

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN SUKARELA  
(SIRELA) DI KSPPS AMANAH USAHA MULIA MAGELANG**

**Tugas Akhir**

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



Disusun Oleh :  
MUHAMMAD ZAINUL KIROM  
1505015047

**JURUSAN D3 PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG  
2018**

H. Dede Rodin, Lc., M.Ag.

Lembur Sawah No. 26 RT 02/12 Utama Cimahi Selatan

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lampiran : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Tugas Akhir

A.n. Muhammad Zainul Kirom

Assalamu'alaikumWr. Wb

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

Nama : Muhammad Zainul Kirom

NIM : 1505015047

Jurusan : D3 Perbankan Syariah

Tugas : Strategi Pemasaran Produk Tabungan Sirela (Simpanan Sukarela) di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang

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

Wassalamu'alaikumWr. Wb.

Semarang, 10 Juli 2018

Pembimbing



H. Dede Rodin, Lc., M.Ag.

NIP. 19720416 200112 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 : Muhammad Zainul Kirom

NIM : 1505015047

Judul : STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN SUKARELA (SIRELA)  
DI KSPPS AMANAH USAHA MULIA MAGELANG

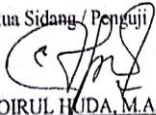
Telah diujikan oleh Dewan Penguji Program D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Islam Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat Cumlaude/Baik/Cukup, pada tanggal :

18 Juli 2018

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

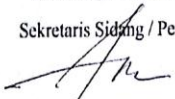
Semarang, 23 Juli 2018

Ketua Sidang / Penguji

  
CHOIRUL HUDA, M.Ag.

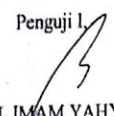
NIP. 197601092005011002

Sekretaris Sidang / Penguji

  
H. ADE YUSUF MUJADDID, M.Ag.

NIP. 196701191998031002

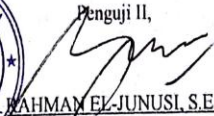
Penguji I,

  
Dr. H. IMAM YAHYA, M.Ag.

NIP. 197004101995031001

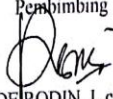


Penguji II,

  
RAHMAN EL-JUNUSI, S.E., M.M.

NIP. 196911182000031001

Pembimbing

  
H. DEDE RODIN, L.c., M.Ag.

NIP 197204162001121002

## MOTTO

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

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

Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.”

(QS. An-Nisa' Ayat (4) : 58)

## **PERSEMBAHAN**

Saya persembahkan Tugas Akhir ini kepada :

1. Kedua orang tuaku, Bapak H. Sadari Harwanto dan Ibu Hj. Sri Dewi Nuryati yang senantiasa memberikan kasih sayang dan telah memberikan semangat dalam hidupku serta memberikan doa terbaik untukku.
2. Kepada keluarga PBS – B 2015 dan seluruh mahasiswa D3 Perbankan Syari'ah 2015 UIN Walisongo Semarang, atas dukungan dan kerjasamanya.

## DEKLARASI

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

Semarang, 10 Juli 2018

Deklarator,



**Muhammad Zainul Kirom**

NIM : 1505015047

## ABSTRAK

SIRELA adalah simpanan yang menggunakan akad *Wadi'ah Yad Dhamanah* sehingga penyimpan dana dapat mengambil dana tersebut setiap saat. Di sisi lain, KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang dapat menggunakan dana tersebut. Agar produk tersebut diminati oleh masyarakat, maka pihak KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang perlu mempunyai strategi yang baik. Oleh karena itu, penelitian ini ingin mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang dalam memasarkan produk. Untuk agar produk ini diminati oleh masyarakat perlu adanya strategi pemasaran yang baik. Oleh karena itu, penelitian ini bermaksud meneliti bagaimana strategi.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Data-data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder, yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumen. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitis.

Dari penelitian ini dihasilkan kesimpulan sebagai berikut: *Pertama*, Strategi pemasaran dalam produk simpanan sukarela (SIRELA) pada KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang adalah sebagai berikut: a). strategi produk menggunakan akad *Wadi'ah Yad Dhamanah* yang merupakan dana yang boleh dikelola oleh lembaga, b). Strategi harga dengan biaya yang murah, c). Strategi tempat dengan pasar sasaran para pelaku usaha baik pedagang maupun pembeli di pasar, masyarakat umum dan sekolah-sekolah, d). Strategi promosi yang dilakukan yaitu menggunakan sistem jemput bola, menyebarkan brosur-brosur, promosi melalui sosial media, dan melalui mulut ke mulut. *Kedua*, hambatan secara internal yaitu dari sumber daya manusia, kurangnya pemahaman karyawan tentang produk SIRELA, dan minimnya biaya promosi. Hambatan secara eksternal, persaingan dalam kompetisi pemasaran dengan KSPPS lain.

**Kata kunci:** Strategi Pemasaran, Simpanan SIRELA, Hambatan

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini yang berjudul “ **STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN SUKARELA (SIRELA) di KSPPS AMANAH USAHA MULIA MAGELANG**”. Tugas Akhir ini penulis susun untuk memenuhi persyaratan tugas dan melengkapi syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya Ilmu Perbankan Syari’ah.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran penyelesaian penyusunan Tugas Akhir ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Bapak Dr. H. Imam Yahya, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Walisongo Semarang
3. Bapak H. Johan Arifin, S.Ag., M.M. selaku Ketua Jurusan Program Studi D3 Perbankan Syari’ah, UIN Walisongo Semarang
4. Bapak H. Dede Rodin, Lc., M.Ag. selaku dosen pembimbing dan pengarahan dalam penyusunan Tugas Akhir ini
5. Seluruh dosen pengajar D3 Perbankan Syari’ah beserta tenaga kependidikan.



6. Bapak Rudy Rusmanto, S.E., M.M selaku Manajer KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang beserta seluruh jajaran staf Karyawan
7. Kepada seluruh pihak yang telah membantu terselesaikannya Tugas Akhir ini.

Penulis percaya bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, sehingga penulis akan sangat berterima kasih atas kritik dan saran yang bersifat membangun penyempurnaan Tugas Akhir ini.

Akhirnya penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Semarang, 10 Juli 2018

Penulis

**Muhammad Zainul Kirom**

**NIM : 1505015047**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
PENGESAHAN .....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
DEKLARASI .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
D. Tinjauan Pustaka .....	8
E. Metode Penelitian.....	9
1. Jenis Penelitian .....	9
2. Sumber Data .....	10
3. Metode Pengumpulan Data .....	11
4. Metode Analisis Data .....	13
F. Sistematika Penulisan.....	13

## **BAB II : LANDASAN TEORI**

A. Pemasaran.....	15
1. Pengertian Pemasaran .....	15
2. Tujuan Pemasaran.....	16
3. Strategi Pemasaran.....	17
4. Strategi Bauran Pemasaran .....	25
B. <i>Wadi'ah</i> .....	28
1. Pengertian <i>Wadi'ah</i> .....	28
2. Rukun dan Syarat <i>Wadi'ah</i> .....	31
3. Pengaplikasian <i>Wadi'ah</i> .....	32
4. Fatwa DSN-MUI No: 02/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Tabungan / Simpanan .....	33

## **BAB III : GAMBARAN UMUM KSPPS AMANAH USAHA MULIA**

### **MAGELANG**

A. Profil KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang .	40
a. Sejarah Berdirinya .....	40
b. Visi dan Misi.....	44
c. Tujuan Pendirian.....	44
d. Aspek-aspek Pendirian KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.....	45
e. Struktur Organisasi .....	48
f. Permodalan KSPPS.....	56
B. Produk yang Ditawarkan .....	59
1. Penghimpun Dana.....	59

2. Penyalur Dana.....	61
3. Dana <i>Ta'awun</i> dan Dana ZIS.....	63

#### **BAB IV : PEMBAHASAN**

A. Produk SIRELA di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang .....	66
B. Strategi Pemasaran Produk Simpanan Sukarela (SIRELA) di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.....	71
C. Hambatan Strategi Pemasaran Pada Produk Simpanan Sukarela (SIRELA) di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.....	80
D. Analisis .....	82

#### **BAB V : PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	86
B. Saran.....	87
C. Penutup.....	88

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan Lembaga Keuangan Syariah (LKS) selama beberapa tahun ini mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Berbagai Lembaga Keuangan Syariah (LKS) tersebut di Indonesia banyak beroperasi, salah satunya yaitu Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) dengan berdasarkan atas Peraturan Menteri Koperasi Dan Usaha Kecil Dan menengah Republik Indonesia Nomor 16 /Per/M.KUKM/IX/2015 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Oleh Koperasi.

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) adalah koperasi yang kegiatan usahanya meliputi simpanan, pinjaman dan pembiayaan sesuai prinsip syariah, termasuk mengelola zakat, infaq/sedekah, dan wakaf. Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) adalah termasuk Lembaga Keuangan Non Bank (LKNB) yang beroperasi dengan sistem syariah.<sup>1</sup>

Setiap orang akan selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhannya dengan menggunakan atau mengkonsumsi produk

---

<sup>1</sup> Farid Hidayat, “*Alternative Sistem Pengawasan Pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari’ah (KSPPS) Dalam Mewujudkan Shariah Compliance*”, Mahkamah: Jurnal Ilmu Hukum & Ilmu Islam, Vol. 1, No. 2, Lampung: IAIM NU Metro, 2016, h. 384-385.

yang ada. Usaha untuk memenuhi kebutuhan tersebut dilakukan dengan menarik manfaat atau kegunaan suatu produk. Manfaat atau kegunaan suatu produk dapat dilihat dari teori ekonomi adalah ditimbulkan dari kegunaan (utilitas) karena bentuk, kegunaan karena tempat, kegunaan karena waktu, dan kegunaan karena kepemilikan.

Sebagian besar usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia dilakukan melalui pemasaran. Hal ini terutama disebabkan karena proses pemasaran menambah kegunaan (utilitas) dari produk yang ada. Oleh karena itu, ada yang menyatakan, pemasaran merupakan usaha untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Oleh karena itu, meningkatnya kegiatan pemasaran disuatu daerah dapat mencerminkan tingginya taraf hidup dan tingkat sosial masyarakat di daerah tersebut.

Semakin tinggi taraf hidup dari tingkat sosial suatu masyarakat, semakin banyak tingkat pilihan masyarakat tersebut untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Dalam hal ini masyarakat telah meningkatkan tingkat kebutuhan dan keinginannya, dari sekadar pemenuhan kebutuhan pokok hidupnya menjadi pemenuhan kebutuhan dan keinginan yang lebih tinggi lagi seperti kebutuhan keselamatan dan keamanan kebutuhan sosial dan kebutuhan kepuasan pribadi. Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat konsumen, pemasara n di samping berperan melakukan kegiatan penelitian produk baru dan pengembangan produk yang ada, juga menciptakan kemungkinan *product mix* dan

diversifikasi produk. Semua ini dilakukan sejalan dengan perkembangan tingkat kesejahteraan masyarakat di suatu daerah.<sup>2</sup>

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang; tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan/laba perusahaan. Usaha ini hanya dapat dilakukan apabila perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualannya, melalui usaha mencari dan membina langganan, serta usaha menguasai pasar. Tujuan ini hanya dapat dicapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat dipertahankan dan sekaligus ditingkatkan.<sup>3</sup>

Pemasaran merupakan kegiatan yang penting dalam menjalankan kegiatan usaha. Karena pemasaran merupakan tindakan ekonomi yang berpengaruh terhadap naik turunnya pendapatan. Produk yang ditawarkan akan sia-sia bila minat konsumen rendah, maka pemasaran harus baik dan efisien. Hal ini perlu mendapat perhatian, karena dengan sistem pemasaran yang cepat dan tepat maka minat konsumen akan meningkat. Disisi lain, peran pemasaran tidak hanya sebagai tindakan ekonomi untuk memperoleh pendapatan. Pemasaran juga sebagai ujung tombak dari perusahaan

---

<sup>2</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011, h. 16-17.

<sup>3</sup> Ibid, h. 167-168.

dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup berkembang dan meningkatkan keuntungan. Dalam memberikan definisi pemasaran, para pakar pemasaran mempunyai pendapat dan argumentasi masing-masing walaupun esensinya sama. Philip Kotler mendefinisikan pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang bernilai bagi satu sama lain. Sementara itu, William J. Stanton mengartikan pemasaran sebagai suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis dalam merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan pembeli.<sup>4</sup>

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Amanah Usaha Mulia Magelang adalah salah satu jenis Koperasi Syariah simpan pinjam yang menghimpun dana dari masyarakat berupa tabungan dan deposito yang kemudian menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan. KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang didirikan pada tanggal 30 Mei 2009, berdasarkan Anggaran Dasar yang disahkan oleh Menteri Koperasi, Pengusaha Kecil dan Menengah dengan Surat Keputusan Nomor: 391/BH/XIV/16/V/2009 Nomor 05 Tanggal 06 Februari 2009. Dengan maksud agar dapat memberikan pelayanan kepada masyarakat usaha kecil untuk meningkatkan kualitas hidup

---

<sup>4</sup> Gita Danupranata, *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba Empat, 2013, h. 19.



menjadi lebih baik. Untuk menjaga kelangsungan hidup KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang membutuhkan strategi pemasaran yang efektif agar semua produknya terjual di masyarakat, guna meningkatkan jumlah anggota dan meningkatkan hasil usaha.

KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang mempunyai beberapa produk diantaranya Produk SIRELA (Simpanan Sukarela), Produk SIMKU (Simpanan Kurban) dan Produk SISUKA (Simpanan Manasuka Berjangka). Salah satu produk yang diminati oleh anggota di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang adalah Produk SIRELA. Produk SIRELA merupakan simpanan dengan akad *Wadiah Yad Dhamanah* yang penarikan dan penyetorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kerja.

Tabel 1.1

Data Simpanan Anggota KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang  
Tahun 2018

Nama produk	Anggota
SIRELA	1.350 Orang
SIMKU	30 Orang
SISUKA	260 Orang
Jumlah anggota	1.640 Orang

Sumber : KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa produk SIRELA adalah produk unggul dan mengalami perkembangan pesat dengan

pencapaian 80% yang memiliki banyak peminat, dimana SIRELA merupakan simpanan anggota yang dikelola berdasarkan prinsip syari'ah yang memungkinkan anggota dapat melakukan transaksi penyimpanan atau penarikan setiap hari. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk membahas lebih mendalam kaitannya dengan produk SIRELA di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang sebagai obyek penulisan tugas akhir dengan mengangkat judul “ **Strategi Pemasaran Produk Simpanan Sukarela (SIRELA) di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang**”.

