewa harus jelas dalam hal jumlah, ukuran, dan barang sewa harus dapat dinilai.
3. Pemilik sewa wajib menyediakan sewa, sekaligus menjamin penentuan kualitas dan kuantitas barang sewa.
4. Pembayaran sewa harus ditentukan diawal kesepakatan.
5. Pemindehan hak kepemilikan objek sewa dilakukan dengan hibah yang diakui sebagai aktiva sebesar nilai wajar dari objek sewa, pembelian

sebelum berakhirnya jangka waktu dengan harga sebesar sisa pembayaran sewa, dan pembelian secara bertahap yang diakui sebesar harga perolehan.

4) Teknik Pelaksanaan Skema Akad IMBT pada Lembaga Keuangan Syariah



Sumber: Antonio, Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik

Gambar 2.7 Skema IMBT

Dalam Lembaga Keuangan Syariah IMBT diaplikasikan untuk menyewakan manfaat atas suatu barang atau jasa kepada nasabah dalam bentuk pembiayaan investasi, misalnya untuk pembiayaan barang-barang modal, seperti mesin-mesin, dan sebagainya; untuk pembiayaan konsumen misalnya untuk

sewa mobil, rumah, dan sebagainya. Kemudian pada akhir akad terjadinya perpindahan hak kepemilikan dari LKS kepada nasabah.

BAB III
GAMBARAN UMUM
KSPPS BMT AL-HIKMAH UNGARAN

A. Profil KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran

Nama Koperasi : KSPPS BMT Al-Hikmah
Nama Manajer : Muhari, S.Ag
Alamat Kantor : Jl. Jendral Sudirman no. 12 Mijen Gedanganak
Kecamatan : Ungaran
Kabupaten : Semarang
Provinsi : Jawa Tengah
Telp/ Fax : 024 6924415

B. Sejarah Perkembangan KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran⁶⁵

KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran adalah sebuah lembaga ekonomi swadaya masyarakat yang tumbuh dan berkembang di wilayah Kecamatan Ungaran. Lahirnya KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran diawali adanya pertemuan tokoh masyarakat Babadan dan sekitarnya pada tanggal 24 September 1998 di Masjid Wahyu Langensari, melalui rapat yang dihadiri 30 orang yang siap menjadi anggota pendiri. Tujuan KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran ini untuk menciptakan sebuah lembaga perekonomian masyarakat sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas sosial kehidupan ekonomi umat

⁶⁵File Sejarah KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran

Islam, dengan sasaran utama para pedagang dan pengusaha kecil serta masyarakat umum lapis bawah di Kecamatan Ungaran.

Salah satu usahanya ialah unit simpan dengan menggunakan sistem bagi hasil, adapun target yang hendak dicapai adalah terbentuknya pusat perekonomian umat melalui kegiatan usaha mencapai kesejahteraan hidup umat.

Meneliti keberangkatannya, KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran mulai beroperasi di kompleks pasar Babadan blok B-26, pada tanggal 15 Oktober 1998 dengan modal awal Rp. 15.000.000,00. Modal awal tersebut berasal dari simpanan yang disetorkan para anggota berupa simpanan pokok, simpanan khusus, dan simpanan wajib pengelolaan KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran dipercayakan kepada empat orang pengelola yang telah mendapatkan pelatihan melalui proyek penanggulangan pekerja terampil di asrama haji Donohudon, Solo.

Dalam perkembangannya, KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran mengalami perkembangan yang cukup pesat selama 16 tahun berdiri, anggota yang menanamkan modal pun meningkat yang diikuti dengan meningkatnya jumlah nominal simpanan yang harus disetorkan. Untuk pembiayaan yang disalurkan juga mengalami peningkatan aset dan tentunya meningkat pula rugi laba setiap bulannya.

Kemajuan dan perkembangan KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran yang berdiri dengan latar belakang jenis usaha, asal

daerahnya yang berbeda, pendidikan dan status sosial yang berbeda menunjukkan kepercayaan masyarakat yang cukup besar terhadap keberadaan KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran. Kemajuan ini tentu saja tidak lepas dari peran dan kerjasama para pegawai KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran yang menempati kantor Jalan Jend. Sudirman No. 12 Mijen, Gedanganak, Ungaran Timur, Kab. Semarang, dipimpin oleh 1 kepala pimpinan dan memiliki pegawai sebanyak 13 orang. KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran memiliki 5 kantor cabang, yakni kantor cabang yang berada di kompleks pasar Babadan Blok E 23-25, dengan jumlah pegawai 4 orang. Kantor cabang kedua berada di kompleks terminal pasar Karangjati No.11 Kecamatan Bergas, dengan jumlah pegawai sebanyak 4 orang, kantor cabang ketiga di Jalan Telomoyo No.07 Bandungan dengan jumlah pegawai sebanyak 4 orang, kantor cabang ke empat berada di Jalan Samban-Jimbaran RT 01/RW 01 Samban, Bawen dengan jumlah pegawai sebanyak 3 orang, kantor kelima berada di Jl. Raya Gunungpati-Boja Ds. Ngabean No. 05 Gunungpati dengan jumlah pegawai sebanyak 3 orang.

Lahirnya KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran ini diawali dengan beberapa tahapan sebagai berikut :

1. Tanggal 24 September 1998 adanya pertemuan tokoh-tokoh masyarakat Lengensari Babadan dan sekitarnya bertempat di Masjid Wahyu Lengensari yang dihadiri 30 orang yang siap menjadi anggota pendiri.

2. Tanggal 15 Oktober KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran pertama kali beroperasi dengan nama BMT Al-Hikmah di kompleks Pasar Babadan Blok E 26 dengan modal awal Rp. 1.500.000,00 (satu juta lima ratus ribu rupiah). Modal awal tersebut berasal dari simpanan yang disetorkan para anggota berupa simpanan pokok, simpanan pokok khusus, dan simpanan wajib. Pengelolaan KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran dipercayakan pada empat orang pengelola yang telah mendapatkan pelatihan melalui Proyek Penanggulangan Pekerja Trampil (RAT) di asrama haji Donohudan, Solo.
3. Tanggal 2 Desember 2009 dalam perkembangannya, KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran mengalami perkembangan yang cukup pesat. Kemajuan dan pengembangan KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran dengan anggota yang berasal dari latar belakang jenis usaha, asal daerah, pendidikan dan status sosial yang berbeda menunjukkan kepercayaan masyarakat yang cukup besar terhadap keberadaan KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran, sehingga dirasa perlu perluasan wilayah dengan dibukanya kantor cabang Karangjati.
4. Tanggal 5 Maret 2010 BMT Al-Hikmah Ungaran disahkan sehingga berubah menjadi Koperasi BMT Al-Hikmah dengan bentuk usahanya KSU (Koperasi Serba Usaha).
5. Tanggal 06 Februari 2012 resmi menempati kantor pusat di Jl. Sudirman No. 12 Mijen Gedanganak Ungaran Timur, dan pada

tahun 2012 tersebut dibuka dua kantor cabang di Bawen dan Bandungan. Sampai saat ini jumlah semua kantor pelayanan berjumlah tujuh lokasi. Dua yang terakhir berada di Gunungpati Sekaran dan Ngabean.

6. Mulai September 2016 proses PAD dari Koperasi menjadi KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran.

C. Visi dan Misi KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran

1. Visi

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

2. 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. Merupakan pengelolaan koperasi secara profesional

D. Tujuan dan Sasaran KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran**1. Tujuan**

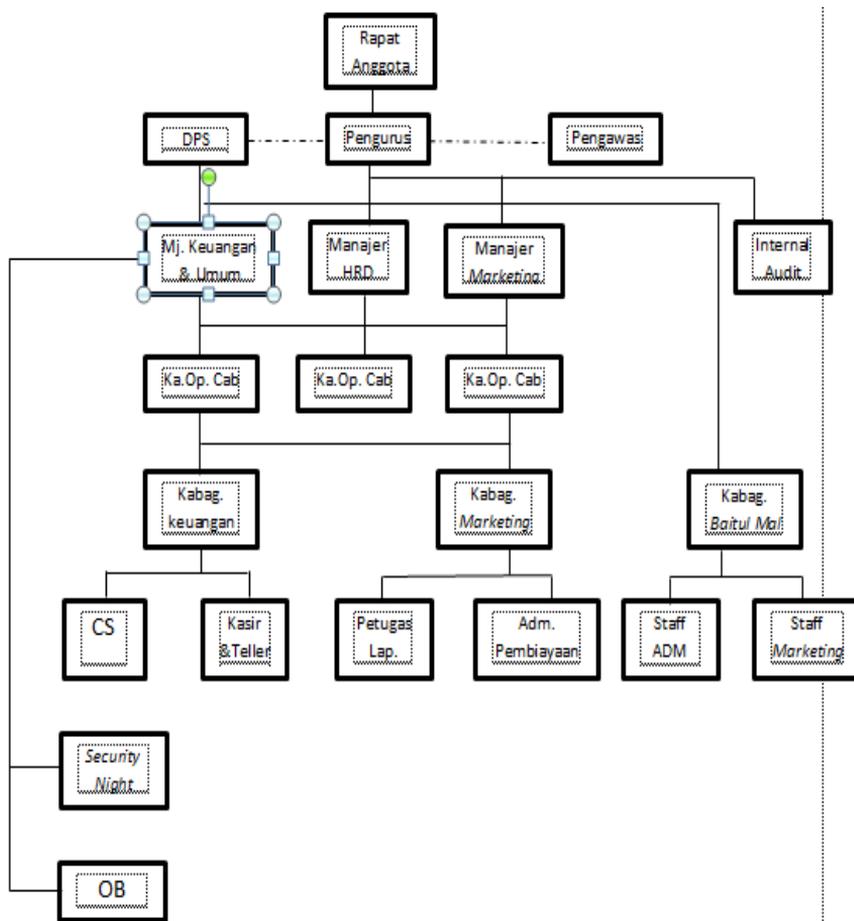
- a. Menyelamatkan kelompok-kelompok usaha lapisan masyarakat bawah dan situasi krisis ekonomi.
- b. Menambah modal kerja bagi masyarakat lapisan paling bawah dan kecil.
- c. Mengembangkan kelompok usaha masyarakat agar lebih produktif

2. Sasaran

- a. Tersedianya daan permodalan untuk anggota.
- b. Menghimpun dan menyalurkan kepada anggotanya yang melaksanakan aktivitas usaha yang produktif dan prospektif kepada para anggota.
- c. Memberikan pelayanan pinjaman kepada anggotanya yang melaksanakan usaha untuk modal kerja dengan prosedur yang mudah dan murah.

E. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran

1. Struktur Organisasi⁶⁶



Gambar 3.1 Struktur Organisasi KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran

⁶⁶ File Struktur Organisasi KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran

Keterangan:

a. Pengawas

1. Ketua : Gatot Indratmoko, S.E
2. Anggota I : Drs. H. Abu Hanafi
3. Anggota II : Drs. Toni Irianto

b. Pengurus

1. Ketua : Muhari, S.Ag
2. Sekretaris : H. Arif Sumandar, S.Pt
3. Bendahara : Asroti, S.Pd

c. Pengelola

1. Kantor Pusat dan Cabang Mijen Gedanganak

- | | |
|------------------------------|-------------------|
| a) Asroti, S.Pd | d) Sayfur Rohman |
| b) Mudhofar | e) Syaifuddin |
| c) Heni Fajar Rukiyanti, S.E | f) Dani Mahardika |
- Safik

2. Kantor Cabang Babadan

- a) Awing Fraptiyo, S.E
- b) Salamti Nurul Ariyani
- c) Nurul Huda Amrullah
- d) Abdurrohlim

3. Kantor Cabang Karangjati

- a) Mujana
- b) Fahrul Saktiana
- c) Abdul Hamid

- d) Ahwat Adi Wibowo
- 4. Kantor Cabang Bawen
 - a) Supandriyo, A.Md
 - b) Dian Irfani, A.Md
 - c) Zulikhan Yahya
- 5. Kantor Cabang Bandungan
 - a) Sulamin
 - b) Mashyudi
 - c) Aditya
 - d) Nur Janah
- 6. Kantor Cabang Guung Pati
 - a) Eko Susilo, S.E
 - b) Nida Ulwiyah
 - c) Kharis Muhandis

1. Uraian Tugas⁶⁷

Berikut ini uraian pembagian tugas masing-masing jabatan di Struktur Organisasi KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran:

a. Rapat Anggota

Rapat Anggota merupakan pemegang kekuasaan tertinggi dalam KSPPS. Rapat Anggota dihadiri oleh anggota, pengurus, pengawas, dan tamu undangan. Rapat Anggota membahas antara lain :

⁶⁷ File Struktur dan Alat Organisasi KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran

- 1) Kebijakan umum di bidang organisasi, manajemen dan usaha KSPPS
- 2) Pemilihan, pengangkatan, dan pemberhentian pengurus dan pengawas.
- 3) Penyusunan rencana kerja serta pengesahan laporan keuangan.
- 4) Pertanggungjawaban pengurus dalam pelaksanaan tugasnya.
- 5) Pembagian Sisa Hasil Usaha.
- 6) Penggabungan, peleburan, pembagian, dan pembubaran KSPPS.
- 7) Perubahan Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga.

b. Pengurus

- 1) Memimpin organisasi dan usaha KSPPS.
- 2) Menyelenggarakan RAT tepat waktu.
- 3) Terlaksananya hasil keputusan yang diamanatkan oleh RAT.
- 4) Menyusun/ merumuskan kebijakan umum, mengajukan Rencana Kerja (RK) dan Rencana Anggaran Pendapatan dan Belanja (RAPB) KSPPS untuk mendapat persetujuan Rapat Anggota.
- 5) Menyelenggarakan rapat pengurus untuk evaluasi bulanan perkembangan kinerja lembaga dan

menentukan serta membuat kebijakan strategi yang terkait dengan lembaga.

- 6) Menerima laporan keuangan yang dapat dipertanggungjawabkan pelaksanaan tugas yang dijalankan pengelola setiap bulan.
- 7) Pengurus KSPPS dipilih dari dan oleh anggota dalam rapat anggota untuk masa jabatan 5 tahun dan dapat dipilih kembali.
- 8) Menandatangani dokumen dan surat yang berhubungan dengan lembaga.
- 9) Melakukan segala perbuatan hukum untuk dan atas nama KSPPS.
- 10) Mewaliki KSPPS dihadapan dan diluar pengadilan.
- 11) Memelihara kerukunan diantara anggota dan mencegah segala hal yang menyebabkan perselisihan.

c. Dewan Pengurus Syariah

Dewan Pengawas Syariah (DPS) adalah badan yang dibentuk oleh Badan Pengurus berdasarkan rekomendasi Majelis Ulama Indonesia setempat. Badan ini melakukan fungsi pengawasan kesyariahan dan oleh karena itu badan ini bekerja sesuai dengan cara-cara yang dituntunkan oleh Majelis Ulama Indonesia. Dalam pelaksanaan tugas sehari-hari, DPS wajib mengikuti fatwa DSN yang merupakan otoritas tertinggi dalam mengeluarkan fatwa mengenai

kesesuaian produk/ jasa KSPPS dengan ketentuan dan prinsip syariah.

Tugas-tugas pokok:

- 1) Memastikan produk/ jasa koperasi sesuai dengan syariah.
- 2) Memastikan tata laksana manajemen dan pelayanan sesuai dengan syariah.
- 3) Terselenggaranya pendidikan anggota yang dapat mencerahkan dan membangun kesadaran bersama sehingga anggota siap dan konsisten bermuamalah secara Islami melalui wadah KSPPS.
- 4) Membantu terlaksananya pendidikan anggota yang dapat meningkatkan kualitas aqidah, akhlak, ibadah, dan muamalah anggota.

d. Pengawas

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

Tugas Pengawas:

- 1) Memberikan penilaian terhadap keputusan-keputusan kegiatan KSPPS.

- 2) Mengawasi dan menjaga agar pelaksanaan operasional KSPPS sesuai dengan ketentuan, arah, dan kebijakan yang telah ditetapkan Rapat Anggota.
- 3) Memberi saran atau pendapat kepada pengurus dan pengelola untuk kemajuan KSPPS.
- 4) Melakukan pemeriksaan / audit.
- 5) Membuat hasil laporan pengawasan kepada rapat anggota.
- 6) Pengawas dipilih dari dan oleh anggota di dalam suatu rapat Anggota.
- 7) Jumlah Pengawas minimal 3 (tiga) orang dan susunannya terdiri dari seorang ketua dan anggota-anggota.
- 8) Jumlah dan susunan Pengawas dapat berubah sesuai dengan dengan perkembangan KSPPS, tetapi harus gasal dan minimal 3 (tiga) orang.
- 9) Masa bakti Pengawas sama dengan masa bakti Pengurus.
- 10) Minimal salah satu dari anggota pengawas harus memahami prinsip muamalah syar'iyah.

e. Audit Internal

- 1) Bertanggung jawab memberikan jasa kepada manajemen, berupa informasi dan advis sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan manajemen serta

memikirkan cara-cara alternatif yang baik bagi KSPPS.

- 2) Hasil penilaian mengenai kelayakan dan kecukupan pengendalian dibidang keuangan, bidang pembiayaan dan kegiatan KSPPS lainnya serta peningkatan efektifitas pengendalian dengan biaya yang layak.
- 3) Hasil pemeriksaan untuk memastikan bahwa semua kebijakan, rencana dan prosedur KSPPS telah benar-benar ditaati.
- 4) Hasil pemeriksaan untuk memastikan bahwa semua harta milik KSPPS telah dipertanggung jawabkan dan dijaga dari semua kerugian.
- 5) Hasil pemeriksaan untuk memastikan bahwa data informasi yang disajikan kepada manajemen KSPPS dapat dipercaya.
- 6) Hasil penilaian mengenai kualitas pelaksanaan tugas tiap unit kerja dalam melaksanakan tanggung jawabnya.
- 7) Memberikan rekomendasi mengenai perbaikan-perbaikan di bidang operasional, pembiayaan dan bidang lainnya.
- 8) Membuat laporan berkaitan dengan hasil audit.