## **B. Rumusan Masalah**

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

1. Bagaimana strategi KSPPS Amanah Usaha Mulia dalam memasarkan produk SIRELA agar sesuai dengan target yang telah ditetapkan ?
2. Bagaimana hambatan strategi pemasaran terhadap tingkat perkembangam produk SIRELA di KSPPS Amanah Usaha Mulia ?

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

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

1. Untuk mengetahui strategi KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang dalam menjual produk SIRELA agar sesuai target yang telah ditetapkan.
2. Untuk mengetahui hambatan strategi pemasaran terhadap tingkat perkembangan produk SIRELA di KSPPS Amanah Usaha Mulia magelang.

Selain memiliki tujuan-tujuan yang telah disebutkan di atas, penulis juga menerapkan manfaat dalam penulisan Tugas Akhir ini, adapun manfaat antara lain sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi ilmu ekonomi pada umumnya, khususnya mengenai strategi pemasaran di KSPPS Amanah Usaha Mulia. Dan juga memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu ekonomi syari'ah, khususnya dalam sektor perbankan. Sebagai bahan pembanding secara teori dan fakta atau kenyataan yang terjadi di lapangan.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan para karyawan dalam memasarkan produknya. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai aplikasi langsung dimasyarakat atas pengetahuan secara teori dibangku perkuliahan, serta membantu untuk penelitian selanjutnya mengenai efektivitas strategi pemasaran yang terjadi di masyarakat.

Memberikan informasi dan pengetahuan tambahan yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan untuk meningkatkan usaha secara syari'ah dan sebagai sarana memperkenalkan produk-produk yang ada di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.

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

Pertama, Shofie Naqiya dalam tugas akhirnya “ Strategi Pemasaran Dalam Upaya Mendapatkan Nasabah di KSPPS BMT Amanah Usaha Mulia Magelang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT Amanah Usaha Mulia Magelang dalam pemasaran produknya untuk meningkatkan jumlah nasabah dengan menetapkan target pasar, segmentasi pasar dan memilih bauran pemasaran serta faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran produk BMT Amanah Usaha Mulia Magelang<sup>5</sup>. Akan tetapi penelitian ini masih membahas strategi pemasaran secara umum. Sedangkan, penelitian yang akan penulis lakukan lebih khusus mengarah ke salah satu produk yaitu produk tabungan simpanan sukarela (SIRELA).

Kedua, Firdausi Nuzula dalam tugas akhirnya “ Mekanisme Pembiayaan dan Strategi Pemasaran Produk Musyarakah di KSPPS BMT Amanah Usaha Mulia Magelang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme pembiayaan musyarakah di KSPPS

---

<sup>5</sup> Shofie Naqiya, “Strategi Pemasaran Dalam Upaya Mendapatkan Nasabah di KSPPS BMT Amanah Usaha Mulia Magelang”, Tugas Akhir, Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Walisongo, 2017

Amanah usaha Mulia Magelang sudah tepat dengan yang diterapkan oleh syariah dan sesuai dengan ketentuan-ketentuan dalam fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) No. 08/DSN-MUI/IV/2000 dan strategi yang diterapkan oleh KSPPS BMT Amanah Usaha Mulia Magelang dalam memasarkan produk pembiayaan musyarakah adalah *place* (tempat), *product* (produk), *price* (harga) dan *promotion* (promosi).<sup>6</sup> Akan tetapi dalam Penelitian ini membahas mengenai mekanisme pembiayaan dan strategi pemasaran secara umum. Sedangkan, penelitian yang akan penulis bahas lebih khusus mengarah ke salah satu produk simpanan sukarela (SIRELA) dan dampak strategi pemasaran terhadap tingkat perkembangan produk SIRELA di KSPPS Amanah usaha Mulia Magelang.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan yang bersifat kualitatif deskriptif, dengan mengambil tempat di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.

Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak diperoleh dengan menggunakan prosedur statistik. Penelitian kualitatif dapat digunakan untuk meneliti kehidupan masyarakat, sejarah,

---

<sup>6</sup> Firdausi Nuzula, "Mekanisme Pembiayaan dan Strategi Pemasaran Produk Musyarakah di KSPPS Amanah usaha Mulia Magelang", Tugas Akhir, Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo, 2017

tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, gerakan sosial, atau hubungan kekerabatan.<sup>7</sup>

## 2. Sumber Data

Sumber data di dalam penelitian merupakan faktor yang sangat penting, karena sumber data akan menyangkut kualitas dari hasil penelitian. Oleh karenanya, sumber data menjadi bahan pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

### a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Pengumpulan data primer merupakan bagian integral dari proses penelitian dan yang seringkali diperlukan untuk tujuan pengambilan keputusan. Data primer dapat berupa opini subjek, hasil observasi terhadap suatu perilaku atau kejadian, dan hasil pengujian.<sup>8</sup> Data primer dalam penelitian ini adalah data-data yang

---

<sup>7</sup> Martha dan Evi, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Bidang Kesehatan*, Jakarta: Rajawali Pres, 2016, h. 1.

<sup>8</sup> Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010, h. 78.

penulis peroleh secara langsung dari KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari obyek penelitian yang bersifat publik, yang terdiri atas: struktur organisasi data kearsipan, dokumen, laporan-laporan serta buku-buku dan lain sebagainya yang berkenaan dengan penelitian ini. Dengan kata lain data sekunder diperoleh penelitian secara tidak langsung, melalui perantara atau diperoleh dan dicatat dari pihak lain.<sup>9</sup> Data sekunder dalam penelitian ini adalah data-data yang penulis peroleh dari pihak lain yang terkait dengan tema penelitian.

3. Metode Pengumpulan Data

Data-data didapat penulis melalui beberapa metode, yaitu :

a. Metode Interview

Merupakan salah satu tehnik pengumpulan data, dimana pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan subjek penelitian atau responden. Interview adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengontruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan dan sebagainya yang

---

<sup>9</sup> Ibid, h. 79.

dilakukan dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan kepada orang lain yang diwawancarai (interviewee).<sup>10</sup> Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan pihak KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang

b. Metode Observasi

Adalah pengamatan dari peneliti terhadap obyek penelitiannya. Kita dapat mengumpulkan data ketika peristiwa terjadi dan dapat datang lebih dekat untuk meliputi seluruh peristiwa. Instrumen yang digunakan adalah dapat berupa lembar pengamatan, panduan pengamatan maupun alat perekam. Metode observasi dapat menghasilkan data yang lebih rinci mengenai perilaku (subjek), benda, atau kejadian (objek) dari pada metode wawancara.<sup>11</sup> Dalam penelitian ini penulis mengamati secara langsung apa yang dilakukan oleh *marketing* ketika mereka memasarkan produk SIRELA.

c. Metode Dokumentasi

Merupakan teknik pengumpulan data tidak langsung ditujukan kepada subyek penelitian, namun melalui dokumen. Yaitu dengan cara mengumpulkan data yang ada sangkut pautnya dengan penelitian, sebagai

---

<sup>10</sup> Ibid, h. 80-81.

<sup>11</sup> Ibid, h. 87.



pelengkap dari hasil wawancara yang telah dilakukan.<sup>12</sup> Dokumentasi dalam penelitian ini berupa dokumen-dokumen baik berupa primer maupun sekunder yang penulis peroleh untuk melengkapi penelitian ini.

#### 4. Metode Analisis Data

Setelah data-data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data. semua data yang diperoleh baik melalui observasi, wawancara dan dokumentasi diolah atau dianalisis untuk mencapai tujuan akhir penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data secara deskriptif kualitatif yaitu teknik analisis data dengan cara menggambarkan kondisi obyektif dari obyek penelitian dan menguraikan dalam bentuk kalimat berdasarkan data primer dan data sekunder.<sup>13</sup>

### F. Sistematika Penulisan

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

Bab 1, menjelaskan tentang pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

---

<sup>12</sup> M Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1996, h. 159.

<sup>13</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013, h. 401.

Bab 2, menjelaskan tentang landasan teori, yang terdiri dari pengertian pemasaran, peranan pemasaran pada masyarakat, strategi pemasaran, segmentasi, targeting, positioning dan bauran pemasaran.

Bab 3, menjelaskan tentang gambaran umum KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang, yang terdiri dari sejarah berdirinya, visi dan misi, struktur organisasi, permodalan KSPPS, produk yang ditawarkan.

Bab 4, menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan, yang terdiri dari strategi pemasaran produk simpanan sukarela (SIRELA) di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang dan dampak strategi pemasaran terhadap tingkat perkembangan tabungan SIRELA di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.

Bab 5, menjelaskan tentang penutup, yang terdiri dari kesimpulan, saran, penutup.

Daftar pustaka dan lampiran.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Pemasaran**

##### **1. Pengertian Pemasaran**

Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Hanya saja sebagian pelaku pemasaran tidak atau belum mengerti ilmu pemasaran, tetapi sebenarnya mereka telah melakukan usaha-usaha pemasaran. Hal ini terjadi karena pelaku pemasaran belum pernah belajar atau bahkan belum pernah mendengar kata-kata pemasaran. Justru kejadian seperti ini banyak terjadi di kehidupan masyarakat.

Bagi dunia perbankan yang merupakan badan usaha yang berorientasi profit, kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan utama dan sudah merupakan suatu keharusan untuk dijalankan. Tanpa kegiatan pemasaran jangan diharapkan kebutuhan dan keinginan pelanggannya akan terpenuhi. Karena itu, bagi dunia usaha apalagi seperti usaha perbankan perlu mengemas kegiatannya secara terpadu dan terus menerus melakukan riset pasar.

Pemasaran harus dikelola secara profesional sehingga kebutuhan dan keinginan pelanggan akan segera terpenuhi dan terpuaskan. Pengelolaan pemasaran bank yang profesional

inihlah yang kita sebut dengan nama Manajemen Pemasaran Bank.<sup>14</sup>

Pemasaran telah memungkinkan kesemuanya itu berlangsung sebab, pemasaran itu sendiri merupakan studi tentang proses pertukaran yaitu, bagaimana transaksi dimulai, dimotivasikan dan dikonsumsi. Pemasaran dapat pula disebut sebagai penciptaan dan pemberian suatu standar hidup.

Dengan kemudian pemasaran dapat didefinisikan seperti berikut :

*Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.*<sup>15</sup>

## **2. Tujuan Pemasaran**

Tujuan pemasaran adalah mempertemukan kesamaan antara apa yang dibeli pelanggan berprospek dan apa yang dijual organisasi, potensi untuk menyesuaikan jasa agar sejauh mungkin memenuhi keinginan pelanggan individual hendaknya tidak diabaikan.

Tujuan utama pemasaran adalah untuk memaksimalkan keuntungan, untuk menjual sebanyak mungkin produk kepada sebanyak mungkin orang, sesering mungkin, dan dengan harga setinggi mungkin.

---

<sup>14</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2010, h. 51-52.

<sup>15</sup> Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Liberty, 2002, h. 5-6.

Tujuan pemasaran merupakan suatu keadaan yang diinginkan, yang diupayakan untuk menunjukkan bahwa tujuan pemasaran merupakan suatu yang mendasar, untuk menjamin konsistensi kegiatan pemasaran di perusahaan tersebut dan merupakan pemenuhan atas kebutuhan konsumen. Pemimpin perusahaan tidak dapat membantah lagi bahwa di dalam pasar sekarang ini, kesuksesan perusahaan berawal dari konsumen. Namun tampaknya banyak perusahaan yang melupakan perhatiannya pada kepercayaan konsumen. Jika perusahaan hanya memikirkan kepentingan perusahaan dan mengabaikan keberadaan konsumen, maka kemungkinan terbesar yang terjadi perusahaan gulung tikar.

Mengingat semakin pandainya konsumen memilih produk yang ada di pasar, maka organisasi harus responsive terhadap keinginan dan kebutuhan pelanggan. Dengan demikian tujuan pemasaran adalah mengutamakan konsumen. Agar tujuan pemasaran dapat diraih perusahaan maka inovasi yang berkelanjutan merupakan pendukung utama dari kesuksesan perusahaan.<sup>16</sup>

### **3. Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan

---

<sup>16</sup> Usi Usmara, *pemikiran Kreatif Pemasaran*, Yogyakarta: Amara Books, 2008, h. 21.

untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran 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. Oleh karena itu, penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisis lingkungan dan internal perusahaan melalui analisis kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya. Di samping itu strategi pemasaran yang telah ditetapkan dan dijalankan, harus dinilai kembali, apakah masih sesuai dengan keadaan atau kondisi pada saat ini. Penilaian atau evaluasi ini menggunakan analisis keunggulan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman.<sup>17</sup>

Faktor lingkungan yang dianalisis dalam penyusunan strategi pemasaran adalah keadaan pasar atau persaingan, perkembangan teknologi, keadaan ekonomi, peraturan dan kebijakan pemerintah, keadaan sosial budaya dan keadaan politik. Masing-masing faktor ini dapat menimbulkan adanya kesempatan atau ancaman/hambatan bagi pemasaran produk suatu perusahaan. Faktor internal perusahaan yang dianalisis dalam penyusunan strategi pemasaran adalah faktor yang terkait

---

<sup>17</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011, h. 168-169.

dengan pelaksanaan fungsi perusahaan, yang meliputi keuangan/pembelanjaan, pemasaran, produksi serta organisasi dan sumber daya manusia. Masing-masing faktor internal yang terkait dengan fungsi perusahaan tersebut dapat merupakan hal yang menunjukkan adanya keunggulan atau kelemahan perusahaan. Khusus dalam bidang pemasaran, faktor-faktor lingkungan atau eksternal seperti telah diuraikan di atas, adalah faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pimpinan perusahaan (*uncontrollable factors*), sedangkan faktor internal dalam bidang pemasaran adalah faktor yang dapat dikendalikan oleh pimpinan perusahaan umumnya dan pimpinan pemasaran khususnya (*controllable factors*), yang terdiri dari produk, harga, penyaluran/distribusi, promosi, dan pelayanan (*services*).<sup>18</sup>

Konsep pemasaran dalam suatu perusahaan harus diorganisasikan secara terpadu dan memerlukan pelaksanaan manajemen pemasaran yang pada hakikatnya merupakan tindakan dari konsep pemasaran.<sup>19</sup>

Konsep pemasaran (*marketing*), antara lain<sup>20</sup>:

---

<sup>18</sup> Ibid, h. 169-170.

<sup>19</sup> Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010, h. 146.

<sup>20</sup> Ibid, h.

a) Konsep Produksi (*The Production Concepts*)

Konsep ini menyatakan bahwa konsumen menyukai produk yang tersedia selaras dengan kemampuan. Oleh karena itu, manajemen harus berusaha untuk meningkatkan efisiensi produksi dan distribusi.

b) Konsep Produk (*The Product Concepts*)

Dalam konsep ini terkandung pengertian bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas dan prestasi terbaik serta keistimewaan yang menonjol. Oleh karena itu, produsen harus berupaya untuk memperbaiki produk secara terus-menerus.

c) Konsep Penjualan (*The Selling Concepts*)

Konsep ini menyatakan bahwa konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk, kecuali jika produsen mengupayakan promosi dan penjualan yang agresif.

d) Konsep Pemasaran (*The Marketing Concepts*)

Konsep ini menyatakan bahwa kunci keberhasilan untuk mencapai tujuan bank adalah terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran (*target market*) serta pemberian kepuasan yang diinginkan secara lebih baik dari pada yang dilakukan para pesaing.

Konsep dasar pemasaran dan konsep penjualan sering sulit dibedakan. Dasar pemikiran konsep pemasaran adalah:

- a) Pemuasan keinginan kelompok pembeli tertentu menjadi tugas perusahaan;



- b) Untuk itulah diperlukan program riset pemasaran agar dapat diketahui pada keinginan pembeli;
- c) Semua kegiatan untuk mempengaruhi pembeli harus ditempatkan di bawah kontrol pemasaran yang terintegrasi;
- d) Kepuasan konsumen akan menimbulkan loyalitas, kesan baik dari pembeli.

Sedangkan konsep penjualan terkandung dasar pemikiran:

- a) Tugas utama bank ialah mencapai volume penjualan jasa yang sebanyak-banyaknya;
- b) Para konsumen (nasabah) harus didorong untuk membeli dengan berbagai cara peningkatan penjualan;
- c) Para pembeli kemungkinan akan melakukan pembelian lagi dan walaupun tidak, masih ada konsumen lainnya.

Apabila bank menganut konsep pemasaran, semua kegiatan diarahkan kepada konsumen (*consumer service*). Bagian pemasaran berperan aktif sejak mulainya proses produksi (jasa) sebab konsumenlah yang akan menjadi tujuan utama, yaitu kepuasan jadi tidak hanya meningkatkan volume penjualan saja.

Sedangkan apabila bank yang menganut konsep penjualan (*the selling concepts*) lebih meningkatkan volume penjualan dari pada kepuasan konsumen. Untuk mencapai volume penjualan yang cukup tinggi, penjual kadang-kadang

tidak segan menggunakan cara-cara yang kurang jujur untuk mempengaruhi konsumen.<sup>21</sup>

Konsep penjualan akan berhasil, jika :

- a) Pembeli mengetahui bahwa kata-kata penjual tidak sepenuhnya benar;
- b) Pembeli yang kecewa atas produk, cepat melupakan kekecewaannya;
- c) Pembeli yang kecewa tidak mengadu ke Lembaga Konsumen dan tidak memberitahukan kekecewaannya kepada calon pembeli yang lain;
- d) Jumlah calon pembeli cukup banyak, sehingga penjual tidak perlu menciptakan langganan.

Jadi, konsep penjualan berbeda dengan konsep pemasaran, yaitu dalam hal orientasinya.

Tujuan utama konsep pemasaran adalah memaksimalkan kepuasan konsumen yang merupakan syarat ekonomis dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan sehingga semua kegiatan perusahaan, baik produksi, teknik, keuangan, maupun pemasaran (termasuk variabel-variabel 4P dari *marketing mix*) selalu diarahkan pada upaya untuk memenuhi selera konsumen dan memuaskan kebutuhan mereka agar diperoleh keuntungan yang layak dalam jangka panjang. Meskipun demikian, setiap bank belum tentu cocok

---

<sup>21</sup> Ibid, 147.

menggunakan konsep pemasaran. Hal ini tergantung pada berbagai faktor, antara lain sebagai berikut<sup>22</sup> :

- 1) Struktur pasar yang dihadapi bank (perusahaan)  
Dalam pasar persaingan sempurna di mana jumlah penjual dan pembeli cukup banyak, bank secara individu sulit untuk menggunakan konsep produk sehingga lebih baik menggunakan konsep pemasaran.
- 2) Situasi permintaan  
Apabila jumlah permintaan lebih besar dari pada jumlah penawaran dan konsumen siap membeli produk apapun yang ditawarkan maka lebih cocok digunakan konsep produksi. Tetapi sebaliknya jika jumlah penawaran kurang lebih sama atau lebih kecil dari pada jumlah permintaan maka konsumen harus didorong sedemikian rupa dalam hal produk (jasa), harga, dan pelayanan sehingga konsumen memperoleh kepuasan.
- 3) Tingkat pengetahuan konsumen mengenai harga, kualitas, dan barang sejenis di pasaran. Jika konsumen mengetahui harga berbagai merek barang sejenis dan hanya mementingkan harga murah dan bukan kualitas, lebih cocok menggunakan konsep produksi. Sedangkan jika konsumen mulai mempertimbangkan tinggi rendahnya kualitas dan perbedaan penampilan dari berbagai merek

---

<sup>22</sup> Ibid, 148.

sejenis dan harga yang terjangkau adalah tepat dengan konsep produksi.

4) Tujuan pembelian

Bagi konsumen yang membeli sekadar untuk memenuhi kebutuhannya akan berbeda dengan konsumen yang membeli untuk memaksimumkan kepuasannya. Pada situasi pertama konsep produksi adalah cocok, sedangkan ada situasi kedua cocok dengan konsep pemasaran.

5) Konsep pemasaran kemasyarakatan atau *the societal marketing concepts* menyatakan bahwa tugas bank adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan kepentingan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diinginkan dengan lebih baik dari pada yang diberikan para pesaing sedemikian rupa sehingga dapat mempertahankan dan mempertinggi kesejahteraan masyarakat. Konsep ini berupaya menjaga kepentingan masyarakat dalam jangka panjang, di samping tujuan yang lain yaitu memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Jadi secara garis besarnya, tujuan pemasaran adalah :

- Menciptakan permintaan
- Meningkatkan kepuasan konsumen
- Meningkatkan permintaan
- Menyesuaikan dengan perubahan lingkungan.

- 6) Konsep pemasaran global atau *the global marketing concepts* berfokus pada lingkungan bisnis internasional, dilakukan dengan kiat-kiat manajemen dan bertujuan memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan (*stackholder benefits*). Dengan demikian, konsep pemasaran global mempunyai wawasan yang sangat luas (bank devisa) dan harus menguasai lingkungan internasional.<sup>23</sup>

#### 4. Strategi Bauran Pemasaran

Keberhasilan suatu perusahaan berdasarkan keahliannya dalam mengendalikan strategi pemasaran dimiliki. Konsep pemasaran mempunyai seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan yaitu yang lebih dikenal dengan *marketing mix* (bauran pemasaran).

Kotler memberikan definisi mengenal bauran pemasaran sebagai:

“Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran faktor yang dapat dikendalikan *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat) yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran.”<sup>24</sup>

Sementara Saladin memberikan definisi

“Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah serangkaian dari variabel pemasaran yang dapat dikuasai oleh

---

<sup>23</sup> Ibid, h. 149

<sup>24</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: ALFABETA, 2012, h.14.

perusahaan dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran.”<sup>25</sup>

Sehingga bauran pemasaran dapat diartikan sebagai perpaduan seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan oleh perusahaan sebagai bagian dalam upaya mencapai tujuan pada pasar sasaran.

Menganalogikan strategi pemasaran pada perbankan syariah, berdasarkan konsep *marketing mix* merupakan hal yang sangat menarik dan merupakan sebuah keniscayaan untuk mempercepat pengembangan perbankan syariah di tanah air ini. Oleh karena itu, marilah kita coba telaah satu per satu elemen *marketing mix* sebagai berikut :

a) *Product* (produk), sama halnya dengan perbankan konvensional, produk yang dihasilkan dalam perbankan syariah bukan berupa barang, melainkan jasa.

Jasa yang dihasilkan harus mengacu pada nilai-nilai syariah atau yang diperbolehkan dalam Al-Qur'an. Untuk bisa lebih menarik minat konsumen terhadap jasa perbankan yang dihasilkan, produk tersebut harus tetap melakukan strategi “diferensiasi” atau “diversifikasi” agar mereka beralih dan mulai menggunakan jasa perbankan syariah.

---

<sup>25</sup> Ibid, h. 14.

- b) *Price* (harga) merupakan satu-satunya elemen pendapatan dalam *marketing mix*, penentuan harga jual produk berupa jasa yang ditawarkan dalam perbankan syariah merupakan salah satu faktor terpenting untuk menarik minat nasabah.

26

Ketika jasa yang dihasilkan oleh perbankan syariah mampu memberikan nilai tambah (keuntungan) lebih dari perbankan konvensional pada saat ini, artinya harga yang ditawarkan oleh perbankan syariah mampu bersaing, bahkan berhasil mengungguli perbankan konvensional.

- c) *Place* (tempat atau saluran distribusi) merupakan hal yang tidak kalah penting dengan unsur-unsur “P” sebagaimana sudah disebutkan di atas. Penetrasi pasar perbankan syariah tidak akan berhasil tanpa didukung oleh tempat atau saluran distribusi yang baik pula, untuk menjual jasa yang ditawarkan kepada konsumen.

Untuk melakukan penetrasi, pelayanan perbankan syariah harus disebar ke pelosok daerah. Untuk itu, dibutuhkan modal besar jika harus dilakukan secara serentak atau bersamaan.

Selain itu, bisa juga dilakukan secara bertahap atau bisa juga dengan melakukan sistem kerja sama (*partnership*) dengan unit-unit pelayanan sejenis agar jasa

---

<sup>26</sup> Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2008, h. 73

yang ditawarkan dengan berbasiskan syariah tersebut bisa sampai dan menyebar hinggal pelosok-pelosok daerah di Indonesia.

- d) *Promotion* (promosi) juga menjadi salah satu faktor pendukung kesuksesan perbankan syariah. Jangan dulu mengajukan pertanyaan tentang perbankan syariah kepada masyarakat di pedesaan. Ajukan saja lebih dahulu pertanyaan tersebut kepada masyarakat perkotaan yang tak begitu asing dengan istilah perbankan syariah.

Dalam *marketing*, efektivitas sebuah iklan sering digunakan untuk menanamkan “*brand image*” atau agar lebih dikenal keberadaannya. Ketika “*brand image*” sudah tertanam di benak masyarakat umum, menjual sebuah produk, baik dalam bentuk barang maupun jasa akan terasa menjadi jauh lebih mudah.<sup>27</sup>

## **B. *Wadi'ah***

### **1. Pengertian *Wadi'ah***

Akad titipan (*Wadi'ah*) ada dua, yaitu *Wadi'ah yad Amanah* dan *Wadi'ah yad Dhamanah*. Pada awalnya, *Wadi'ah* muncul dalam bentuk *yad al-amanah* ‘tangan amanah’, yang kemudian dalam perkembangannya munculkan *yadh-dhamanah* ‘tangan penanggung’. Akad *Wadi'ah yad Dhamanah* ini

---

<sup>27</sup> Ibid, h. 74



akhirnya banyak dipergunakan dalam aplikasi perbankan syariah dalam produk-produk pendanaan.<sup>28</sup>

a) *Wadi'ah yad Amanah*

Secara umum *Wadi'ah* adalah titipan murni dari pihak penitip (*muwaddi'*) yang mempunyai barang/aset kepada pihak penyimpan (*mustawda'*) yang diberi amanah/kepercayaan, baik individu maupun badan hukum, tempat barang yang dititipkan harus dijaga dari kerusakan, kerugian, keamanan, dan keutuhannya, dan dikembalikan kapan saja penyimpan menghendaki.

Barang/aset yang dititipkan adalah sesuatu yang berharga yang dapat berupa uang, barang, dokumen, surat berharga, atau barang berharga lainnya. Dalam konteks ini, pada dasarnya pihak penyimpan (*custodian*) sebagai penerima kepercayaan (*trustee*) adalah *yad al-amanah* 'tangan amanah' yang berarti bahwa ia tidak diharuskan bertanggung jawab jika sewaktu dalam penitipan terjadi kehilangan atau kerusakan pada barang/aset titipan, selama hal ini bukan akibat dari kelalaian atau kecerobohan yang bersangkutan dalam memelihara barang/aset titipan. Biaya penitipan boleh dibebankan kepada pihak penitip sebagai kompetensi atas tanggung jawab pemeliharaan.

---

<sup>28</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2015, h. 42.

Dengan prinsip ini, pihak penyimpan tidak boleh menggunakan atau memanfaatkan barang/aset yang dititipkan, melainkan hanya menjaganya. Selain itu, barang/aset yang dititipkan tidak boleh dicampuradukkan dengan barang/aset lain, melainkan harus dipisahkan untuk masing-masing barang/aset penitip.

b) *Wadi'ah yad Dhamanah*

Dari prinsip *yad al-amanah* 'tangan amanah' kemudian berkembang prinsip *yadh-dhamanah* 'tangan penanggung' yang berarti bahwa pihak penyimpan bertanggung jawab atas segala kerusakan atau kehilangan yang terjadi pada barang/aset titipan.

Hal ini berarti bahwa pihak penyimpan atau *custodian* adalah *trustee* yang sekaligus *guarantor* 'penjamin' keamanan barang/aset yang dititipkan. Ini juga berarti bahwa pihak penyimpan telah mendapatkan izin dari pihak penitip untuk mempergunakan barang/aset yang dititipkan tersebut untuk aktivitas perekonomian tertentu, dengan catatan bahwa pihak penyimpan akan mengembalikan barang/aset yang titipkan secara utuh pada saat penyimpan menghendaki. Hal ini sesuai dengan anjuran dalam Islam agar aset selalu diusahakan untuk tujuan produktif (tidak *idle* atau didiamkan saja).

Dengan prinsip ini, penyimpan boleh mencampur aset penitip dengan aset penyimpan atau aset penitip yang lain, dan kemudian digunakan untuk tujuan produktif mencari keuntungan. Pihak penyimpan berhak atas keuntungan yang diperoleh dari pemanfaatan aset titipan dan bertanggung jawab penuh atas risiko kerugian yang mungkin timbul. Selain itu, penyimpan diperbolehkan juga, atas kehendak sendiri, memberikan bonus kepada pemilik aset tanpa akad perjanjian yang mengikat sebelumnya, dengan menggunakan prinsip *yadh dhamanah*, akad titipan seperti ini biasa disebut *Wadi'ah yad Dhamanah*.<sup>29</sup>

## 2. Rukun dan Syarat *Wadi'ah*

- a) Rukun dari akad titipan *Wadi'ah* (*yad Amanah* maupun *yad Dhamanah*) yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa hal sebagai berikut :
  - 1) Pelaku akad, yaitu penitip (*mudi'/'muwaddi'*) dan penyimpan/penerima titipan (*muda'/'mustawda'*);
  - 2) Objek akad, yaitu barang yang dititipkan; dan
  - 3) *Shighah*, yaitu *Ijab* dan *Qabul*.
- b) Syarat *Wadi'ah* yang harus dipenuhi adalah syarat bonus sebagai berikut :

---

<sup>29</sup> Ibid, h. 43.