f. Manager SDI/ HRD

- 1) Bertanggung jawab mengelola dan mengembangkan sumber daya insani KSPPS termasuk perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan SDI dan pengembangannya.
- 2) Membuat sistem sumber daya yang efektif dan efisien misalnya dengan membuat SOP, *job description*, *training*, dan *development system*.
- 3) Bertanggungjawab penuh dalam proses recruitment karyawan mulai dari mencari calon karyawan, wawancara hingga seleksi
- 4) Melakukan seleksi, promosi, transferring dan demosi pada karyawan yang dianggap perlu.
- 5) Melakukan kegiatan pembinaan, pelatihan dan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pengembangan kemampuan, potensi, mental, ketrampilan dan pengetahuan karyawan yang sesuai dengan standar lembaga.
- 6) Bertanggung jawab terhadap absensi karyawan, perhitungan gaji, bonus dan tunjangan.
- 7) Membuat kontrak kerja karyawan serta memperbaharui masa berlaku kontrak kerja.
- 8) Melakukan tindakan disipliner pada karyawan yang melanggar kebijakan perusahaan.

g. Manager Keuangan dan Umum

- 1) Manajer keuangan bekerja sama dengan manajer yang lain bertugas merencanakan dan meramalkan perencanaan umum keuangan KSPPS.
- 2) Mengambil keputusan penting investasi dan berbagai pembiayaan serta semua hal yang terkait dengan keputusan tersebut.
- 3) Melaporkan laporan keuangan bulanan pada pertemuan tingkat manajemen pusat.
- 4) Membuat analisis laporan keuangan.
- 5) Memberikan masukan yang berkaitan dengan kebijakan akuntansi dan keuangan.
- 6) Merencanakan, mengatur dan mengontrol perencanaan laporan keuangan dan laporan pembiayaan.
- 7) Merencanakan, mengatur dan mengontrol arus kas perusahaan.
- 8) Merencanakan, mengatur dan mengontrol anggaran perusahaan.
- 9) Merencanakan, mengatur dan mengontrol pengembangan system dan prosedur keuangan.
- 10) Merencanakan, mengatur dan mengontrol analisis keuangan.

- 11) Merencanakan, mengatur dan mengontrol untuk memaksimalkan nilai perusahaan.

h. Manager Pemasaran

- 1) Menyusun draft rencana pemasaran berupa target funding, lending dan konfirmasi per cabang.
- 2) Rencana pengembangan produk, promosi dan distribusi berdasarkan pemetaan segmen dan potensi pasar.
- 3) Memimpin rapat koordinasi bulanan dengan marketing cabang.
- 4) Mengembangkan data base pelanggan jasa keuangan untuk menyusun profil dan pengembangan pemasaran.
- 5) Mengembangkan strategi pemasaran.
- 6) Melaksanakan survey.
- 7) Sebagai koordinator dalam penagihan pembiayaan bermasalah.

i. Kepala Operasional Cabang

- 1) Menjabarkan kebijaksanaan umum KSPPS yang telah dibuat Pengurus dan disetujui rapat anggota.
- 2) Menyusun dan menghasilkan rancangan anggaran KSPPS dan rencana jangka pendek, rencana jangka panjang, serta proyeksi (finansial maupun non finansial) kepada pengurus yang selanjutnya akan dibawa pada rapat anggota.

- 3) Menyetujui pembiayaan yang jumlahnya tidak melampaui batas wewenang manajemen.
- 4) Mengusulkan penambahan, pengangkatan dan mempromosikan serta pemberhentian karyawan pada kantor cabang.
- 5) Mengelola dan mengawasi pengeluaran dan pemasukan biaya-biaya harian dan tercapainya target yang telah ditetapkan secara keseluruhan.
- 6) Mengamankan harta kekayaan KSPPS agar terlindungi dari bahaya kebakaran, pencurian, perampokan dan kerusakan, serta seluruh asset KSPPS.
- 7) Terselenggaranya penilaian prestasi kerja karyawan dan membuat laporan secara periodik.
- 8) Menandatangani dan menyetujui permohonan pembiayaan dengan batas wewenang yang ada pada kantor wilayah masing-masing.
- 9) Meningkatkan pendapatan dan menekan biaya serta mengawasi operasional kantor wilayah masing-masing.

j. Administrasi Pembukuan

- 1) Pembuatan laporan keuangan.
- 2) Pengarsipan laporan keuangan dan berkas-berkas yang berkaitan secara langsung dengan keuangan.

- 3) Menyediakan data-data yang dibutuhkan untuk kebutuhan analisis lembaga.
- 4) Pengarsipan bukti slip transaksi.
- 5) Pengeluaran dan penyimpanan uang dari dan ke brankas.
- 6) Penghitungan bagi hasil dan pembukuannya.

k. Kabag Marketing Cabang

- 1) Merencanakan, mengarahkan serta mengevaluasi target *lending* dan *funding* serta memastikan strategi yang digunakan sudah tepat dalam upaya mencapai sasaran termasuk dalam menyelesaikan pembiayaan bermasalah.
- 2) Tercapainya target marketing baik *funding* maupun *lending*.
- 3) Terselenggaranya rapat *marketing* dan terselesaikannya permasalahan ditingkat *marketing*.
- 4) Menilai dan mengevaluasi kinerja bagian *marketing*.

l. Customer Service (CS)

- 1) Pelayanan terhadap pembukaan dan penutupan rekening simpanan harian dan simpanan berjangka serta mutasinya.
- 2) Pengarsipan simpanan dan simpanan berjangka.
- 3) Memberikan pelayanan prima kepada mitra sehubungan dengan produk *funding* (penghimpunan

dana) yang dimiliki oleh KSPPS, dan *lending* (pembiayaan).

- 4) Memberikan informasi hak dan kewajiban anggota secukupnya dan informasi lain yang diperlukan dan mengarahkan anggota/calon anggota pada pilihan produk yang sesuai dengan kebutuhannya.

m. *Teller*

- 1) Bertanggungjawab atas pelayanan anggota dalam hal transaksi uang tunai seperti penyetoran dan penarikan simpanan, angsuran pembiayaan, dll.
- 2) Menerima, menyimpan uang serta melakukan administrasi kas.
- 3) Mengatur dan menyimpan pengeluaran uang tunai yang telah disetujui oleh kepalacabang.
- 4) Bertanggung jawab atas kecocokan saldo akhir laporan kas dengan tunai yang ada memberikan saldo kas kepada manajer melalui kabag. keuangan menurut ketentuan yang telah ditetapkan.
- 5) Membuat : laporan harian kas, daftar mutasi vault, register o, kertas kerja rekap, slip pencairan debit/kredit, slip memorial.
- 6) Memberikan pelayanan dan informasi kepada anggota.
- 7) Mengadministrasikan pembukaan rekening simpanan dan validasi.

- 8) Bertanggung jawab terhadap slip-slip (setoran, pengambilan, dll).
- 9) Bertanggung jawab terhadap pengisian buku simpanan dan pembiayaan.
- 10) Melakukan pendataan semua anggota pada buku anggota.

n. Administrasi Pembiayaan

- 1) Melayani pengajuan pembiayaan, melakukan pengecekan kelengkapan administrasi serta mengadministrasikan berkas pembiayaan.
- 2) Memastikan seluruh pengajuan pembiayaan telah diproses sesuai dengan proses yang sebenarnya.
- 3) Memastikan analisis pembiayaan telah dilakukan dengan tepat dan lengkap sesuai dengan kebutuhan dan mempresentasikan dalam rapat komite.
- 4) Membantu terselesaikannya pembiayaan bermasalah.
- 5) Melihat peluang dan potensi pasar yang ada dalam upaya pengembangan pasar.
- 6) Melakukan monitoring atas ketepatan alokasi dana serta ketepatan angsuran pembiayaan mitra.

o. Marketing

- 1) Menerapkan strategi dan pola-pola tertentu dalam rangka *funding* dan *lending*.

- 2) Memastikan target *funding* dan *lending* tercapai sesuai dengan rencana.
- 3) Membuka hubungan dengan pihak /lembaga luar dalam rangka *funding* dan *lending*.
- 4) Tersosialisasinya produk-produk *funding* dan *lending* di KSPPS.

p. Office Boy

- 1) Membuka pintu pagar dan semua pintu dan jendela pada setiap pagi hari dan menutupnya kembali pada sore harinya.
- 2) Membersihkan halaman depan, teras, dan semua ruang kantor.
- 3) Menyalakan dan memadamkan lampu di luar kantor pada setiap pagi dan sore hari.
- 4) Membuang sampah yang ada pada tempat sampah. Membersihkan toilet dan kamar mandi, membersihkan bak mandi dan mengisinya, membersihkan dinding kamar mandi, dan menjaga kamar mandi selalu dalam kondisi bersih.
- 5) Membersihkan dan merapikan meja kursi dan perlengkapan lainnya. Menyediakan minuman untuk karyawan dan tamu.
- 6) Mencuci piring, gelas dan perlengkapan lainnya.

- 7) Memperbaiki kunci kunci pintu dan jendela apabila rusak.
- 8) Memasang/menaikkan bendera merah putih pada setiap pagi hari (jam 06.00) dan menurunkan pada sore harinya (Jam 18.00).
- 9) Menyampaikan informasi, usul, dan saran yang berkaitan dengan tugasnya kepada atasan.
- 10) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan, baik lisan maupun tertulis.

q. *Security Night*

- 1) Menjaga kantor pada malam hari.
- 2) Melakukan pengontrolan lingkungan sekitar kantor untuk memastikan kondisi keamanan kantor.
- 3) Menyalakan dan mematikan lampu-lampu kantor setelah jaga malam.
- 4) Mengecek kunci-kunci pintu dan pagar.
- 5) Membuat laporan tentang kejadian-kejadian penting selama masa penjagaan.