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

### 3. Pengaplikasian *Wadi'ah*

Prinsip *Wadi'ah yad Dhamanah* inilah yang secara luas kemudian diaplikasikan dalam dunia perbankan Islam dalam bentuk produk-produk pendanaannya, yaitu :

- 1) Giro (*current account*) *Wadi'ah*
- 2) Tabungan (*savings account*) *Wadi'ah*

Beberapa ketentuan *Wadi'ah yad Dhamanah*, antara lain :

- 1) Penyimpan memiliki hak untuk menginvestasikan aset yang dititipkan;
- 2) Penitip memiliki hak untuk mengetahui bagaimana asetnya diinvestasikan;<sup>30</sup>
- 3) Penyimpan menjamin hanya nilai pokok jika modal berkurang karena merugi/terdepresiasi;
- 4) Setiap keuntungan yang diperoleh penyimpan dapat dibagikan sebagai hibah atau hadiah (bonus). Hal itu berarti bahwa penyimpan (bank) tidak memiliki kewajiban mengikat untuk membagikan keuntungan yang diperolehnya; dan
- 5) Penitip tidak memiliki hak suara.<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> Ibid, h. 44.

<sup>31</sup> Ibid, h. 45.

**4. Fatwa DSN-MUI No: 02/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Tabungan / (Simpanan dalam Koperasi Syariah)**

Dewan Syariah Nasional setelah

Menimbang :

- a. bahwa keperluan masyarakat dalam peningkatan kesejahteraan dan dalam penyimpanan kekayaan, pada masa kini, memerlukan jasa perbankan; dan salah satu produk perbankan di bidang penghimpun dana dari masyarakat adalah tabungan, yaitu simpanan dana yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang telah disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu;<sup>32</sup>
- b. bahwa kegiatan tabungan tidak semuanya dapat dibenarkan oleh hukum Islam (Syari'ah);
- c. bahwa oleh karena itu, DSN memandang perlu menetapkan fatwa tentang bentuk-bentuk mu'amalah syar'iyah untuk dijadikan pedoman dalam pelaksanaan tabungan pada bank syari'ah.

Mengingat :

1. Firman Allah QS. al-Nisa' [4]: 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً

---

<sup>32</sup> Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, “DSN-MUI Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Tabungan”, diakses dari <http://dsnmu.or.id/produk/fatwa>, pada tanggal 30 Juni 2018, pukul 10.47

عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ...

“ Hai orang yang beriman! Janganlah kalian saling memakan (mengambil) harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan sukarela di antaramu...”.

2. Firman Allah QS. al-Baqarah [2]: 283:

فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ...

“...Maka, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya...”.

3. Firman Allah QS. al-Ma'idah [5]: 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ....

“hai orang yang beriman! Penuhilah akad-akad itu...”.

4. Firman Allah QS. al-Ma'idah [5]: 2:

...وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى...

“dan tolong menolonglah dalam (mengerjakan) kebajikan...”.

5. Hadis Nabi riwayat Ibnu Abbas:

كَانَ سَيِّدُنَا الْعَبَّاسُ بْنُ عَبْدِ الْمُطَّلَبِ إِذَا دَفَعَ الْمَالَ مُضَارَبَةً  
 اشْتَرَطَ عَلَى صَاحِبِهِ أَنْ لَا يَسْأَلَكَ بِهِ بَحْرًا، وَلَا يَنْزِلَ بِهِ  
 وَادِيًا، وَلَا يَشْتَرِي بِهِ دَابَّةً ذَاتَ كَبِدٍ رَطْبَةً، فَإِنْ فَعَلَ ذَلِكَ

ضَمِينَ، فَبَلَغَ شَرْطُهُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ  
فَأَجَازَهُ (رواه الطبراني في الأوسط  
عن ابن عباس).

*“Abbas bin Abdul Muthallib jika menyerahkan harta sebagai mudharabah, ia mensyaratkan kepada mudharibnya agar tidak mengarungi lautan dan tidak menuruni lembah, serta tidak membeli hewan ternak. Jika persyaratan itu dilanggar, ia (mudharib) harus menanggung resikonya. Ketika persyaratan yang ditetapkan Abbas itu didengar Rasulullah, beliau membenarkannya”* (HR. Thabrani dari Ibnu Abbas).

6. Hadis Nabi riwayat Ibnu Majah:

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ: ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبِرْكَةُ:  
الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ، وَالْمُقَارَضَةُ، وَخَطُّ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ لِلْبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ  
(رواه ابن ماجه عن صهيب)

*“Nabi bersabda, ‘Ada tiga hal yang mengandung berkah: jual beli tidak secara tunai, muqaradhah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan jerawat untuk keperluan rumah tangga, bukan untuk dijual.’”* (HR. Ibnu Majah dari Shuhaib).

7. Hadis Nabi riwayat Tirmidzi:

الصُّلْحُ جَائِزٌ بَيْنَ الْمُسْلِمِينَ إِلَّا صُلْحًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا  
وَالْمُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ إِلَّا شَرْطٌ حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا.

*“perdamaian dapat dilakukan di antara kaum muslimin kecuali perdamaian yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram; dan kaum muslimin terikat dengan syarat-syarat mereka kecuali syarat yang*

*mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram”.*

8. Ijma. Diriwayatkan, sejumlah sahabat menyerahkan (kepada orang, *mudharib*) harta anak yatim sebagai *mudharabah* dan tak ada seorang pun mengingkari mereka. Karenanya, hal itu dipandang sebagai ijma’ (Wahbah Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, 1989, 4/838).
9. Qiyas. Transaksi *mudharabah* diqiyaskan kepada transaksi *musaqah*.
10. Kaidah fiqh:

الْأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا.  
 “pada dasarnya, semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.”

11. Para ulama menyatakan, dalam kenyataan banyak orang yang mempunyai harta namun tidak mempunyai kepandaian dalam usaha memproduktifkannya; sementara itu, tidak sedikit pula orang yang tidak memiliki harta namun ia mempunyai kemampuan dalam memproduktifkannya. Oleh karena itu, diperlukan adanya kerjasama di antara kedua pihak tersebut.

Memperhatikan :

Pendapat peserta rapat pleno Dewan Syari’ah Nasional pada hari Sabtu, tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H./1 April 2000.



## MEMUTUSKAN

- Menetapkan : FATWA TENTANG TABUNGAN
- Pertama* : Tabungan ada dua jenis
1. Tabungan yang tidak dibenarkan secara syari'ah, yaitu tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga.
  2. Tabungan yang dibenarkan, yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip *Mudharabah* dan *Wadiah*.
- Kedua*: Ketentuan umum tabungan berdasarkan *Mudharabah*
1. Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai *shahibul maal* atau pemilik dana, dan bank bertindak sebagai *mudharib* atau pengelola dana.
  2. Dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syari'ah dan mengembangkannya, termasuk di dalamnya *mudharabah* dengan pihak lain.
  3. Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang.

4. Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening.
5. Bank sebagai *mudharib* menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
6. Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.<sup>33</sup>

*Ketiga:* Ketentuan umum tabungan berdasarkan *Wadi'ah*

1. Bersifat simpanan.
2. Simpanan bisa diambil kapan saja (*on call*) atau berdasarkan kesepakatan.
3. Tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian (*'athaya*) yang bersifat sukarela dari pihak bank.

Selain itu, penulis juga mengambil teori tabungan berdasarkan akad *Wadi'ah* sebagai berikut :

---

<sup>33</sup>Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, “DSN-MUI Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Tabungan”, diakses dari <http://dsnmu.or.id/produk/fatwa>, pada tanggal 30 Juni 2018, pukul 10.47

1. Harta dan barang yang dititipkan boleh dimanfaatkan oleh pihak yang menerima titipan.
2. Penerima titipan sebagai pemegang amanah. Meskipun harta yang dititipkan boleh dimanfaatkan, namun penerima titipan harus memanfaatkan harta titipan yang dapat menghasilkan keuntungan.
3. Bank mendapat manfaat atas harta yang dititipkan, oleh karena itu penerima titipan boleh memberikan bonus. bonus sifatnya tidak mengikat, sehingga dapat diberikan atau tidak. Besarnya bonus tergantung pada pihak penerima titipan. Bonus tidak boleh diperjanjikan pada saat kontrak, karena bukan merupakan kewajiban bagi penerima titipan.
4. Dalam aplikasi Bank Syariah, produk yang sesuai dengan akad *wadi'ah yad dhamanah* adalah simpanan giro dan tabungan.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Ismail, *Perbankan Syari'ah*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014, h.65.

**BAB III**  
**GAMBARAN UMUM KSPPS AMANAH USAHA MULIA (AULIA)**  
**MAGELANG**

**A. Profil KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang**

**a. Sejarah Berdiri**

Perkembangan lembaga keuangan syariah saat ini demikian pesatnya. Instrumen lembaga keuangan syariah di Indonesia saat ini sudah bisa membentuk *Shariah Finance Cycle* yang mana sudah terbentuknya lembaga keuangan syariah dari yang paling bawah sampai kepada reksadana syariah. Khusus lembaga keuangan syariah yang terdepan dan terkecil adalah Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) yang saat ini tumbuh semakin banyak dengan beragam pola operasionalnya.<sup>35</sup>

Wilayah Kabupaten Magelang merupakan wilayah destinasi wisata peninggalan sejarah dunia dan peradaban manusia di Indonesia. Sejarah itu pun bisa dibuktikan dengan adanya Candi Borobudur dan Candi Mendut yang menjadi ikon Kabupaten Magelang. Selain peninggalan sejarah, Kabupaten Magelang juga dikelilingi wisata alam yang sangat indah dan juga membahayakan, salah satunya adalah Taman Nasional Gunung Merapi. Dilihat dari wilayah yang sangat berpotensi dan strategis serta agamis itu lah masyarakat

---

<sup>35</sup> Company Profile KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.

Magelang banyak yang memanfaatkan potensi daerah dengan mengembangkan sebuah usaha yang kreatif dan bernominal tinggi.

Untuk membantu dan mengembangkan usaha itulah berdiri Lembaga Keuangan dari Pemerintah maupun swasta untuk membantu dan mengembangkan usaha dari masyarakat Kabupaten Magelang. Saat ini ada kurang lebih 30 KSPPS, baik yang tergabung dalam asosiasi maupun KSPPS cabang luar kota meramaikan pasar Lembaga Keuangan Syariah. Salah satunya adalah KSPPS Amanah usaha Mulia Magelang yang juga ikut meramaikan pasar Lembaga Keuangan Syariah.

Proses pendirian KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang berawal dari ide Bapak Fajar Eko Prabowo, SE, H. Alim Abdullah, SE, Rudy Rusmanto, SE., MM dan Wiryawan Budiharjo Wibowo, S.Pt pada tahun 2008. Beliau-beliau merupakan kalangan akademisi yang berpengalaman di bidang lembaga keuangan mikro, terutama bapak Rudy Rusmanto yang telah mempunyai pengalaman dalam pendirian dan pengembangan KSPPS di kawasan Jawa Tengah, salah satunya Bapak Rudy Rusmanto dan rekan-rekan pernah mendirikan KSPPS Kharisma di kota Magelang pada tahun 1994 selama 3 tahun, tahun 1998-2000 beliau mendirikan KSPPS Yauni Fatimah di Kabupaten Pati, pada tahun 2001-2008 beliau kembali di Kabupaten Magelang dan bekerja di KSPPS Bima sampai menjadi Manager Umum.

Tidak pernah menyerah untuk mengembangkan Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah beliau melanjutkan karirnya di lembaga perhimpunan KSPPS pada tahun 2008. Selama mendirikan KSPPS tersebut beliau selalu menjadi Manager Umum di setiap KSPPS yang pernah beliau dirikan. Dan sekarang KSPPS yang pernah beliau dirikan itu telah berkembang pesat dan tumbuh seiring perkembangan zaman.

Berbekal pengalaman dan usaha yang tak mengenal lelah itulah beliau mendirikan KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang di tahun 2009. Untuk melakukan pengoperasian KSPPS, beliau dan para karyawan yang telah direkrutnya yaitu : Tri Wahyuni, Lilik Budi M dan Dian Anggraeni, mengikuti Seminar Sukses Mulia pada 4 Desember 2008. Setelah melakukan seminar di tahun 2008, para karyawan juga mengikuti pelatihan-pelatihan di tahun 2009. Dari hasil penelitian yang telah diikuti oleh semua karyawan akhirnya KSPPS Amanah usaha Mulia Magelang melakukan operasional pertamanya pada tanggal 30 Mei 2009 setelah turunnya nomor badan hukum dari lembaga terkait. Dan pada tanggal 25 Juni 2009 semua karyawan KSPPS Amanah usaha Mulia dilantik oleh Bupati Magelang waktu itu yaitu Ir. Singgih Suyoto yang bertempat di Pendopo Rumah Dinas Bupati Jl. Raya Borobudur Sawitan Magelang. Yang dihadiri

oleh pejabat Muspida, Kepala Dinas, Tokoh Masyarakat dan semua anggota koperasi dilantik.<sup>36</sup>

Secara garis besar dapat penulis uraikan data KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang sebagai berikut :

- a) Nama Lembaga : KSPPS Amanah Usaha Mulia  
Magelang.
- b) Sifat Lembaga : Independen, Terbuka dan berdiri  
diatas semua golongan.
- c) Badan Hukum : Koperasi Simpan Pinjam  
Pembiayaan Syariah.
- d) Tanggal Berdiri : 30 Mei 2009.
- e) Nomor Badan Hukum : 391/BH/XIV/16/V/2009  
tanggal 30 Mei 2009.
- f) Alamat Kantor Pusat : Jl. Raya Magelang –  
Yogyakarta Km 1, Blabak,  
Mungkid, Magelang,  
Telp. (0293) 3280449.
- g) Alamat Kantor cabang : Jl. Lintas Bakalan,  
Tamanagung, Muntilan,  
Magelang,  
Telp. (0293) 3280449.
- h) E-mail : [bmtaulia@yahoo.com](mailto:bmtaulia@yahoo.com)

---

<sup>36</sup> Wawancara dengan Bapak Rudy Rusmanto, Manager KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang, 10 Mei 2018.

**b. Visi dan Misi**

KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang memiliki visi dan misi sebagai berikut :

## 1) Visi

Menjadi KSPPS yang profesional, mandiri dan melayani anggota dengan prinsip-prinsip syariah.

## 2) Misi

a) Menyelenggarakan pelayanan prima kepada anggota sesuai dengan jati diri KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.

b) Menjalankan kegiatan usaha jasa keuangan syariah dengan efektif, efisien dan transparan. Menjalin kerja sama usaha dengan berbagai pihak.

**c. Tujuan Pendirian**

1) Meningkatkan program pemberdayaan ekonomi, khususnya dikalangan usaha mikro melalui system syariah.

2) Mendorong kehidupan ekonomi syariah dalam kegiatan ekonomi mikro.

3) Meningkatkan semangat dan peran serta anggota masyarakat dalam kegiatan KSPPS.



**d. Aspek – aspek pendirian KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang**

Dalam mendirikan sebuah perusahaan yang berjalan dalam lembaga keuangan, harus memperhatikan beberapa aspek, sebagai berikut :

1) Alasan Pemilihan Lokasi

Lokasi yang dimaksud adalah jejaring (*net-working*) dimana produk dan jasa bank disediakan dan dapat dimanfaatkan oleh nasabah.<sup>37</sup>

- a) Terletak dijalur ekonomis dua arah jurusan Jogja – Magelang
- b) Wilayah sekitar merupakan wilayah padat penduduk dengan pengembangan wilayah pemukiman yang cukup besar tumbuhnya perumahan-perumahan baru disekitar wilayah Mertoduyan dan Blabak yang kebanyakan penduduk Muslim.
- c) Berada di Ruko kawasan pasar Blabak.

2) Aspek Kelembagaan

Aspek kelembagaan merupakan sebuah komponen yang penting dalam suatu wilayah, di samping itu mempunyai fungsi ataupun peranan sebagai agen sosialisasi perubahan terencana yang tumbuh dari

---

<sup>37</sup> Muhammad Iwad, *Strategi Penentuan Lokasi Bank*, [http://muhammadiwad.blogspot.com/2013/03/strategi-penentuan-lokasi-bank\\_30.html](http://muhammadiwad.blogspot.com/2013/03/strategi-penentuan-lokasi-bank_30.html), (diakses pada 09 Juli 2018), pukul 13.55

masyarakat dan atau diprakarsai oleh pemerintah terkait.<sup>38</sup> Dalam hal ini sebagai berikut :

a) Badan hukum Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah dengan akta notaris Wing Mahareni Yudiati, SH, Mkn No. 05 tertanggal 06 Februari 2009 dan SK. Meneg Urusan Koperasi dan Usaha Kecil Menengah RI No. 391//BH/XIV/16/V/2009 tertanggal 30 Mei 2009.<sup>39</sup>

b) Tergabung dalam

- Asosiasi KSPPS Magelang (FORSILA)
- Anggota asosiasi KSPPS Jawa Tengah
- Anggota pusat Koperasi Syariah (Puskopsyah) Jawa Tengah
- Anggota SAR KSPPS Jawa Tengah
- Anggota asosiasi KSPPS Indonesia.

3) Aspek Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia (SDM) adalah satu aset usaha yang berharga, sebelum memilih karyawan.<sup>40</sup>

Sebagai berikut :

---

<sup>38</sup> Sora Templates, *Aspek Kelembagaan*, <http://keduparakan.blogspot.com/2014/12/aspek-kelembagaan.html>, (diakses pada 09 Juli 2018), pukul 14.33

<sup>39</sup> Company Profile KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.

<sup>40</sup> Mahfud Zirfan, *Aspek Sumber Daya Manusia*, <http://mahfudzirfan.blogspot.com/2015/01/studi-kelayakan-bisnis-aspek-sumber.html>, (diakses pada 09 Juli 2018), pukul 14.44

- Mengikuti Seminar Sukses Mulia pada tanggal 4 Desember 2008 diikuti oleh 4 karyawan.
- Mengikuti Training Kupas Tuntas Akad *Murabahah* pada tanggal 25 Mei 2009 diikuti oleh 2 karyawan.
- Mengikuti Uji Kompetensi Manager KSPPS di Magelang tanggal 14 – 17 Juni 2009 diikuti manager/ketua.
- Mengikuti pelatihan Manajemen Perkoperasian di Magelang 14 – 18 Juli 2009 diikuti oleh 1 pengurus dan 1 karyawan.
- *Workshop On Executive Review Syariah Microfinance Institution* Jakarta 17 Juli 2009 diikuti oleh Manager/Ketua.
- *Training Service Excellen* oleh LPP BINAMA 25 Juli 2009 diikuti oleh 1 karyawan.
- Mengikuti Rakor Pengawasan dan Pengendalian Koperasi dan Sosialisasi Permen No. 09 Th. 2008 oleh Dinas Koperasi pada 7 Oktober 2009 diikuti Ketua Koperasi.
- Mengikuti Seminar Ekonomi Syariah dalam Praktek oleh Adiwarmanto Karim, SE, MBA, MPF pada 8 Oktober 2009 diikuti oleh 1 karyawan.
- *Training Bintek* tentang Administrasi dan Tata Lembaga Koperasi oleh Balatkop Prop Jateng pada

19 – 24 Oktober 2009 diikuti oleh 1 pengurus dan 1 karyawan.

- Mengikuti Training Motivasi oleh Jamil Azaeni 1 Januari 2010 diikuti semua pengelola.
- Mengikuti pelatihan PSAK 101 – 107 di Gombong pada 5 – 6 Maret 2009, diikuti oleh 1 karyawan.<sup>41</sup>

**e. Struktur Organisasi**

a) Struktur organisasi di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang sebagai<sup>42</sup>

berikut :

- 1) Dewan Pengawasan Syariah  
Ust. Muhtadi Kadi, Lc
- 2) Pengawas Managemen  
Andi Tri Nugroho
- 3) Pengurus
  - Ketua : Rudy Rusmanto, MM
  - Sekretaris : Isa Sudirman, A.md
  - Bendahara : Siti Jariyah
- 4) Pengelola
  - Manager Operasional : Dwi Budi S, A.md
  - Pembiayaan : Erfan Dwi H, A.md
  - Pembukuan : Tri Wahyuni, SE

---

<sup>41</sup> Company Profile KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.

<sup>42</sup> Company Profile KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.

- Admin Umum : Indah Yuliana
  - Baitul Maal : Lilik Budi Hartanto, SH
  - Marketing : - Pujianto  
- Reza Robby Denis
- 5) Teller : Yuanita Nilla, SH
- b) *Job Description* KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang
- 1) Dewan Pengawas Syariah (DPS)
- Tugas-tugasnya:
- Memastikan produk dan jasa KSPPS sesuai dengan syariah.
  - Memastikan tata laksana manajemen dan pelayanan sesuai dengan syariah.
  - Terselenggaranya pembinaan anggota yang dapat mencerahkan dan membangun kesadaran bersama sehingga anggota siap dan konsisten bermuamalah secara islami melalui wadah KSPPS.
  - Membantu terlaksananya pendidikan anggota yang dapat meningkatkan kualitas aqidah, syariah dan akhlaq anggota.<sup>43</sup>
- 2) Manager
- Tugas-tugasnya:

---

<sup>43</sup> Company Profile KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.

- Menyusun rencana strategis yang mencakup prediksi tentang kondisi lingkungan, perkiraan posisi perusahaan dalam persaingan, rencana-rencana perusahaan, visi misi perusahaan, tujuan dan sasaran, strategi yang dipilih, laporan keuangan.
- Mengusulkan rencana strategis kepada pengurus untuk disahkan dalam RAT ataupun diluar RAT.
- Mengusulkan rancangan anggaran dan rencana kerja.
- Memimpin rapat koordinasi dan evaluasi bulanan yang diadakan pada bulan pertama.
- Mengajukan perubahan daftar skala gaji pokok, insentif dan bonus kepada pengurus minimal tahun sekali (bila ada perubahan dari peninjauan ulang).
- Menandatangani perjanjian kerjasama antara KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang dengan pihak lain.
- Menjabarkan kebijakan umum KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang yang telah dibuat pengurus dan disetujui rapat anggota.

- Menyusun dan menghasilkan rancangan anggaran KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang dan rencana jangka pendek, rencana jangka panjang, serta proyeksi (finansial maupun non finansial) pengurus yang selanjutnya akan dibawa pada rapat anggota.
- Mengusulkan penambahan, pengangkatan dan mempromosikan serta pemberhentian karyawan kepada pengurus.<sup>44</sup>
- Mengamankan harta kekayaan KSPPS agar terlindungi dari bahaya kebakaran, pencurian, kebakaran, perampokan dan kerusakan.

### 3) Akunting

Tugas-tugasnya:

- Membuat laporan keuangan bulanan pada pertemuan tingkat manajemen.
- Membuat analisis rentabilitas dan profitabilitas KSPPS Amanah usaha Mulia Magelang yang dibahas pada pertemuan bulanan dengan manajemen.
- Memberikan masukan-masukan yang berkaitan dengan kebijakan yang berkaitan dengan akuntansi dan keuangan.

---

<sup>44</sup> Company Profile KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.

- Mengatur manajemen arus kas dengan memantau arus kas masuk keluar.
- Membuat laporan pajak atas hasil usaha.
- Memeriksa anggaran yang diajukan para manajer sebelum disetujui oleh manajer umum.
- Mengadakan evaluasi setiap jangka waktu yang ditentukan.

#### 4) Pembiayaan

Tugas-tugasnya:

- Memberikan dan meningkatkan pelayanan pembiayaan secara efektif dan efisien.
- Melakukan analisis pembiayaan atas proposal yang masuk.<sup>45</sup>
- Melakukan *survey on the spot* ke calon nasabah untuk analisa kelayakan usaha.<sup>46</sup>
- Melakukan pembinaan nasabah antara lain penagihan tergolong lancar, kurang lancar, diragukan maupun macet.
- Memastikan seluruh pengajuan pembiayaan telah diproses sesuai dengan proses yang sebenarnya.

---

<sup>45</sup> Company Profile KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.

<sup>46</sup> Company Profile KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.



- Memastikan analisa pembiayaan telah dilakukan dengan tepat dan lengkap sesuai dengan kebutuhan dan mempresentasikan dalam rapat komite.
- Membantu penyelesaian pembiayaan bermasalah.
- Melihat peluang dan potensi yang ada dalam upaya pengembangan pasar.
- Melakukan monitoring atas ketepatan alokasi dana serta ketepatan angsuran pembiayaan mitra.

#### 5) Marketing

Tugas-tugasnya:

- Menyusun rencana yang mencakup : rencana anggaran pemasaran, pendanaan dan pembiayaan, rencana pemasaran, pendanaan dan pembiayaan, target lending dan konfirmasi percabang, pengembangan wilayah potensial, rencana pengembangan produk, promosi dan distribusi.
- Rencana organisasi tim marketing.
- Mengusulkan rencana operasional pembiayaan.

- Memimpin rapat koordinasi dengan divisi-divisinya.
- Mengembangkan strategi pemasaran.
- Tercapainya target pemasaran baik funding maupun financing.
- Terselenggaranya rapat bagian pemasaran dan terselesaikannya permasalahan di tingkat pemasaran, membuat jadwal rutin rapat pemasaran dan agenda-agenda yang penting untuk di bahas memimpin rapat marketing.

6) Teller

Tugas-tugasnya:

- Membuat laporan posisi kas di tangan dan di posisi saldo akhir pada KSPPS.
- Melakukan pengeluaran uang yang telah disetujui oleh manajer akuntansi dan keuangan dan manajer.
- Mengelola kas kecil.
- Bertanggung jawab atas pelayanan nasabah dalam hal transaksi uang tunai baik menerima uang penyetoran tabungan, deposito, pencairan dan pengeluaran lainnya yang berhubungan dengan kantor.

- Memasukkan mutasi ke lembaran buku mutasi teller untuk kas masuk pada penerimaan untuk kas keluar pada pembiayaan. Semua mutasi disertai dengan bukti atau slip.
- Memberi tanda redmark untuk setiap slip setoran atau penarikan tabungan.
- Menerima, menyusun dan menghitung uang secara cermat dan hati-hati setiap setoran tunai dari nasabah dan penarikan tunai untuk nasabah.<sup>47</sup>
- Melakukan penyetoran terhadap uang masuk dan keluar.
- Mengatur dan menyiapkan pengeluaran uang tunai untuk kepentingan *dropping* dana pembiayaan dan lain-lain yang telah disetujui oleh bagiannya atau manajer.
- Membuat laporan pertanggung jawaban kas pada akhir hari.
- Mencocokkan jumlah fisik uang sesuai dengan saldo akhir kas.
- Mengecek slip setoran maupun pengeluaran sesuai dengan jumlah uang dan pada buku mutasi teller.

---

<sup>47</sup> Company Profile KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.

- Membuat jurnal pada akhir kas.
- Pada akhir dan awal hari laporan pertanggung jawaban kas oleh teller dimintakan tanda tangan kepada manajer sebagai periksa atas kondisi uang.
- Teller harus mencocokkan tanda tangan pada slip penarikan tabungan dan deposito dengan kartu tanda tangan yang ada.
- Penarikan dana diatas nominal tersebut harus diketahui dan dimintakan paraf pada bagian pendanaan dan atau manajer, apabila manajer tidak di tempat maka pemberitahuan bisa lewat telepon.
- Tiap akhir hari mencetak mutasi kas teller dan laporan keuangan pertanggung jawaban kas dan mengarsipkan.<sup>48</sup>

**f. Permodalan KSPPS**

Untuk permodalan KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang terdiri dari modal jangka panjang dan modal jangka pendek. Yang menjadi acuannya adalah pembahasan permodalan koperasi di Indonesia dengan UU. 25 Tahun 1992 pasal 41, BAB VII tentang perkoperasian. Sumber-sumber modal koperasi, yaitu :

---

<sup>48</sup> Company Profile KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.