F. Ruang Lingkup Usaha BMT Al-Hikmah Ungaran

Produk-Produk KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran antara lain yaitu :

1. Produk Penghimpunan Dana⁶⁸

Produk penghimpunan dana yang dirancang khusus atas dasar syariah (dengan sistem bagi hasil), terdiri dari beberapa jenis simpanan, antara lain:

a. Simpanan Sukarela Lancar (SIRELA)

Simpanan Sukarela Lancar merupakan simpanan anggota masyarakat yang didasarkan akad *wadi'ah yad dhamanah*. Atas ijin penitip dana yang disimpan pada rekening SIRELA dapat dimanfaatkan oleh KJKS BMT Al-Hikmah. Penarikan maupun penyeteroran dari produk ini dapat dilakukan oleh pemegang rekening setiap saat.

Fitur:

- 1) Diperuntukkan bagi anggota perorangan.
- 2) Syarat pembukaan simpanan yang sangat ringan.
- 3) Bebas biaya administrasi bulanan.
- 4) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah (titipan).
- 5) Memperoleh bagi hasil simpanan yang akan ditambahkan secara otomatis setiap bulan.
- 6) Pembukaan rekening minimum Rp10.000,00.

⁶⁸ Brosur Jasa Layanan Simpanan KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran

- 7) Setoran selanjutnya minimum Rp10.000,00.
- 8) Saldo minimum yang harus dipelihara Rp10.000,00.
- 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 fotocopy KTP/SIM yang masih berlaku.
- 4) Bagi anggota baru wajib membayar simpanan pokok sebesar Rp25.000,00 dan simpanan wajib Rp10.000,00.

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 yang berprestasi.

Fitur:

- 1) Diperuntukkan bagi pelajar dan mahasiswa.
- 2) Syarat pembukaan simpanan yang sangat ringan.
- 3) Bebas biaya administrasi bulan.
- 4) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah (titipan).
- 5) Memperoleh bagi hasil simpanan yang akan ditambahkan secara otomatis setiap bulan.

- 6) Pembukaan rekening minimum Rp10.000,00.
- 7) Setoran selanjutnya minimum Rp10.000,00.
- 8) Saldo minimum yang harus dipelihara Rp10.000,00.
- 9) Penyetoran dan penarikan simpanan dapat dilakukan sewaktu-waktu pada jam kerja.
- 10) Dapat mengajukan beasiswa bagi pelajar atau mahasiswa yang berprestasi.

Syarat:

- 1) Mengisi aplikasi pendaftaran anggota KSPPS BMT Al-Hikmah.
- 2) Mengisi aplikasi pembukaan rekening SIMPEL.
- 3) Menyerahkan fotokopi Kartu Pelajar/Kartu Mahasiswa.
- 4) Bagi anggota baru wajib membayar simpanan pokok Rp25.000,00.

c. Simpanan Sukarela Qurban (SISUQUR)

Simpanan Sukarela Qurban adalah simpanan anggota yang dirancang khusus sebagai sarana mempersiapkan dana untuk melaksanakan ibadah penyembelihan hewan qurban. Penyetoran dapat dilakukan sewaktu-waktu sedangkan penarikan atau pencairannya hanya dapat dilakukan pada bulan Dzulhijah saat pelaksanaan penyembelihan hewan qurban.

Fitur:

- 1) Diperuntukkan bagi anggota perorangan.
- 2) Syarat pembukaan simpana yang sangat ringan.
- 3) Bebas biaya administrasi bulanan.
- 4) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah.
- 5) Memperoleh bagi hasil simpanan yang akan ditambahkan secara otomatis setiap bulan.
- 6) Pembukaan rekening minimum Rp25.000,00.
- 7) Setoran selanjutnya minimal Rp10.000,00.
- 8) Saldo minimum yang harus dipelihara Rp10.000,00.
- 9) Hanya dapat diambil pada saat akan melaksanakan ibadah Qurban/Aqiqah.

Syarat:

- 1) Mengisi aplikasi pendaftaran anggota KSPPS BMT Al-Hikmah.
- 2) Mengisi aplikasi pembukaan rekening SISUQR.
- 3) Menyerahkan fotokopi KTP atau SIM yang masih berlaku.
- 4) Bagi anggota baru wajib membayar simpanan pokok sebesar Rp25.000,00.

d. Simpanan Ibadah Haji (SIHAJI)

Simpanan ibadah haji merupakan inovasi baru dari KSPPS BMT Al-Hikmah yang dikhususkan bagi anda

masyarakat muslim yang berencana menunaikan Ibadah Haji.

Fitur:

- 1) Diperuntukkan bagi anggota perorangan usia 18 tahun keatas.
- 2) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah.
- 3) Bekerjasama dengan Bank Syariah Mandiri dalam online dengan SISKOHAT Kementerian Agama.
- 4) Tersedia fasilitas Dana Talangan Haji hingga senilai Rp22.500.000,00.
- 5) Bebas biaya administrasi bulanan.
- 6) Pembukaan rekening awal Rp50.000,00.
- 7) Setoran berikutnya minimal Rp50.000,00.
- 8) Biaya penutupan sebelum penyetoran porsi Haji Rp10.000,00.
- 9) Gratis biaya penutupan rekening (jika setelah penyetoran porsi haji).
- 10) Memperoleh Bagi Hasil Simpanan yang akan diakumulasikan sebagai tambahan pembayaran biaya Ibadah Haji.
- 11) Penarikan simpanan dapat dilakukan setelah jangka waktu yang telah disepakati atau anggota sudah siap untuk melaksanakan Ibadah Haji.

e. Simpanan Ibadah Umroh (SIUMROH)

Simpanan Terencana Ibadah Umroh merupakan inovasi baru dari KSPPS BMT Al-Hikmah sebagai sarana mempersiapkan dana secara berkala sesuai jangka waktu yang diinginkan dalam melaksanakan Ibadah Umroh.

Fitur:

- 1) Diperuntukkan bagi anggota perorangan yang berencana melaksanakan ibadah umroh.
- 2) Penyetoran setiap bulan sesuai dengan tanggal yang diinginkan oleh anggota.
- 3) Jumlah setoran setiap bulan tidak berubah (tetap) dan sesuai dengan jangka waktu yang diinginkan.
- 4) Memperoleh bagi hasil simpanan yang akan diakumulasikan sebagai tambahan dalam pembayaran ibadah umroh.
- 5) Bebas biaya administrasi bulanan.
- 6) Penarikan simpanan dapat dilakukan setelah jangka waktu yang telah disepakati atau anggota sudah siap untuk melaksanakan ibadah umroh.

f. Simpanan Sukarela Berjangka (SISUKA)

Merupakan simpanan berjangka dengan prinsip syariah yang memberikan hasil investasi yang optimal bagi anggota KSPPS BMT Al-Hikmah.

Fitur:

- 1) Diperuntukkan bagi anggota perorangan atau lembaga.
- 2) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah muthlaqah (bagi hasil).
- 3) Pilihan jangka waktu fleksibel 3, 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 Rp500.000,00.
- 9) Dapat souvenir menarik untuk simpanan dengan jangka waktu 12 dan 24 bulan.
- 10) Dapat dijadikan pembiayaan di KSPPS BMT Al-Hikmah.

g. Simpanan Wajib Berhadiah (SIWADIAH)

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

Syarat:

- 1) Menyeter simpanan si wadiah sebesar Rp 200.000/bulan.

- 2) Setiap anggota diperbolehkan untuk mendaftar lebih dari satu kesempatan.
- 3) Jangka waktu penyetoran simpanan selama 24 bulan.
- 4) Pengundian hadiah dilaksanakan dalam 3 tahap pada periode 08, 16, dan 24.
- 5) Setiap anggota dipastikan mendapat hadiah sesuai dengan undian.
- 6) Setiap anggota berhak mendapatkan fee/ujrah/bonus pada akhir periode simpanan.

2. Produk Penyaluran Dana⁶⁹

Produk penyaluran dana berupa jenis pembiayaan berupa modal usaha dan sewa barang atau jasa. Beberapa jenis pembiayaan yang disediakan yaitu: pembiayaan multi barang, pembiayaan multi jasa, dan pembiayaan mitra usaha.

Dana simpanan dari masyarakat yang ada di KSPPS BMT Al-Hikmah dikelola secara produktif dan professional dalam bentuk pembiayaan untuk pengembangan ekonomi umat. Berbagai produk pembiayaan diperuntukkan bagi mitra yang membutuhkan modal kerja usaha pengadaan barang dan sewa barang atau jasa.

Jenis-Jenis Akad Pembiayaan di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran antara lain :

⁶⁹ Brosur Pembiayaan KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran

a. Pembiayaan Multi Barang

Fasilitas pembiayaan diperuntukkan bagi anggota yang menginginkan memiliki barang atau peralatan usaha guna mendukung kegiatan usaha anggota KSPPS BMT Al-Hikmah siap membantu mewujudkan keinginan anda untuk memiliki barang impian tersebut dengan proses mudah cepat dan harga terjangkau. Dalam pembiayaan ini menggunakan akad *murabahah*. Dalam pembiayaan multi barang ini dibedakan atas dua jenis pembiayaan, yaitu pembiayaan anggota rumah sehat (PARAS) dan *murabahah* angsuran.