1) Modal Sendiri

Merupakan modal yang menanggung resiko atau disebut modal eksekutif. Modal sendiri terdiri dari :

a) Simpanan Pokok

Simpanan pokok adalah sejumlah uang yang sama banyaknya yang wajib dibayarkan oleh anggota kepada koperasi pada saat masuk menjadi anggota. Simpanan pokok tidak dapat diambil kembali selama yang bersangkutan masih menjadi anggota. Dalam hal ini simpanan pokok di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang sebesar Rp. 100.000,-

b) Simpanan Wajib

Simpanan wajib adalah jumlah simpanan tertentu yang tidak harus sama yang wajib dibayar oleh anggota kepada koperasi dalam waktu dan kesempatan tertentu. Simpanan wajib tidak dapat diambil kembali selama yang bersangkutan masih menjadi anggota. Dalam hal ini simpanan wajib di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang sebesar Rp. 10.000,-/bulan.

c) Dana Cadangan

Dana cadangan adalah sejumlah uang yang diperoleh dari penyisihan sisa hasil usaha, yang dimaksudkan untuk memupuk modal kerja sendiri

dan untuk menutup kerugian koperasi bila diperlukan.

d) Donasi atau Hibah

Donasi dan Hibah adalah sejumlah uang atau barang yang dengan nilai tertentu yang disumbangkan oleh pihak ketiga, tanpa adanya suatu kewajiban untuk mengembalikannya. Dana hibah yang pernah di terima KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang sebesar Rp. 9.500.000,- yang diberikan oleh Departemen Koperasi.

2) Modal Pinjaman

Untuk pengembangan usahanya Koperasi dapat menggunakan modal pinjaman dengan memperhatikan kelayakan dan kelangsungan usahanya. Modal pinjaman atau modal luar bersumber dari :

a) Anggota

Yaitu pinjaman dari anggota ataupun calon anggota koperasi yang bersangkutan.

b) Koperasi Lainnya atau anggotanya

Yaitu pinjaman dari koperasi lainnya dan atau anggotanya disadari dari kerja sama antar koperasi. Dalam hal ini KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang berkerja sama dengan KSPPS sekitar Magelang.

c) Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya

Yaitu pinjaman dari Bank dan Lembaga Keuangan lainnya yang dilakukan berdasarkan perundang – undangan yang berlaku. Dalam hal ini KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang dibantu oleh LPDB Kementrian Koperasi, Bank Syariah Mandiri Magelang, BMT Tamzis, BMT Kharisma, BMT Melati dan BMT yang tergabung dalam asosiasi.

## **B. Produk yang Ditawarkan**

### **1. Penghimpunan Dana**

Koperasi Simpan Pinjam pembiayaan Syariah (KSPPS) Amanah Usaha Mulia Magelang mengoperasionalkan usahanya dengan menghimpun dana dari masyarakat kemudian disalurkan lewat pembiayaan kepada masyarakat. Adapun produk yang ditawarkan oleh KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang terbagi menjadi 2, yaitu produk simpanan dan produk pembiayaan.<sup>49</sup>

#### **a. Produk Simpanan**

##### **1) SIRELA (Simpanan Sukarela)**

SIRELA adalah simpanan/tabungan yang menggunakan akad *Wadi'ah Yad Dhamanah* sehingga penyimpan dana dapat mengambil dana tersebut setiap saat. Di sisi yang lain, KSPPS

---

<sup>49</sup> Company Profile KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.

Amanah Usaha Mulia Magelang dapat menggunakan dana tersebut.

Dengan persyaratan sebagai berikut :

- Mengisi formulir pendaftaran
- Foto copy KTP
- Membuka rekening minimal Rp. 10.000,-
- Setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000,-

## 2) SIMKU (Simpanan Kurban)

SIMKU merupakan simpanan cicilan ringan untuk berkorban, yaitu meringankan anggota agar bisa melakukan kurban. Dengan persyaratan sebagai berikut :

- Pembukaan rekening sebesar Rp. 15.000,-
- Setoran selanjutnya minimal sebesar Rp. 10.000,-
- Penambahan dapat dilakukan setiap saat dan penarikan hanya dapat dilakukan pada saat idul adha
- Saldo minimal sebesar Rp. 10.000,-
- Bagi hasil dengan prosentase 28% untuk anggota dan 72% untuk KSPPS Amanah Usaha Mulia.



### 3) SISUKA (Simpanan Sukarela Berjangka)

SISUKA merupakan simpanan investasi jangka panjang berupa deposito yang penarikannya hanya dapat diambil pada saat jatuh tempo saja. Dengan persyaratan sebagai berikut :

- SISUKA minimal Rp. 1.000.000,-
- Bagi hasil akan dikreditkan langsung pada SIRELA setiap akhir bulan.<sup>50</sup>
- Jangka waktu dan porsi nisbah :
  - Tiga (3) bulan dengan prosentase bagi hasil 30% untuk anggota dan 70% untuk KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.
  - Enam (6) bulan dengan prosentase bagi hasil 35% untuk anggota dan 65% untuk KSPPS Amanah Usaha Mulia
  - Dua belas (12) bulan dengan prosentase bagi hasil 40% untuk anggota dan 60% untuk KSPPS Amanah Usaha Mulia.

## 2. Penyaluran Dana

Bentuk umum pembiayaan yang ada di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang dibagi menjadi dua, yaitu:

- a. Pembiayaan konsumtif, untuk memenuhi kebutuhan anggota akan barang-barang konsumtif, seperti:

---

<sup>50</sup> Company Profile KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.

kendaraan, rumah, furniture, barang-barang elektronik dan lain sebagainya.

- b. Pembiayaan produktif, untuk membantu anggota dalam memperoleh modal kerja atau barang-barang produksi.

Untuk penyaluran dana KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang mempunyai 3 produk yaitu *musyarakah*, *murabahah*, dan *ijarah*.

- a. Pembiayaan *Musyarakah*

Pembiayaan *musyarakah* merupakan pembiayaan yang dilakukan untuk investasi atau modal kerja dengan kondisi berbagai modal dan pengelolaan KSPPS dengan anggota, dengan pembagian keuntungan sesuai nisbah yang telah disepakati. Pembiayaan *musyarakah* bisa digunakan anggota untuk modal kerja atau usaha, baik usaha perdagangan maupun produksi.

- b. Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan *murabahah* merupakan pembiayaan yang diberikan untuk pembelian barang yang diperlukan anggota, dan anggota akan membayar secara secara tangguh pada waktu yang telah ditentukan sebesar harga barang ditambah *mark up* yang diberikan kepada KSPPS. Pembiayaan *murabahah* di KSPPS Amanah Usaha Mulia

Magelang bisa digunakan untuk membeli barang berupa kendaraan atau rumah bagi anggota.<sup>51</sup>

c. *Pembiayaan Ijarah*

Pembiayaan *ijarah* merupakan pembiayaan yang diberikan untuk keperluan konsumtif. Pembiayaan *ijarah* bisa digunakan anggota untuk biaya sekolah, kuliah, pembelian sepeda motor.

Selain produk yang tersebut di atas, KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang juga mempunyai produk layanan yang bertujuan untuk lebih mempermudah anggota atau masyarakat sekitar untuk melakukan pembayaran yang bersifat konsumtif, produk layanan tersebut meliputi:

- 1) Pembayaran listrik
- 2) Pembayaran rekening telepon
- 3) Pembelian pulsa.

**C. Dana *Ta'awun* dan Dana ZIS**

KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang juga mengelola dan menyalurkan dana untuk anggota dan masyarakat umum melalui :

1) *Dana Ta'awun*

*Dana Ta'awun* yaitu dana yang dikelola KSPPS untuk disalurkan ke anggota untuk membayar asuransi jika anggota

---

<sup>51</sup> Company Profile KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.

meninggal, dengan catatan pembiayaan lancar. Dana *ta'awun* dimasukkan dalam rekening simpanan biasa dengan mengambil dana sebesar 0,15% dari plafond pencairan. Dana *ta'awun* di kelola kerja sama dengan PT. Permodalan KSPPS Ventura Jakarta.<sup>52</sup>

## 2) Baitul Maal (Dana ZIS)

Baitul Maal merupakan dana yang disalurkan untuk masyarakat berupa Zakat, Infaq, Shodaqoh disalurkan untuk aktivitas.

- a) Al-Qardhul Hasan (pembiayaan kebajikan)
- b) Santunan Dhuafa:
  - Pemberian beasiswa
  - Pemberian sembako untuk dhuafa
  - Aktivitas sosial lainnya.

Sebagai lembaga Ekonomi Syari'ah, KSPPS tidak hanya bergerak pada pengembangan profibilitas (*baitut tamwil*), namun juga bergerak dalam bidang sosial. KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang sering membantun korban yang terkena bencana, tidak hanya bersifat moril tapi juga bersifat materiil. KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang membantu secara terjun langsung dengan menjadi membantu

---

<sup>52</sup> Company Profile KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.

tim SAR (*search and rescue*) yang tergabung dalam SAR KSPPS Jawa Tengah.<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup> Company Profile KSPPS Amanah Usaha Mulia magelang.

## **BAB IV PEMBAHASAN**

### **A. Produk SIRELA di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang**

Simpanan sukarela (SIRELA) merupakan realisasi dari produk penghimpun dana yang dilakukan oleh KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang untuk menyalurkan dana kepada masyarakat melalui pembiayaan.<sup>54</sup> Untuk mengetahui lebih mendalam tentang produk SIRELA di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang akan dijelaskan sebagai berikut :

#### **1. Pengertian SIRELA**

Simpanan sukarela (SIRELA) adalah menggunakan akad *Wadi'ah Yad Dhamanah* sehingga penyalur dana dapat mengambil dana tersebut. Disisi lain, KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang boleh mengelola dana tersebut. Salah satu produk penghimpun dana yang dikeluarkan oleh KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang dalam penggalangan dana dari pihak ketiga (DPK) yakni masyarakat dan anggota KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang. Bisa dilayani dengan jemput bola untuk kemudahan bertransaksi baik setoran maupun penarikan yang diantar langsung oleh karyawan KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.

---

<sup>54</sup> Wawancara dengan Bapak Rudy Rusmanto, Manajer KSPPS Amanah Usaha Mulia, Magelang, 20 Juli 2018.

## 2. Tujuan SIRELA

Tujuan simpanan sukarela (SIRELA) adalah penghimpunan dana dari pihak ketiga (DPK) dalam hal ini adalah keseluruhan dana dari mitra SIRELA yang digunakan untuk menambah kas yang ada di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang. dana yang dihimpun juga bertujuan untuk cadangan ketika anggota mengambil simpanan secara besar-besaran. Serta untuk meningkatkan pelayanan kepada mitra karena menggunakan sistem jemput bola yang dilakukan oleh petugas penghimpun dana yang langsung mendatangi dan bersilatullah kepada anggota yang hendak menyimpan dana setiap hari.

Jemput bola dilakukan untuk mempermudah mitra dalam menabung karena tidak semua mitra mempunyai banyak waktu untuk langsung menabung di kantor KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang. hal ini menambah daya tarik mitra untuk menyimpan dana dan meningkatkan pelayanan kepada anggota.

## 3. Mekanisme Produk SIRELA

Dalam produk SIRELA ada beberapa syarat dan ketentuan sebagai berikut :

### a. Syarat Pembukaan Rekening SIRELA<sup>55</sup>

- Mengisi formulir pendaftaran

---

<sup>55</sup> Wawancara dengan Bapak Rudy Rusmanto, Manajer KSPPS Amanah Usaha Mulia, Magelang, 20 Juli 2018.

- Foto copy KTP
- Membuka rekening minimal Rp. 10.000,-
- Setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000,-

**b. Ketentuan-Ketentuan dalam Prosedur Rekening SIRELA meliputi :**

**a) Prosedur Pembukaan Rekening**

- Memberikan penjelasan kepada calon anggota tentang syarat-syarat umum simpanan (misalnya: setoran awal, minimal setoran, dan lain sebagainya)
- Mengisi dan menandatangani permohonan pembukaan rekening
- Minta kartu identitas calon anggota baru yang sah dan berlaku seperti KTP, SIM atau Kartu keluarga
- Catat nomor serta tanggal dikeluarkannya pada formulir pembukaan rekening simpanan, kemudian foto copy dan mencocokkan tanda tangannya dengan tanda tangan yang tertera di formulir
- Lakukan pembukaan rekening pada komputer
- Periksa kembali dokumen-dokumen tersebut dan serahkan kepada pegawai KSPPS yang berwenang untuk disetujui



- Meminta anggota untuk memberikan tanda tangan pada buku simpanan
- Memeriksa kecocokan tanda tangan anggota dengan identitas diri
- Menyerahkan buku simpanan tersebut langsung kepada bagian teller untuk cetak transaksi.

**b) Prosedur Penyetoran Simpanan<sup>56</sup>**

- Meminta anggota untuk mengisi slip setoran
- Menyerahkan slip setoran, simpanan dan uang yang akan disimpan kepada teller
- Teller memeriksa tanda tangan dan keaslian uang dari anggota
- Teller menginput data ke komputer
- Setelah sesuai datanya, memvalidasi slip setoran, teller mencetak buku tabungan
- Kemudian setelah selesai, menyerahkan buku simpanan tersebut kepada anggota.

**c) Prosedur Penarikan Simpanan**

- Meminta anggota mengisi slip penarikan
- Menyerahkan slip penarikan dan tabungan kepada teller
- Meminta kartu identitas anggota

---

<sup>56</sup> Wawancara dengan Bapak Rudy Rusmanto, Manajer KSPPS Amanah Usaha Mulia, Magelang, 20 Juli 2018.

- Mengecek kartu identitas dengan dibandingkan pada slip penarikan
- Mencetak simpanan
- Menyerahkan kartu identitas diri dari anggota beserta buku simpanan dan uang yang diambil anggota.<sup>57</sup>

**d) Prosedur penutupan Rekening**

- Meminta anggota untuk mengisi dan menandatangani permohonan penutupan simpanan dan slip penarikan saldo rekening simpanan
- Meminta kepada anggota untuk mengembalikan slip penarikan yang masih ada pada anggota
- Meneruskan permohonan tersebut kepada pejabat yang berwenang untuk persetujuan
- Mengeluarkan permohonan membuka rekening simpanan dari file dan di letakkan pada permohonan penutupan rekening simpanan
- Mempersilahkan anggota untuk mengambil saldo tabungannya tanpa ada potongan biaya administrasi
- Setelah selesai kemudian diberikan stempel “rekening ditutup”.

---

<sup>57</sup> Wawancara dengan Bapak Rudy Rusmanto, Manajer KSPPS Amanah Usaha Mulia, Magelang, 20 Juli 2018.

## **B. Strategi Pemasaran Produk Simpanan Sukarela (SIRELA) di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang**

Strategi adalah hal menciptakan suatu posisi yang unik dan bernilai, yang membedakan perusahaan satu dengan yang lainnya, yang melibatkan berbagai aktivitas perusahaan. Kalau hanya ada satu posisi ideal, maka tidak perlu ada strategi.