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 akan dikenakan pinaliti.

b. Pembiayaan Multi Jasa

Fasilitas pembiayaan diperuntukkan bagi anggota yang terkendala dalam membayar biaya pendidikan, biaya sewa rumah, biaya perawatan rumah sakit, biaya perjalanan dan biaya lain yang diperlukan. Pada pembiayaan ini menggunakan akad *ijarah*.

KSPPS BMT Al-Hikmah siap membantu membayarkan kebutuhan anda tersebut dan anggota membalikan pembiayaan dan jasanya secara angsuran atau sesuai tempo kesepakatan.

Syarat:

- 1) Bersedia menjadi anggota KSPPS BMT Al-Hikmah.
- 2) Memiliki usaha dan atau penghasilan tetap.
- 3) Mengisi aplikasi pengajuan pembiayaan yang telah disediakan.
- 4) Bersedia di survey apabila pihak KSPPS BMT Al-Hikmah memerlukan.
- 5) Melengkapi administrasi: *Foto copy* KTP suami istri, *Foto copy* Kartu Keluarga (KK), *Foto copy* Surat Nikah.
- 6) Melampirkan jaminan asli dan foto copy BPKB Kendaraan, Sertifikat Tanah atau Surat Kios/Los Pasar.

c. Pembiayaan Mitra Usaha⁷⁰

Pembiayaan tersebut merupakan fasilitas pembiayaan yang diperuntukkan bagi nasabah dalam pendirian usaha atau pengembangan usaha. Bagi nasabah yang menginginkan modal berupa kepemilikan barang atau peralatan usaha atau modal yang diperuntukkan bagi nasabah yang terkendala dalam pembayaran biaya sewa tempat usaha, atau biaya sewa lain yang diperlukan guna pengembangan usaha agar usahanya tersebut menjadi lebih besar dan menguntungkan. Dalam pembiayaan ini menggunakan akad *murabahah* atau *ijarah*.

Syarat:

- 1) Bersedia menjadi anggota KSPPS BMT Al-Hikmah.
- 2) Memiliki usaha produktif dan berprospektif.
- 3) Bersedia di survey dilokasi usaha yang diajukan.
- 4) Mengisi aplikasi pengajuan pembiayaan yang telah disediakan.
- 5) Melengkapi persyaratan:
 - Foto copy KTP Suami Istri
 - Foto copy Kartu Keluarga (KK)
 - Foto copy Surat Nikah

⁷⁰ Wawancara dengan Bapak Muhari, Manajer KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran pada Tanggal 8 Juni 2018

- Melampirkan jaminan asli dan fotocopy BPKB Kendaraan, Sertifikat Tanah atau Surat Kios/ Los Pasar.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Kendala-kendala yang Dihadapi *Marketing* dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Pembiayaan Mitra Usaha di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen

Setiap perusahaan yang berdiri baik perusahaan besar atau pun kecil, dalam kegiatan usahanya tentunya mengalami kendala-kendala di dalamnya. Hal tersebut juga terjadi di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen. Kendala tersebut bisa terjadi di dalam atau pun di luar perusahaan. Dengan adanya kendala yang ada tentunya dapat menjadi penghambat dalam mencapai tujuan dan operasionalnya, sehingga KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen melakukan beberapa solusi yang tepat untuk meminimalisir kendala yang ada. Dalam hal ini kendala-kendala yang dihadapi oleh *marketing* dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan mitra usaha KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen dan solusi yang harus dilakukan yaitu:

1. Produk

Kendala yang dihadapi *marketing* dalam segi produk yaitu:

- a. Pemahaman masyarakat yang masih kurang terhadap produk di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen, khususnya pembiayaan mitra usaha. Solusi yang dilakukan adalah *marketing* lebih mengenalkan produk pembiayaan

mitra usaha yang berlandaskan prinsip syariah kepada masyarakat bahwa dengan melakukan pembiayaan mitra usaha masyarakat dapat mengembangkan usahanya. Hal tersebut dapat dilakukan dengan sosialisasi yang dilakukan oleh *marketing* dan penyebaran informasi melalui brosur.

- b. Banyaknya pesaing dari pihak lain baik dari sesama BMT atau pun dari bank konvensional sehingga menjadikan nasabah banyak pilihan dalam memilih produk yang diinginkan. Solusi yang dilakukan adalah dengan memberikan pelayanan yang lebih baik, karena dengan pelayanan yang baik menjadikan nasabah merasa puas dengan lembaga keuangan tersebut. Selain itu juga dapat melakukan kemudahan dalam hal proses pembiayaan.

2. Lokasi

Kendala yang dihadapi dalam segi lokasi yaitu luas kantor yang sempit. Sehingga nasabah pun cenderung tidak mempercayai *marketing* ketika melakukan promosi produk, khususnya produk pembiayaan mitra usaha kepada masyarakat. Masyarakat yang belum mengetahui KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen pastinya meragukan jika mereka hendak menjadi nasabahnya. Mereka berpikir jika kantornya saja sempit pasti aset yang dimilikinya juga sedikit, sehingga masyarakat meragukan apakah KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen mampu membiayai usahanya ketika

mereka menjadi nasabah dalam pembiayaan mitra usaha. Selain itu kendala lain mengenai luas kantor yang sempit yaitu, jika banyak nasabah yang datang ke kantor cenderung tidak dapat masuk ruangan semua. Sehingga masyarakat pun harus berpikir dua kali untuk menjadi nasabah KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen. Solusi yang dilakukan yaitu dengan menggunakan strategi jemput bola, yang dilakukan oleh *marketing*. Sehingga dalam proses pelayanan operasional, misalnya dalam pembayaran angsuran pembiayaan mitra usaha dapat ditarik oleh *marketing* ke rumah nasabah. Sehingga nasabah tidak perlu datang ke kantor. Selain itu *marketing* juga harus dapat mengambil hati masyarakat, misalnya dengan melakukan promosi dengan cara berperilaku yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

3. Promosi

Untuk kendala yang dihadapi *marketing* dari segi promosi yaitu kurangnya tenaga *marketing* yang ada di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen, sehingga promosi yang dilakukannya pun kurang maksimal. Selain itu, tidak ada promosi khusus untuk produk pembiayaan mitra usaha. Solusi yang dilakukan adalah dengan lebih memperbanyak promosi terkait produk tersebut kepada masyarakat dan melakukan pendekatan-pendekatan khusus kepada masyarakat, misalnya dalam melakukan promosi *marketing* harus bersikap baik,

ramah, sopan, dan jujur. Selain itu *marketing* harus menganggap masyarakat sebagai saudaranya sendiri, dengan cara itu maka masyarakat akan merasa senang dengan *marketing*. Sehingga, masyarakat dapat tertarik hatinya untuk menjadi nasabah di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen. Karena masyarakat sekitar yang berprofesi sebagai pengusaha kecil dan lokasi kantor yang strategis dekat dengan kawasan industri, sehingga jika promosi atau pengenalan produk dilakukan secara maksimal dan dilakukan dengan pendekatan-pendekatan khusus maka akan meningkatkan jumlah nasabah dalam pembiayaan mitra usaha.

4. Loyalitas Masyarakat terhadap Bank Konvensional

Tingkat loyalitas masyarakat yang tinggi kepada bank konvensional. Masyarakat menganggap bank konvensional sama dengan bank syariah atau BMT, hanya nama saja yang membedakannya. Sehingga masyarakat lebih memilih bank konvensional karena masyarakat menganggap bank konvensional memberikan kemudahan dalam pelayanannya, proses operasional yang mudah dan cepat dibandingkan dengan BMT. Solusi yang dilakukan adalah dengan peningkatan layanan di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen, seperti pelayanan yang dilakukan oleh *marketing* dengan sistem jemput bola kepada nasabah. Sehingga lebih memudahkan dan menguntungkan nasabah. Kemudian, meningkatkan kualitas

pelayanan kepada nasabah dan juga memberikan kemudahan pelayanan kepada nasabah. Selain itu, *marketing* harus menjelaskan dan meyakinkan kepada masyarakat bahwa KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen adalah Lembaga Keuangan Syariah yang bebas dari riba.

B. Strategi *Marketing* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Pembiayaan Mitra Usaha di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen

Strategi *marketing* merupakan hal yang sangat penting karena penentu dari suatu perusahaan apakah produk yang dimiliki suatu perusahaan dapat diminati masyarakat atau tidak. Setiap perusahaan dalam memasarkan produk harus memiliki strategi pemasaran agar produk tersebut dapat diminati oleh masyarakat. Selain strategi yang baik, keberadaan seorang *marketing* juga dianggap sangat penting. Karena dengan *marketing* yang baik, maka strateginya pun dapat terlaksana dengan baik. Sehingga, perusahaan dapat menikmati hasil yang memuaskan.

Seperti pada KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen. Dalam kegiatan operasionalnya kerja keras *marketing* sangat diperlukan agar mendapatkan nasabah yang banyak. Hal yang dilakukan yaitu dengan meyakinkan masyarakat bahwa KSPPS BMT AL-Hikmah Ungaran Cabang Bawen dapat dipercaya dan sistem operasionalnya sesuai dengan peraturan yang telah diberikan.

Karena dalam pemasaran produknya *marketing* di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen menerapkan pemasaran sesuai syariah atau sesuai dengan yang dilakukan oleh Rasulullah SAW. Mereka sangat memegang teguh etika dan nilai-nilai dalam melakukan pemasaran kepada masyarakat. Mereka akan sangat menghindari memberikan janji bohong, ataupun terlalu melebih-lebihkan produk yang ditawarkan. Karena di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran mempunyai prinsip yang harus dipegang, yaitu kepercayaan.

Agar KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen dapat meningkatkan nasabah, salah satunya pada produk pembiayaan mitra usaha, maka diperlukannya strategi *marketing*. Sebelum melakukan kegiatan pemasaran, ada hal-hal yang harus dipersiapkan oleh *marketing*, diantaranya adalah sebagai berikut:⁷¹

1. Penampilan

Penampilan penting untuk menambah kepercayaan diri bagi *marketing*, membangun keyakinan bagi nasabah, membangun nilai positif bagi perusahaan, meningkatkan pelayanan, dan menjaga kepuasan pelanggan. *Marketing* meskipun melaksanakan kegiatan di lapangan tetapi harus tetap berpenampilan rapi, sopan, dan wangi.

⁷¹Wawancara dengan Bapak Zulikhan Yahya, *Marketing* KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen pada tanggal 14 Februari 2018

2. Alat kerja

Sebelum melakukan kegiatan pemasaran, *marketing* harus mempersiapkan alat kerja seperti *bolpoint*, buku, slip setoran, slip penarikan, serta sepeda motor jika melakukan kegiatan di lapangan.

3. Media Pendukung

Media dalam mendukung pekerjaan *marketing* adalah brosur, buku simpanan anggota, *souvenir* (kalender, buku catatan, tas).

4. *Planning* atau perencanaan

Sebelum melakukan kegiatan pemasaran, *marketing* harus melakukan perencanaan, seperti memasarkan kepada keluarga terdahulu, kemudian lingkungan sekitar, kerabat/kenalan, masyarakat luas. Dengan adanya perencanaan tersebut maka *marketing* sudah memikirkan apa yang akan ia lakukan nantinya dan dengan perencanaan tersebut *marketing* akan mampu menjalankan tugasnya dengan baik.

5. Komunikasi

Dalam kegiatan pemasaran, *marketing* harus mahir dalam berkomunikasi. Bukan hanya berbicara tetapi juga harus menjadi pendengar yang cerdas. Dalam melakukan komunikasi, *marketing* tidak boleh menggunakan kata-kata kasar, tidak menghakimi, tidak mencela, dapat memahami posisi nasabah, dan bersifat fleksibel.

6. Sikap dan Perilaku

- a. Bekerja keras, artinya *marketing* harus seoptimal mungkin untuk memenuhi target yang sudah ditentukan. Setiap harinya *marketing* harus keluar kantor dan keliling untuk mencari nasabah.
- b. Disiplin, artinya *marketing* harus menaati segala peraturan yang telah ditetapkan. Datang ke kantor tepat waktu, memenuhi target yang ditentukan, menjalankan amanah yang telah diberikan nasabah maupun KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen dan bertanggung jawab atas dana-dana dan pekerjaannya.
- c. Sopan Santun, artinya dalam kesehariannya *marketing* harus mampu bersikap sopan santun dan tidak menyinggung perasaan nasabah. Sopan diterapkan pada saat menagih angsuran atau yang lainnya dan apabila terjadi suatu kesalahan maka *marketing* harus tetap bersikap sopan dan jangan sampai terbawa emosi.
- d. Jujur, artinya dalam melakukan kegiatan kesehariannya *marketing* harus bersikap jujur. Misalnya dalam memasarkan produk pembiayaan mitra usaha, maka *marketing* tidak boleh melebih-lebihkan keunggulan produk yang sifatnya menipu atau bohong.
- e. *Istiqomah* atau konsisten, sebab dalam suatu perusahaan syariah konsistensi dari seorang *marketing* menjadi cermin

dari perusahaan tersebut. Sehingga *marketing* di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen harus selalu konsisten dalam segala hal.

Dalam memasarkan produk pembiayaan mitra usaha langkah-langkah yang harus dilakukan oleh *marketing* yaitu:⁷²

1. Memprospek atau mencari calon nasabah potensial. Hal tersebut dapat dilakukan *marketing* dengan cara:
 - a. Mengetahui latar belakang calon nasabah seperti tempat tinggal, jenis usaha, dll).
 - b. Menggali data nasabah baik dari lembaga keuangan lain atau dari tetangga.
 - c. *Marketing* harus memiliki data pendukung, yaitu sebelum ia menawarkan produknya, maka ia sudah mempunyai informasi tentang calon nasabah yang akan ditujuinya tersebut. Dengan demikian maka kemungkinan besar nasabah akan tertarik dan menyetujuinya.
2. Persiapan memprospek dilakukan dengan cara:
 - a. Membuat daftar nasabah yang akan dikunjungi.
 - b. Menyiapkan perlengkapan yang dibutuhkan.
 - c. Menentukan tujuan dan tempat yang akan dituju, melakukan pendekatan dengan calon nasabah.

⁷² Wawancara dengan Bapak Supandriyo, Kepala Cabang Operasional KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen pada tanggal 14 Februari 2018

- d. *Marketing* harus memiliki perencanaan yang matang. Dengan adanya perencanaan tersebut maka *marketing* sudah memikirkan apa yang akan ia lakukan nantinya dan dengan perencanaan tersebut *marketing* akan mampu menjalankan tugasnya dengan baik.
3. Melakukan pertemuan dengan nasabah. Hal tersebut harus dilakukan dengan sebaik-baiknya karena kontak awal dengan nasabah dapat mempengaruhi hasil agar nasabah dapat terpikat. Dalam pertemuan dengan nasabah tersebut, *marketing* harus:
 - a. Memiliki keterampilan yang baik dalam berkomunikasi.
 - b. Dapat mempengaruhi seorang nasabah dan melakukan prosedur pendekatan secara bertahap dan tidak membingungkan nasabah.
 - c. Dapat menjelaskan produk dengan baik dengan penuh kejujuran dan apa adanya apa yang ada di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen.
 - d. Mampu menampung dan menyelesaikan konflik nasabah.
 - e. Dapat melakukan negoisasi agar semua pihak merasa puas.
4. Persiapan kontak tersebut dilakukan dengan memilih waktu dan tempat yang tepat untuk bertemu dengan nasabah dan menyiapkan dokumen-dokumen pendukung.
5. *Marketing* harus menggali kebutuhan nasabah saat ini dengan cara:

- a. Menggali fakta informasi terkait dengan situasi usaha yang dimiliki nasabah, hal tersebut bertujuan untuk membuka pintu hati nasabah agar merasa tersanjung. Contoh: Toko Bapak ramai sekali, Bapak ini pedagang yang sangat beruntung.
 - b. Menciptakan problem bagi nasabah yang bertujuan untuk memikirkan tentang produk yang ditawarkan. Contoh: Pesaing disini banyak juga ya Pak, pasti banyak yang beli di toko sebelah juga.
 - c. Memberikan saran kepada nasabah terkait kebutuhan yang diperlukan dalam mengatasi problem tersebut. Contoh: Kalo boleh saya sarankan, lebih baik Bapak memperbesar dan memperbanyak dagangan lagi agar minat pembeli semakin banyak.
6. Menjelaskan produk kepada nasabah dengan baik agar nasabah dapat merasa yakin dengan produk yang ditawarkan. Dalam menjelaskan produk tersebut, *marketing* harus berbicara dengan logis, menghindari janji-janji bohong, dan sesuai dengan etika *marketing* syariah.
 7. Apabila sudah mendapatkan nasabah, maka *marketing* harus dapat menjaga hubungan yang baik dengan nasabah. Hal itu dapat membuat nasabah akan merasa dihargai dan merasa dikadikan sebagai keluarganya sendiri. Sehingga nasabah akan percaya kepada *marketing* dan loyal kepada *marketing*.

Setelah melakukan persiapan-persiapan tersebut, strategi *marketing* yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan mitra usaha di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen yaitu:

1. Melakukan *Marketing Mix* atau Bauran Pemasaran

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen adalah dengan menggunakan *marketing mix* yaitu:

a. Product

Produk merupakan sesuatu yang penting bagi perusahaan, karena konsumen akan mengenal perusahaan melalui produk yang ditawarkan. Tujuan menawarkan produk adalah untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Produk yang ditawarkan KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen dalam hal ini adalah produk pembiayaan mitra usaha. Pembiayaan tersebut merupakan fasilitas pembiayaan yang diperuntukkan bagi nasabah dalam pendirian usaha atau pengembangan usaha. Bagi nasabah yang menginginkan modal berupa kepemilikan barang atau peralatan usaha atau modal yang diperuntukkan bagi nasabah yang terkendala dalam pembayaran biaya sewa tempat usaha, atau biaya sewa lain yang diperlukan guna pengembangan usaha agar usahanya tersebut menjadi lebih besar dan menguntungkan.