Perusahaan – perusahaan pun hanya akan berhadapan dengan satu tuntutan sederhana, yaitu menangkan perlombaan untuk menemukan strategi tersebut dan menguasainya, Setiap ide yang bagus akan segera ditiru. Lagi – lagi kinerja akan sangat tergantung pada efektifitas operasional. Obsesi para manajer pemasaran tidaklah cukup untuk menjaring sebanyak-banyaknya konsumen, seperti : menekan biaya, meluncurkan produk ke pasar lebih awal beberapa minggu, merespon tuntutan dari para pelanggan sedikit lebih cepat, meningkatkan kualitas, dan berusaha lebih keras membuat slogan untuk promosi yang baik.

Pada lembaga keuangan mikro seperti KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang, disadari bahwa perlunya bersaing pada pemasaran produk – produk serta jasa layanannya, sehingga diperlukan strategi pemasaran pada produk dan jasa KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang. Salah satu produk yang ada di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang adalah produk simpanan sukarela (SIRELA). Produk ini merupakan produk yang diperuntukkan bagi

anggota atau calon anggota dalam memenuhi kebutuhan karena dapat diambil sewaktu-waktu.<sup>58</sup>

Adapun langkah-langkah yang merupakan strategi KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang dalam memasarkan produk simpanan sukarela (SIRELA) sebagai berikut :

### **1. Pasar Sasaran**

Produk simpanan sukarela (SIRELA) di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang merupakan produk yang memiliki potensi besar sebagai jawaban dari peluang pasar masyarakat, baik perseorangan, kelompok, maupun lembaga.

Pasar sasaran produk tabungan simpanan sukarela (SIRELA) adalah :

- a. Para pelaku usaha baik pedagang maupun pembeli di pasar Blabak, Rejowinangun, Babrik, Muntilan, Tegalrejo. Karena kegiatan ekonomi yang keuangan mereka lebih baik dan lancar.
- b. Keluarga dan saudara karyawan KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.
- c. Masyarakat umum atau lapisan masyarakat wilayah Kabupaten Magelang.
- d. Sekolah – sekolah, karena biasanya sekolah memiliki dana sarana prasarana lebih yang akan digunakan untuk pembangunan infrastruktur sekolah, namun karena

---

<sup>58</sup> Wawancara dengan Bapak Rudy Rusmanto, Manajer KSPPS Amanah Usaha Mulia, Magelang, 20 Juli 2018.

pembangunan sekolah belum memulai melaksanakan, sehingga dana yang dimiliki sekolah bisa terlebih dahulu untuk ditabung di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.<sup>59</sup>

## 2. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah proses merencanakan dalam melaksanakan konsep, memberi harga, melakukan promosi dan menyalurkan ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang bisa memenuhi tujuan individu maupun organisasi dengan memperhatikan konsep pemasaran yang mensyaratkan orientasi konsumen, orientasi tujuan dan orientasi sistem.<sup>60</sup> Dalam hal ini, strategi pemasaran mengacu pada faktor operasional atau pelaksanaan kegiatan pemasaran seperti penentuan harga, pemberian merk, pembungkusan, penentuan saluran distribusi, pemasangan iklan dan sebagainya.<sup>61</sup> Biasanya kegiatan pemasaran itu terdiri 4 hal yang biasa disebut dengan bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari system pemasaran, variabel ini dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sasarannya.

---

<sup>59</sup> Wawancara dengan Rudy Rusmanto, Manajer KSPPS Amanah Usaha Mulia, Magelang, 28 Juni 2018

<sup>60</sup> Carl Mc.Daniel, Roger Gate, *Riset Pemasaran Kontemporer*, Jakarta: Salemba Empat, 2001, h. 4-5.

<sup>61</sup> Gito Sudarmo Indriyo, *Manajemen Strategis*, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2001, h. 195.

Variabel dalam *marketing mix* meliputi *product*, *place*, *price*, dan *promotion*.

Berikut ruang lingkup pemasaran untuk mencapai strategi pemasaran yang efektif, sebagai berikut :

**a. Produk (*Product*)**

Produk adalah hal penting yang perlu diperhatikan dalam strategi bauran pemasaran, karena tanpa adanya produk, strategi pemasaran lainnya tidak dapat dilakukan. Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Penerapan strategi pemasaran produk tabungan simpanan sukarela (SIRELA) yang dilakukan di KSPPS Amanah Usaha Mulia magelang adalah dengan syarat yang mudah, dengan akad *Wadi'ah* lebih tepatnya *Wadi'ah Yad Dhamanah* yaitu tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *Wadi'ah*, yakni akad titipan barang di mana pihak penerima titipan dengan atau tanpa izin pemilik barang dapat memanfaatkan barang titipan dan harus bertanggung jawab terhadap kehilangan atau kerusakan barang. Semua manfaat dan keuntungan yang diperoleh dalam penggunaan barang tersebut menjadi hak penerima titipan. Kenapa menggunakan akad *Wadi'ah Yad Dhamanah* karena *Wadi'ah Yad Dhamanah*, dimana dana yang dititipkan bisa dikelola kembali oleh pihak KSPPS Amanah Usaha Mulia

Magelang sehingga dapat menghasilkan profit bagi lembaga tersebut.<sup>62</sup>

Dalam hal ini, anggota bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang untuk menggunakan atau memanfaatkan dana titipannya, sedangkan KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang bertindak sebagai pihak yang dititipi dana atau barang yang disertai hak untuk menggunakan atau memanfaatkan dana atau barang tersebut. Sebagai konsekuensinya, KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang bertanggung jawab terhadap keutuhan harta titipan tersebut serta mengembalikannya pada waktu yang diinginkan anggota, dengan memberikan hadiah (bonus) kepada anggota. Di sisi lain, KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang juga berhak sepenuhnya atas keuntungan dari hasil pemanfaatan harta titipan tersebut. Karena akadnya adalah *Wadi'ah* yang merupakan akad titipan sukarela/sosial atau *Tabarru'* maka tidak ada keuntungan bagi hasil bagi anggotanya tetapi adanya berupa hadiah (bonus).

---

<sup>62</sup> Wawancara dengan Bapak Rudy Rusmanto, Manajer KSPPS Amanah Usaha Mulia, Magelang, 28 Juni 2018.

**b. Tempat (*Place*)**

## 1) Lokasi Kantor

Lokasi kantor pusat KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang berada di Jl. Raya Magelang – Yogyakarta KM 1, Blabak, Mungkid, Magelang dan kantor cabang berada di Jl. Lintas Bakalan, Tamanagung, Magelang. Penempatan lokasi kantor terbilang strategis, karena berada diantara populasi penduduk yang besar serta dekat dengan pasar yang notabennya adalah sentral kegiatan ekonomi masyarakat. Masyarakat sekitarnya pun juga bersedia dan menerima adanya KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang. Selain itu, dari segi keamanan lokasi tersebut terbilang baik, mengingat wilayah Blabak, Mungkid jarang terjadi pencurian, dan suasana lebih kondusif.<sup>63</sup>

Alasan lain adalah karena dari segi biaya, dana yang dimiliki KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang belum bisa menjangkau untuk melakukan pembangunan kantor di daerah kota, mengingat tingginya biaya yang dibutuhkan untuk pembangunan tersebut.

---

<sup>63</sup> Wawancara dengan Bapak Rudy Rusmanto, Manajer KSPPS Amanah Usaha Mulia, Magelang, 28 Juni 2018.



**c. Harga (*Price*)**

Harga merupakan salah satu unsur *marketing* yang penting, yang berdampak pada jumlah penjualan, sedangkan unsur lainnya merupakan unsur pendukung yang merupakan suatu kesatuan dalam *marketing mix*. Walaupun penetapan harga merupakan persoalan penting, masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, tingkat keuntungan, serta *share* pasar yang dapat dicapai oleh perusahaan. Dalam hal ini biaya administrasi yang ditetapkan KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang, tidak memberatkan masyarakat dalam menjadi anggota KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.

Adapun syarat yang diterapkan KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang pada produk tabungan sirela (SIRELA) sebagai berikut :

- 1) Mengisi formulir pendaftaran
- 2) Foto copy KTP
- 3) Membuka rekening minimal Rp. 10.000,-
- 4) Setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000,-

Dengan melihat biaya yang dikenakan pada produk tabungan simpanan sukarela (SIRELA) penulis dapat menyimpulkan bahwa simpanan ini sangat terjangkau bagi masyarakat pada umumnya. Dengan biaya yang sangat

murah, sehingga dapat menarik masyarakat yang ingin menyimpan dananya pada KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.

Upaya strategi untuk menarik dana dari masyarakat, KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang menganalisis pelaksanaan pemberian hadiah (bonus) dalam simpanan *Wadi'ah*. KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang menggunakan metode gebyar promo, dimana anggota akan mendapatkan hadiah (bonus) sebagai suatu intensif untuk menarik dana dari masyarakat yang diasumsikan mempunyai kejanggalan dalam pemberian hadiah (bonus) yang tidak semua anggota mendapatkan hadiah.

Konsep dari pemberian hadiah (bonus) dalam produk SIRELA (simpanan sukarela), KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang membuka gebyar promo pemberian hadiah (bonus) diambil dari keuntungan KSPPS, kemudian dibagi ke semua anggota yang aktif dengan saldo minimal pengendapan Rp. 500.000,00 selama enam bulan.

Oleh karena itu, pada produk simpanan sukarela (SIRELA) di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang tidak memperhitungkan bonus, karena simpanan sukarela (SIRELA) sangatlah murah, serta tidak ada jadwal pengambilan seperti tabungan deposito atau produk

simpanan sukarela berjangka (SISUKA) yang ada di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.

**d. Promosi (*Promotion*)**

Suatu produk betapa pun bermanfaat, akan tetapi jika tidak dikenal oleh konsumen, maka produk tersebut tidak akan di ketahui manfaatnya dan mungkin tidak dibeli oleh konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha mempengaruhi para konsumen, untuk menciptakan permintaan atas produk itu, kemudian dikembangkan. Usaha tersebut dapat dilakukan melalui kegiatan promosi.

Promosi yang dilakukan KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang kepada masyarakat mengenai strategi pemasaran produk simpanan sukarela (SIRELA) adalah dengan menggunakan sistem jemput bola dan media atau alat bantu. Media yang digunakan salah satunya adalah brosur, penyebaran brosur kepada setiap masyarakat, penjual, dan pembeli di pasar, maupun penyebaran brosur di jalanan, promosi juga dilakukan di sekolah-sekolah.<sup>64</sup>

Selain itu, promosi juga bisa melalui mulut ke mulut dengan bantuan relasi, dan sesekali melakukan promosi *door to door* pada rumah kediaman masyarakat. Promosi yang dilakukan oleh KSPPS Amanah Usaha

---

<sup>64</sup> Wawancara dengan Bapak Rudy Rusmanto, Manajer KSPPS Amanah Usaha Mulia, Magelang, 28 Juni 2018

Mulia Magelang juga sudah mempunyai basis teknologi digital, melalui media sosial antara lain *Instagram*, *Facebook*, dan *Whatsapp*. Penyebaran informasi pada media sosial dilakukan dengan bantuan relasi, disebarakan pada setiap individu (pada kontak maupun pengikut) dan pada grup.

Promosi produk simpanan sukarela (SIRELA) juga dikaitkan dengan pembiayaan, yang mana apabila masyarakat hendak melakukan pembiayaan atau meminjam uang maka terlebih dahulu harus membuat akun simpanan sukarela (SIRELA) di KSPPS Amanah usaha Mulia Magelang.<sup>65</sup>

### **C. Hambatan Strategi Pemasaran Pada Produk Simpanan Sukarela (SIRELA) di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang**

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan penulis kepada pihak KSPPS Amanah Usaha mulia adalah bahwa hambatan yang dihadapi KSPPS Amanah Usaha mulia Magelang dalam pemasaran produk simpanan sukarela (SIRELA) berasal dari dua aspek, yakni internal dan eksternal.

#### **1. Internal**

Hambatan dari segi internal adalah dari sumber daya manusia (SDM), dimana karyawan KSPPS Amanah Usaha

---

<sup>65</sup> Wawancara dengan Bapak Rudy Rusmanto, Manajer KSPPS Amanah Usaha Mulia, Magelang, 28 Juni 2018.

Mulia Magelang kurang memahami produk yang dipromosikan. Karyawan belum tentu mampu menjawab pertanyaan masyarakat tentang produk simpanan sukarela (SIRELA). Pada dasarnya karyawan hanya sedikit memahami karena rata-rata karyawan telah terbiasa dengan produk lain, sehingga ketika diberi pertanyaan mengenai produk simpanan sukarela (SIRELA) mereka masih gagap untuk menjelaskan.<sup>66</sup>

Selain itu, kurang percayanya diri karyawan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan perihal mengenai produk simpanan sukarela (SIRELA). Minimya dana yang dianggarkan untuk pemasaran. Karena biaya untuk promosi masih kurang, sehingga tidak dapat mengembangkan inovasi yang memberikan daya tarik kepada masyarakat.

## **2. Eksternal**

Hambatan dari segi eksternal adalah persaingan dalam kompetisi antar KSPPS, dimana KSPPS lain lebih gencar melakukan pemasaran dengan dana yang lebih mencukupi. KSPPS lain juga melakukan inovasi-inovasi terhadap produk yang ditawarkan, dengan melakukan iming-iming hadiah (bonus) cukup besar.

---

<sup>66</sup> Wawancara dengan Bapak Rudy Rusmanto, Manajer KSPPS Amanah Usaha Mulia, Magelang, 28 Juni 2018

## D. Analisis

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan, penulis melakukan analisis dengan metode bauran pemasaran 4P yaitu ( *Product, Place, Price, dan Promotion* ).

### a. Produk (*Product*)

- Strategi pemasaran simpanan sukarela (SIRELA) dari segi produk, telah menarik banyak minat masyarakat, dibuktikan dengan banyaknya anggota yang pengguna tabungan simpanan sukarela (SIRELA) yakni sebanyak 1.350 orang. Berdasarkan data yang diperoleh dari KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang, bahwa sebanyak 1.350 orang dari 1.640 orang terdaftar sebagai pengguna tabungan jenis SIRELA.<sup>67</sup>
- Strategi pemasaran produk untuk meyakinkan masyarakat dalam menggunakan produk SIRELA, sebelum membuka rekening atau simpanan, masyarakat membuat perjanjian dengan KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang dengan menggunakan akad *Wadi'ah Yad Dhamanah* dimana dana yang dititipkan bisa dikelola kembali oleh pihak KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang sehingga dapat menghasilkan profit bagi lembaga tersebut, dan jelas dasar hukumnya atau yang ada di Al-Qur'an, maka masyarakat

---

<sup>67</sup> Wawancara dengan Bapak Rudy Rusmanto, Manajer KSPPS Amanah Usaha Mulia, Magelang, 28 Juni 2018.

akan percaya dan yakin untuk menyimpan dana di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.

**b. Tempat (*Place*)**

- Strategi pemasaran dari segi tempat terbilang tepat karena berada di pasar, alasannya pasar merupakan tempat melakukan kegiatan ekonomi yang cash flow keuangan mereka lebih baik dan lebih lancar. Para pelaku kegiatan di pasar, melakukan perputaran uang yang lebih tinggi. Selain itu, tempat yang dituju adalah sekolah karena sekolah memiliki dana sarana prasarana yang baik akan digunakan untuk pembangunan infrastruktur sekolah, namun karena pembangunan sekolah belum dimulai, sehingga dana yang dimiliki terlebih dahulu untuk disimpan di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang. Dan yang lainnya tempat yang dituju adalah masyarakat umum disekitar KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang, karena masyarakat umum menginginkan menabung dengan mudah tanpa ada potongan biaya administrasi perbulan.

**c. Harga (*Price*)**

- Strategi harga pada produk SIRELA sudah tepat dengan alasan simpanan ini sangat terjangkau bagi masyarakat, dengan biaya yang murah, sehingga dapat menarik masyarakat untuk menyimpan dananya di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.

- Pemberian hadiah (bonus) yang diambil dari keuntungan KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang menjadi bagian strategi yang tepat, dan pemberian hadiah (bonus) dengan syarat menjadi anggota aktif dengan saldo minimal pengendapan Rp. 500.000,- selama enam bulan.

**d. Promosi (*Promotion*)**

- Strategi promosi yang dijalankan oleh KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang, menggunakan sistem jemput bola, dimana anggota tidak perlu datang ke kantor untuk menyimpan dan bisa langsung menghubungi karyawan KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang atau dengan kesepakatan waktu untuk diambil, strategi ini menjadi strategi yang efektif untuk mempermudah anggota untuk menyimpan.
- Strategi promosi juga menggunakan media sosial seperti *Facebook*, *Whatsapp*, *Instagram*, dan brosur-brosur yang menarik, sehingga masyarakat dengan mudah mengetahui jika KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang, mempunyai produk simpanan salah satunya simpanan sukarela (SIRELA) dan strategi ini untuk memberikan informasi kepada masyarakat.
- Strategi promosi dikaitkan dengan pembiayaan, karena jika anggota hendak melakukan pembiayaan atau meminjam uang maka harus membuka rekening simpanan, strategi ini juga efektif karena ketika sasaran salah satunya pasar



biasanya para pedagang memberikan uang lebih untuk membayar angsuran dan dari uang kelebihan itu akan dimasukkan kedalam simpanan SIRELA.

- Strategi promosi pada KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang mempunyai hambatan dari segi internal yaitu kurang percayanya diri karyawan dan kurangnya pemahaman karyawan tentang produk yang dipromosikan, hal ini bisa membuat strategi tidak mencapai sasaran atau kurang efektif karena belum tentu karyawan mampu menjawab pertanyaan dari masyarakat tentang produk – produk simpanan salah satunya SIRELA.
- Minimya dana yang dianggarkan oleh KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang bisa menghambat strategi promosi karena promosi juga membutuhkan inovasi-inovasi baru yang memberikan daya tarik kepada masyarakat.
- Dalam segi eksternal, persaingan kompetisi antar KSPPS yang lebih gencar dengan dana yang mencukupi dan melakukan inovasi-inovasi terhadap produk yang ditawarkan, sedangkan KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang memiliki dana yang masih tergolong minim untuk biaya promosi.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan pasar bab – bab sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan :

1. Strategi pemasaran yang dilakukan KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang pada produk simpanan sukarela (SIRELA) adalah sebagai berikut :
  - a. strategi produk menggunakan akad *Wadi'ah Yad Dhamanah* dimana dana yang dititipkan bisa dikelola kembali oleh pihak KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang sehingga dapat menghasilkan profit bagi lembaga tersebut.
  - b. strategi tempat yaitu memilih lokasi kantor yang terbilang strategis karena berada diantara populasi penduduk serta dekat dengan pasar yang notabennya adalah sentral kegiatan ekonomi masyarakat dan lokasi pemasaran yang dituju secara individu yang berada pada pasar dengan sasaran utamanya yakni para pedagang dan pembeli.
  - c. strategi harga yang tidak terlalu mahal hanya Rp. 10.000,- dan simpanan ini sangat terjangkau bagi masyarakat.
  - d. strategi promosi yaitu dengan cara mendatangi anggota dengan menerapkan sistem jemput bola, menyebarkan brosur di setiap tempat, promosi melalui sosial media, dan melalui mulut ke mulut dengan bantuan relasi serta

promosi produk simpanan sukarela (SIRELA) dikaitkan dengan pembiayaan.

2. Hambatan KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang dalam memasarkan produk simpanan sukarela (SIRELA) adalah sebagai berikut :
  - a. Hambatan secara Internal yaitu kurangnya sumber daya manusia (SDM), karyawan kurang memahami produk yang dipromosikan, minimnya dana yang dianggarkan untuk pemasaran.
  - b. Hambatan secara eksternal yaitu Persaingan antar KSPPS yang lebih gencar dengan dana yang mencukupi sedangkan KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang mempunyai dana yang minim untuk biaya promosi.

## **B. Saran**

1. Hendaknya KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang dalam memasarkan produk yang ditawarkan khususnya simpanan sukarela dan jasa layanannya lebih meningkatkan kinerja dan meningkatkan kualitas pelayanan secara maksimal, sehingga masyarakat sekitar dapat mengetahui dan memahami produk-produk yang ada dan dapat menarik minat masyarakat untuk menjadi anggota KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang.
2. Hal lain yang harus dilakukan yaitu KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang sebaiknya merekrut karyawan untuk meningkatkan pencapaian target yang lebih tinggi dibandingkan sebelum-sebelumnya.

### **C. Penutup**

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu kelancaran penulisan tugas akhir ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masuk jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat berguna bagi semua kalangan yang membutuhkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ascarya. 2015. *Akad dan Produk Bank syariah*. Jakarta: Rajawali Pers
- Assauri, S. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Company Profile KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang
- Danupranata, G. 2013. *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta: Salemba Empat
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. 2013. *DSN-MUI Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Tabungan*. Di <http://dsnmu.or.id/produk/fatwa/>. (akses 30 Juni 2018)
- Evi, dkk. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Bidang Kesehatan*. Jakarta: Rajawali Pers
- Hasan, M Iqbal. 1996. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Hasibuan, Malayu S.P. 2010. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Hidayat, R. (2016). *Alternavtive sistem pengawasan pada koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syari'ah*. Jurnal Ilmu Hukum & Ilmu Islam, 384-385.
- Ismail. 2014. *Perbankan Syari'ah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Iwad, Muhammad. 2013. *Strategi Penentuan Lokasi bank* di [http://muhammadiwad.blogspot.com/2013/03/strategi-penentuan-lokasi-bank\\_30.html](http://muhammadiwad.blogspot.com/2013/03/strategi-penentuan-lokasi-bank_30.html) (akses 09 Juli 2018)
- Kasmir. 2010. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana

- Naqiya S. 2017. Strategi Pemasaran dalam Upaya Mendapatkan Nasabah di KSPPS BMT Amanah Usaha Mulia Magelang [tugas akhir]. Semarang (ID): UIN Walisongo.
- Nuzula F. 2017. Mekanisme Pembiayaan dan Strategi Pemasaran Produk Musyarakah di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang [tugas akhir]. Semarang (ID): UIN Walisongo.
- Purhantara, W. 2010. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Rusmanto, Rudy. 2018. *Gambaran Umum*. Kantor KSPPS Amanah Usaha Mulia: Magelang
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumarni, M. 2002. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Liberty
- Sutanto, Herry, Khaerul Umam. 2008. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia
- Templates, Sora. 2014. *Aspek Kelembagaan* di <http://keduprakan.blogspot.com/2014/12/aspek-kelembagaan.html> (akses 09 Juli 2018)
- Usmara, U. 2008. *Pemikiran Kreatif Pemasaran*. Yogyakarta: Amara Books

# LAMPIRAN

KOPERASI SIMPAN PINJAM  
PEMBIAYAAN SYARIAH



**AMANAH USAHA MULIA**  
[ KSPPS AULIA ]

**Simpanan**

**Sirela Aulia**  
Simpanan Suka Relu

Simpanan yang praktis bagi Mitra yang ingin selalu mendapatkan kemudahan, Mitra dapat menambah dan mengambil simpanannya setiap saat (jam kerja).

Hanya dengan :

- Pembukaan rekening sebesar Rp.10.000,-
- Setoran selanjutnya minimal Rp.5.000,-

**Simku Aulia**  
Simpanan Kurban



SIMKU, menjadikan Mitra ringan saat berkorban.

Hanya dengan :

- Pembukaan rekening sebesar Rp.15.000,-
- Setoran selanjutnya minimal sebesar Rp.10.000,-

**Sisuka Aulia**  
Simpanan Manasuka Berjangka



Investasi Jangka Panjang Mitra yang menguntungkan

**Ketentuan :**

- SISUKA hanya dapat diambil pada saat jatuh tempo saja
- SISUKA minimal sebesar Rp.1.000.000,-
- Bagi Hasil akan dikreditkan langsung pada SIRELA setiap akhir bulan

Jangka Waktu dan Porsi Nisbah:

- 3 bulan 30 : 70
- 6 bulan 35 : 65
- 12 bulan 40 : 60



**BUTUH TAMBAHAN MODAL ??**

- MODAL USAHA
- BELI MOTOR
- BELI MOBIL
- RENOVASI RUMAH
- BIAYA SEKOLAH
- BIAYA NIKAH
- DLL

**Persyaratan Lengkap dan benar**

**DANA SEGERA CAIR..!!**

**Pembiayaan Aulia**

KSPPS AULIA membantu mitra memperoleh kemudahan dalam mendapatkan dana, dalam bentuk modal usaha, maupun guna keperluan Konsumtif.

**Persyaratan :**

- Mengisi aplikasi permohonan
- Menyerahkan Fotocopy KTP suami & istri
- Menyerahkan Fotocopy KK
- Menyerahkan Fotocopy jaminan
- Bersedia disurvei

Dengan menggunakan produk :

- Al Mudharabah
- Al Musyarakah
- Al Murobahah - Al Ijarah

Hubungi :

**AM**

**KSPPS AMANAH USAHA MULIA**  
 Ruko Ambartawang,  
 Jl. Raya Pasar Blabak Km-1  
 Ambartawang, Mungkid, Kab. Magelang  
 Telp. (0293) 3280449

**KEBERSIHAN**  
 Mitra Usaha  
 Segera bergabung AM untuk Mantaanmu.  
 (Rakyatnya Rukunnya, Aulia beradanya)

\* Syarat & Ketentuan Berlaku

**AM KSPPS AMANAH USAHA MULIA**

KODE	Simpanan Anggota
	Nomor
	Tanggal

Atas nama \_\_\_\_\_ Nomor Rekening \_\_\_\_\_

Jumlah penarikan \_\_\_\_\_ Jumlah dalam huruf \_\_\_\_\_

Rp. \_\_\_\_\_

Penarikan dari  Simpanan \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_

Keterangan \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
 Pengesahan Petugas Tanda tangan penerima Tanda tangan penarik

**SLIP PENARIKAN 3280449036**



**AM** KSPPS AMANAH USAHA MULIA

KODE	Simpanan Anggota
	Nomor
	Tanggal

Alas nama \_\_\_\_\_ Nomor Rekening \_\_\_\_\_

Jumlah Setoran \_\_\_\_\_ Jumlah dalam huruf \_\_\_\_\_  
Rp. \_\_\_\_\_

Setoran untuk  Simpanan  Simpanan \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_

Jenis Setoran  Tunai  \_\_\_\_\_

Peringatan  
(Silakan tulis atau tanda tangan petugas penerima)

\_\_\_\_\_  
Petugas

\_\_\_\_\_  
Tanda tangan penyetor

**SLIP SETORAN**

**AM** KSPPS AMANAH USAHA MULIA

KODE	Angsuran	Pembayaran
		Putang Pembayaran
	Nomor	
	Tanggal	

Alas nama \_\_\_\_\_ Nomor Rekening \_\_\_\_\_

Jenis Setoran \_\_\_\_\_ Jumlah dalam huruf \_\_\_\_\_  
Rp. \_\_\_\_\_

Setoran untuk  Pokor Rp. \_\_\_\_\_  Keuntungan Rp. \_\_\_\_\_  Infak Rp. \_\_\_\_\_  
 Bay. Hasil Rp. \_\_\_\_\_  Tabungan Rp. \_\_\_\_\_

Jenis Pembayaran  MSA  SBA  \_\_\_\_\_

Peringatan  
(Silakan tulis atau tanda tangan petugas penerima)

Peringatan: Harap Anggota/Suami untuk tidak pen. dan tanggung mengikat pembayaran dengan penjamin rumah tangganya sebelum pertemuan yang resmi

\_\_\_\_\_  
Pengisian

\_\_\_\_\_  
Petugas

\_\_\_\_\_  
Penyetor

**SLIP ANGSURAN**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Muhammad Zainul Kirom  
NIM : 1505015047  
Tempat & tgl. Lahir : Lamongan, 30 Agustus 1997  
Jenis Kelamin : Laki - Laki  
Agama : Islam  
Alamat : Dsn. Bakalan, Ds. Bakalrejo, 001/005 Kec.  
Sugio Kab. Lamongan

### **Riwayat Pendidikan:**

1. MI NURUL HUDHA SLEMPIT PANGKATREJO Tamat tahun 2009
2. SMP Negeri 2 SUGIO Tamat tahun 2012
3. MAN 1 LAMONGAN Tamat tahun 2015
4. UIN WALISONGO SEMARANG Tamat tahun 2018

### **Pengalaman organisasi:**

1. OSIS MAN 1 LAMONGAN
2. MANPALA MAN 1 LAMONGAN

### **Pengalaman magang:**

1. 15 Januari sd 15 Februari 2018 di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang
2. 15 Februari sd 15 Maret 2018 di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah GALAMITRA Purwodadi