Dalam pembiayaan ini menggunakan akad *murabahah* atau *ijarah*.

b. *Price*

Penentuan harga merupakan hal yang penting dalam kegiatan bauran pemasaran (*marketing mix*), karena harga penyebab laku atau tidaknya produk yang ditawarkan. Dalam produk pembiayaan mitra usaha KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen memberikan ketentuan dengan jangka waktu pembiayaan minimal 3 bulan dan maksimal 3 tahun bagi hasil yang ditetapkan oleh KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen. Nasabah dapat memilih berapa lama ia akan melakukan pembiayaan dengan mempertimbangkan kemampuan mengangsur dan penghasilan rata-rata nasabah.

c. *Place*

Bagi lembaga keuangan, pemilihan lokasi sangatlah penting. Dalam penentuan lokasi kantor cabang atau kantor kas, lembaga keuangan harus mampu mengidentifikasi sasaran pasar yang dituju. Lokasi KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen adalah lokasi yang strategis dan mudah diakses oleh masyarakat karena berada di tengah-tengah keramaian masyarakat dan dekat dengan area industri dan UMKM. Yaitu terletak di Jalan Samban-Jimbaran RT 01/RW 01 Samban, Bawen.

d. *Promotion*

- 1) Promosi yang dilakukan oleh *marketing* yaitu dengan cara strategi *door to door* atau jemput bola, yaitu dengan mendatangi masyarakat dari rumah ke rumah satu persatu untuk menawarkan produk. Hal tersebut memudahkan nasabah dan KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen, karena keduanya saling menguntungkan. Hanya harus mengirim pesan kepada *marketing* karena setiap *marketing* mempunyai wilayahnya sendiri sehingga akan mempermudah kerjanya. Tidak hanya pada saat mengambil angsuran saja, pada saat pencairan dana pun nasabah juga dapat mewakilinya kepada *marketing* dengan begitu *marketing* yang menyampaikan dana tersebut kepada nasabah dan nasabah tidak perlu repot datang ke kantor dengan ketentuan *marketing* harus mendokumentasikan pada saat penyerahan dana dan penandatanganan berkas-berkas.
- 2) Sistem informasi berantai atau mulut ke mulut, yaitu nasabah KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen yang sudah merasa nyaman ikut membantu dalam memasarkan produk. Tidak jarang bagi mereka menginfokan atau hanya sekedar menawarkan kepada rekan atau sanak saudara untuk menjadi nasabah di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen.

- 3) Periklanan, yaitu melalui promosi dengan menggunakan brosur, spanduk, baik media cetak maupun media elektronik.
- 4) Publisitas, yaitu promosi untuk menarik calon nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, serta kegiatan lainnya. Di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran dilakukan dengan cara menyelenggarakan kegiatan senam, bazar, jalan sehat mengelilingi desa, pengajian, dan donor darah. Kegiatan tersebut biasanya dilaksanakan pada hari Sabtu di kantor pusat atau pun di kantor-kantor cabang. Kegiatan tersebut mempunyai tujuan untuk membangun citra baik perusahaan di benak masyarakat.

2. Melakukan Strategi Bersaing dengan Sehat

Setiap perusahaan ingin hidup dan dapat bertahan di pasar yang semakin kompetitif dalam lingkungan yang terus berubah, oleh karena itu strategi *marketing* yang baik akan mampu menciptakan keunggulan bersaing yang berkesinambungan. Di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen, dalam menghadapi persaingan dengan lembaga keuangan lain, dalam kegiatan operasionalnya *marketing* harus meningkatkan kualitas pelayanannya yang baik dengan calon nasabah atau pun dengan nasabah. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik maka akan meningkatkan jumlah nasabah khususnya pada pembiayaan mitra usaha.

Dari strategi *marketing* yang diterapkan di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen dapat membuahkan hasil, hal itu dapat dilihat dari tabel peningkatan nasabah pada produk pembiayaan mitra usaha, yaitu sebagai berikut:

Tahun	Jumlah Nasabah
2016	97 Nasabah
2017	124 Nasabah

Tabel 4.1 Tabel Peningkatan Nasabah Pembiayaan Mitra Usaha

Dari tabel diatas diketahui bahwa jumlah nasabah dari tahun 2016 ke tahun 2017 mengalami peningkatan nasabah sebanyak 27 nasabah, sehingga strategi yang diterapkan dalam upaya peningkatan jumlah nasabah pada pembiayaan mitra usaha di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen dapat membuahkan hasil.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebagaimana yang telah dipaparkan dihalaman-halaman sebelumnya tentang strategi *marketing* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan mitra usaha di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kendala-kendala yang dihadapi oleh *marketing* dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan mitra usaha di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen dan solusi yang dilakukan adalah:
 - a. Dalam segi produk, yaitu pemahaman masyarakat yang masih kurang terhadap produk di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen, khususnya pembiayaan mitra usaha; banyaknya pesaing dari pihak lain baik dari sesama BMT atau pun dari bank konvensional sehingga menjadikan nasabah banyak pilihan dalam memilih produk yang diinginkan. Sehingga solusi yang dilakukan adalah melakukan sosialisasi dan penyebaran informasi melalui brosur, meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah.
 - b. Dalam segi lokasi, yaitu luas kantor yang sempit. Solusi yang dilakukan adalah dengan menggunakan strategi jemput bola, yang dilakukan oleh *marketing*.

- c. Dalam segi promosi, yaitu kurangnya tenaga *marketing* yang ada di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen, sehingga promosi yang dilakukannya pun kurang maksimal; tidak ada promosi khusus untuk produk pembiayaan mitra usaha. Solusi yang dilakukan adalah lebih memperbanyak promosi terkait produk tersebut kepada masyarakat dan melakukan pendekatan-pendekatan khusus kepada masyarakat.
 - d. Loyalitas masyarakat terhadap bank konvensional. Solusi yang dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah, melakukan strategi jemput bola, dan menjelaskan kepada masyarakat bahwa BMT termasuk Lembaga Keuangan Syariah yang bebas dari riba.
2. Strategi *Marketing* dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Pembiayaan Mitra Usaha di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen yaitu:
- a. Melakukan *marketing mix* atau bauran pemasaran, yaitu memperkenalkan produk, menentukan harga, menentukan lokasi pemasaran, dan melakukan promosi.
 - b. Melakukan strategi bersaing dengan sehat, yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanannya yang baik dengan calon nasabah atau pun dengan nasabah.

Dari strategi *marketing* yang diterapkan di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen dapat membuahkan hasil, karena

berpengaruh terhadap peningkatan nasabah pada pembiayaan mitra usaha.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dalam kesempatan ini penulis akan sedikit memberikan saran kepada KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen yang sifatnya membangun dan semoga bermanfaat untuk KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen. Saran dari penulis mengenai strategi *marketing* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan mitra usaha yaitu:

1. Agar selalu berinovasi dalam menerapkan strategi yang dilakukan oleh *marketing*.
2. Berusaha menciptakan ide-ide baru yang dapat menarik minat nasabah yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah
3. Lebih meningkatkan pemasaran produk yang berkaitan dengan produk pembiayaan mitra usaha dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi.
4. Meningkatkan kegiatan promosi di masyarakat dan memperluas jaringan kerjasama dengan perusahaan/ instansi lain.
5. Upaya sosialisasi yang lebih intensif lagi terutama dalam meningkatkan pemahaman dan persepsi masyarakat terhadap produk dan sistem perbankan syariah.

C. Penutup

Dengan mengucap rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT atas segala karunia yang telah Ia berikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini tepat pada waktunya. Tidak lupa pula penulis ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Tugas Akhir ini tidak luput dari kesalahan dan kekurangan, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun kepada semua pihak yang telah membaca. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat dan dapat dijadikan referensi oleh para pembaca. *Amin.*

DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta. 2012
- Asiyah, Binti Nur. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Kalimedia. 2015
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran Dasar: Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2011
- Azwar, Saifudin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 1998
- Brosur Layanan Simpanan KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran
- Brosur Pembiayaan KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran
- Cokrohadisumarto, Widiyanto bin Mislana, dkk. *BMT: Praktik dan Kasus*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada. 2016
- File Sejarah KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran
- File Struktur dan Alat Organisasi KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran
- File Struktur Organisasi KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran
- Gaspersz, Vincent. *Marketing Excellence*. Bogor: Vinchristo Publication. 2012
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*, Cet. 1. Bogor: Ghalia Indonesia. 2010
- Huda, Nurul, dkk. *Baitul Mal Wa Tamwil: Sebuah Tinjauan Teoritis*. Jakarta: Amzah. 2016
- Ismail, *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Grup. 2011

- Karim, Adiwarmarman A. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2011
- Kasmir. *Pemasaran Bank Edisi Revisi*, Cet. 4. Jakarta: Prenada Media Group. 2010
- Muhamad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Metode Kuantitatif*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada. 2013
- Nurhayati, Sri dan Wasilah. *Akuntansi Syariah di Indonesia*, Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat. 2017
- Panduan Komprehensif D3 Perbankan Syariah
- Solihin, Ismail. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga. 2012
- Strauss, Anselm dan Juliet Corbin. *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif: Tatalangkah dan Teknik-teknik Teoritisasi Data*. Yogyakarta: Pustakapelajar. 2013
- Sujarweni, V. Wirata. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. 2017
- Sumiyanto, Ahmad. *BMT Menuju Koperasi Modern*. Yogyakarta: PT. ISEC Consulting Indonesia. 2008
- Wawancara dengan Bapak Muhari, Manajer KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran
- Wawancara dengan Bapak Supandriyo, Kepala Cabang Operasional KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen
- Wawancara dengan Bapak Zulikhhan Yahya, *Marketing* KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Persetujuan Pengajuan Judul di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen

 **KSPPS BMT AL HIKMAH** 

Badan Hukum No. 047/BH/KDK.11.1/III/1999 Tgl 2 Maret 1999
PAD No. 395/PAD/M.KUKM.2/VII/2017 Tgl 7 Juli 2017
Kantor Pusat : Jl. Jend. Sudirman No.12 Mijen Gedanganak Kp. 50519 Telp/Fax. 024 – 6924415
email : bmtalikhmahsmg@yahoo.co.id

SURAT KETERANGAN
No. 01/KSPPS-BMT ALH/II/2018

Assalamualaikum, wr.wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:
Nama : Supandriyo, A.Md
Jabatan : Kepala Cabang

Selaku Kepala Cabang KSPPS BMT Al-Hikmah Bawen menerangkan bahwa:

Nama : Tiara Sri Widowati
Jurusan : D3 Perbankan Syariah
NIM : 1505015017

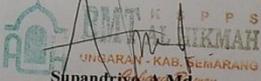
Bahwa yang bersangkutan diatas mahasiswa D3 Perbankan Syariah yang telah mengajukan judul Tugas Akhir dengan judul “**STRATEGI *MARKETING* DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA PEMBIAYAAN MITRA USAHA DI KSPPS BMT AL-HIKMAH UNGARAN CABANG BAWEN**” telah mendapatkan persetujuan dari kami guna untuk mengerjakan Tugas Akhir.

Surat ini dibuat dan diberikan kepada pihak yang bersangkutan digunakan untuk tanda bukti telah mengajukan dan menyetujui judul Tugas Akhir.

Demikian surat ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum, wr.wb.

Bawen, 09 Februari 2018
KSPPS BMT AL-Hikmah Ungaran Cab. Bawen


Supandriyo, A.Md
Kepala Cabang

Lampiran 2. Surat Keterangan Magang di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran

 **KSPPS BMT AL HIKMAH** 
Badan Hukum No. 047/BH/KDK.11.1/III/1999 Tgl 2 Maret 1999
PAD No. 395/PAD/M.KUKM.2/VII/2017 Tgl 7 Juli 2017
Kantor Pusat : Jl. Jend. Sudirman No.12 Mijen Gedanganak Kp. 50519 Telp/Fax. 024 – 6924415
email : bmtalhikmahsmg@yahoo.co.id

Nomor : 11/K.BMT.AH/III/2018 Ungaran, 15 Februari 2018
Lamp : 1 lembar
Hal : Surat Keterangan Praktek Kerja Lapangan / Magang

Kami yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **MUHARI, S.Ag**
Jabatan : Ketua KSPPS BMT Al Hikmah

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : TIARA S.W
Asal Lembaga : UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
Progdi : D3 PERBANKAN SYARIAH
NIM : 1505015017

Telah melakukan Praktek Kerja Lapangan / Magang di KSPPS BMT Al Hikmah sejak tanggal 15 Januari 2018 s/d 15 Februari 2018 dengan prestasi memuaskan.

Demikian Surat Keterangan ini kami buat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.


KSPPS BMT Al Hikmah

Ungaran - KAB. SEMARANG
Muhari, S.Ag
Ketua

Lampiran 3. Foto Wawancara dengan Bapak Supandriyo, Kepala Cabang KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bawen



Lampiran 4. Slip Angsuran

JENIS ANGSURAN		Nama :	SLIP ANGSURAN	
<input type="checkbox"/> BBA	<input type="checkbox"/> RAHN			Tanggal
<input type="checkbox"/> MBA	<input type="checkbox"/> MBA Angs.	Alamat :		
<input type="checkbox"/> PARAS	<input type="checkbox"/> MBA PARAS	No. Pby. :		
<input type="checkbox"/> QH	<input type="checkbox"/>	Cabang :		
<input type="checkbox"/> Al Ijarah	<input type="checkbox"/>			
			Uraian	Nominal
			1. Pokok	Rp
			2. Bahas	Rp
			3. CR	Rp
			4. Denda	Rp
			Jumlah	Rp
Angsuran Ke	Supervisor	Tanda Tangan Kasir	Tanda Tangan & Nama Jelas	Ket. : <small>Lembar 1 : BMT 2 : Anggota</small>

Lampiran 5. Slip Pencairan Kredit

BMT ^{KSPPS} AL HIKMAH UNGARAN - KAB. SEMARANG		SLIP PENCAIRAN KREDIT	
		Tanggal :	
DEBET	KREDIT	Rp.	
NO. PERKIRAAN	NO. PERKIRAAN		
Keterangan			
.....			
.....			
.....			
		Supervisor	Kasir

Lampiran 6. Usaha Nasabah



Lampiran 7. Form Pengajuan Pembiayaan

BMT AL HIKMAH
UNGARAN - KAR. SURABAYA

FORM PENGAJUAN PEMBIAYAAN
Esmillahrahmanrahmah

Tujuan Pengajuan : _____
Jenis Pengajuan : Baru Lama

I. DATA PEMORON

Nama Lengkap : _____
 Nama Panggilan : _____
 Nama Ibu Kandung : _____
 Tempat Tgl. Lahir : _____
 Status : Menikah Belum Menikah Janda/Duda
 Identitas : KTP SIM Nomor : _____
 Alamat Sekarang : _____
 Telepon : Rumah _____ Kantor _____ HP _____
 Alamat Lain Yang Bisa Dihubungi : _____
 Telepon : _____
 Waktu Bisa Dihubungi : Di Rumah/pukul _____ Di Kantor/pukul _____
 Status Rumah Yang Dimiliki : Milik sendiri Milik keluarga Kredit* (*cicil yang tidak perlu)

II. DATA KELUARGA

Nama Suami/Istri : _____
 Tempat Tgl. Lahir : _____
 Pekerjaan : _____
 Jumlah Anak : _____ Orang
 TK : _____ Orang
 SD : _____ Orang
 SLTP : _____ Orang
 SLTA : _____ Orang
 PT : _____ Orang

KEKAWAAN/INVENTARIS		
Jenis	Jumlah	Keterangan
Rumah		
Tanah		
Mobil		
Kendaraan		

III. DATA USAHA/ PEKERJAAN

Link Perusaha/pekerjaan : _____
 Nama Usaha : _____
 Bidang Usaha : _____
 Alamat Usaha : _____
 Status Tempus Usaha : Milik sendiri Kontrak
 Rp. _____ Per Bulan/Tin

Link Karjawan : _____
 Nama Perusahaan : _____
 Alamat : _____
 Telepon : _____
 Jabatan : _____
 Lama Bekerja : _____

IV. DATA KELUANGAN PENGHASILAN

Pendapatan Per Bulan	Rp. _____	Pinjaman Lain	_____
Pendapatan Sambilan/Istri	Rp. _____	Pinjaman Di	_____
Pendapatan lain	Rp. _____	Jumlah Pinjaman	_____
Jumlah Penarikan	Rp. _____	Jangka Waktu	_____
Biaya Hidup Per Bulan	Rp. _____	Angs. Per bulan	_____
Pinjaman lain	Rp. _____	Sisa Pokok	_____
Jumlah Penghasilan	Rp. _____		
Sisa Penghasilan	Rp. _____		

V. BENDAGUNA

1. DP/3 Bulan Maret-Mei Tahun _____ No. Pol _____ An _____
 Rp. Milik Sendiri Orang Lain Nama : _____
 Alamat : _____

2. Indikator Tanah/ Lahan (P. Hak Guna *) (cicil yang tidak perlu)
 Rp. Milik Sendiri Orang Lain Nama : _____
 Alamat : _____

3. Kartu Kew. Pagar _____ An _____ Nomor _____
 Rp. Milik Sendiri Orang Lain Nama : _____
 Alamat : _____

4. Lain - lain _____

VI. DATA PEMBIAYAAN

Jumlah Pengajuan : Rp. _____ (_____)
 Jangka Waktu : _____ Bln/ Thn
 Penggunaan : _____
 Jenis Akas* (jenis pengaji) : MBA/ Ijazah/ QIS/ MBA/ Angs/ MSA/ Pan

VII. PERNYATAAN

- Saya menyatakan bahwa semua informasi yang diberikan adalah benar, informasi ini diberikan untuk tujuan permohonan pembiayaan dan dengan ini saya menyetujui KSPPS BMT Al Hikmah untuk mendapatkan dan memeriksa seluruh informasi yang diperlukan.
- Berminat ini saya memberikan kuasa kepada KSPPS BMT Al Hikmah untuk memohon dan menyimpan saya guna melancarkan urusan pembiayaan dan atau kegiatan lainnya jika terjadi penundaan pembayaran.
- Dengan ini saya menyatakan pula bersedia patuh pada peraturan dan persyaratan yang ditetapkan KSPPS BMT Al Hikmah dan saya menyetujui dan menyetujui bahwa BMT berhak menyertai atau menasabah permohonan ini tanpa memberikan alasan.

Mengetahui Suami/ Istri/ Orang tua _____
 Mengisi _____
 Perintah _____

 Petugas Yang Menerima

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

Nama Lengkap : Tiara Sri Widowati
Tempat & Tanggal Lahir : Kab. Semarang, 5 April 1997
Alamat : Deles, RT/RW 02/08, Ngrapah,
Banyubiru
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Email : tiaraeswe@yahoo.com

B. Latar Belakang Pendidikan

2002 – 2003 : RA Mashithoh Demakan
2003 – 2009 : SDN Rapah 02
2009 – 2012 : SMPN 1 Banyubiru
2012 – 2015 : SMAN 1 Ambarawa
2015 – 2018 : UIN Walisongo Semarang D3 Perbankan
Syariah

Demikian riwayat hidup ini penulis buat dengan sebenarnya.

Semarang, 1 juli 2018

Tiara Sri Widowati