

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIWADIAH  
(SIMPANAN WAJIB BERHADIAH) DI BMT AL-  
HIKMAH UNGARAN**

Tugas Akhir Ini Di Ajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan  
Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya Dalam  
Ilmu Perbankan Syariah



Oleh:

**Novika Nur Indraeny**

**1605015013**

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

**2019**



Drs. H. Wahab, MM

Dosen FEBI UIN Walisongo Semarang

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks

Hal : Naskah Tugas Akhir

An. Saudari. Novika Nur Indraeny

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

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

Nama : Novika Nur Indraeny

NIM : 1605015013

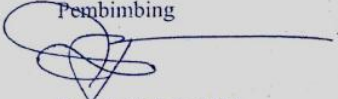
Judul : Strategi Pemasaran Produk SIWADIAH (Simpanan Wajib Berhadiah) di BMT Al-Hikmah Ungaran

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

Demikian harap menjadi maklum

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb*

Pembimbing

  
Drs. H. Wahab, MM

19690908 200003 1 001





KEMENTERIAN AGAMA  
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

Tugas Akhir : Novika Nur Indraeny

NIM : 1605015013

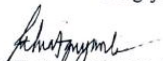
Telah diujikan oleh Dewan Penguji Program Diploma III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat Cumlaude/Baik/Cukup, pada tanggal:

17 Juli 2019

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya tahun akademik 2018/2019.

Semarang, 17 Juli 2019


Penguji I

  
Dr. Ratno Agrivanto, CA., CPA.  
NIP. 198001282008011010

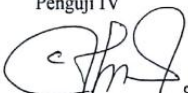
Penguji II

  
H. Johan Arifin, S. Ag., M.  
NIP. 197109082002122001

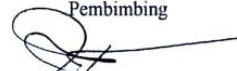
Penguji III

  
H. Khoirul Anwar, M.Ag.  
NIP. 196904201996031002

Penguji IV

  
Choirul Huda, M.Ag.  
NIP. 197601092005011002

Pembimbing

  
Drs. H. Wahab, MM.,  
NIP: 19690908 200003 1 001



## MOTTO

لَهُ دَعْوَةُ الْحَقِّ وَالَّذِينَ يَدْعُونَ مِنْ دُونِهِ لَا يَسْتَجِيبُونَ لَهُمْ بِشَيْءٍ إِلاَّ كَبَّأَ سِطْرًا كَفَّيْهِ إِلَى الْمَاءِ لِيَبَأُغَّ فَوَاهُ وَمَاهُ يُبَالِغُهُمْ وَمَا دَعَاؤُا الْكٰفِرِينَ

إِلَّا فِي ضَلَالٍ

*Baginya (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri.*

*Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia. (QS. Ar-Ra'd 13: Ayat 11)*





## PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini saya persembahkan unruk:

1. Untuk kedua orang tua saya Bapak Suwardi dan Ibu Sarpi yang telah memberikan *support* secara moril maupun material, cinta dan kasih sayangnya serta do'a yang terus mengalir menyertai saya sehingga menjadikan sayang orang yang selalu bersyukur.
2. Teman-temanku kost Amalia-2, Nurul, Innayah, Evilia, Dwi, Firda yang selalu menyemangati untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Semua teman D3 Perbankan Syariah angkatan 2016 terimakasih atas dukungannya.
4. Untuk seluruh karyawan BMT Al-Hikmah Ungaran. Terimakasih atas bantuannya.
5. Juga untuk, Agamaku, Almamaterku, masa depanku bangsa dan negara Indonesia Tercinta
6. Serta pada semua pihak, penulis tidak dapat menyebutkan satu-persatu yang sudah membantu dalam penyelesaian Tugas Akhir ini. Penulis hanya mampu menghaturkan sebuah ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya.



## DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan Tugas Akhir ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Demikian juga Tugas Akhir ini tidak berisi satupun pemikiran-pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 18 Juni 2019

Deklarator,



Novika Nur Indraeny

1605015013



## ABSTRAK

Pada masa sekarang sudah banyak lembaga keuangan yang berdiri di berbagai daerah di Indonesia. Dalam suatu lembaga keuangan pasti dibutuhkan kegiatan pemasaran untuk menawarkan produk ke masyarakat. Berbagai jenis cara dan strategi akan diterapkan untuk memasarkan suatu produk agar mencapai target yang diinginkan.

Dalam tugas akhir yang akan dibahas yaitu tentang strategi pemasaran produk di BMT Al-Hikmah Ungaran. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, dengan metode penelitian menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini akan dibahas strategi pemasaran apa yang akan digunakan dalam BMT Al-Hikmah dalam memasarkan produknya di masyarakat. Setelah melakukan penelitian akan didapat strategi pemasaran yang digunakan adalah strategi pemasaran *Marketing Mix*. Dengan menggunakan strategi pemasaran tersebut akan lebih efektif dan efisien untuk menarik minat anggota terhadap suatu produk. Strategi pemasaran yang digunakan yaitu: dengan cara mengenalkan produk agar lebih menarik, menetapkan harga dengan tepat, promosi dengan mendatangi calon anggota dan menawarkannya langsung, melakukan pemasaran di tempat yang tepat pula. Dengan menggunakan strategi tersebut banyak masyarakat yang lebih tau tentang BMT dan produk-produknya dan berharap akan banyak yang tertarik menggunakan produk tersebut.

**Kata Kunci:** Pemasaran, Strategi, Marketing Mix



## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmatnya dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir (TA) ini dengan sebaik-baiknya. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan tuntunan dan bimbingan kepada umat manusia terhadap kehidupan yang lebih baik serta kepada keluarganya, para sahabatnya, dan umatnya.

Alhamdulillah, pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIWADIAH (SIMPANAN WAJIB BERHADIAH) DI BMT AL-HIKMAH UNGARAN”. Tugas Akhir ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan program Diploma III pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Walisongo Semarang. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini dapat selsai berkat bantuan dari berbagai pihak, bimbingan dan dorongan serta perhatiannya. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Imam Yahya. M,Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak H. Johan Arifin, S,Ag,MM selaku ketua Program DIII Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
4. Bapak Drs. H. Wahab, MM, selaku Dosen Pembimbing yang bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Seluruh Dosen pengajar Program Diploma III Perbankan Syari'ah UIN Walisongo Semarang.
6. Pimpinan, staff, karyawan BMT Al-Hikmah Ungaran
7. Seluruh keluarga besar saya yang selalu memberikan doa dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini.



Akhir kata penulis berdi'a semoga bantuan dari mereka mendapat berkah dan pahala dari Allah dan mudah-mudahan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Semarang, 30 April 2019

Novika Nur Indraeny  
1605015013



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN DEKLARASI .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	9
D. Tinjauan Pustaka .....	10
E. Metodologi Penelitian .....	15
F. Sistematika Penulisan .....	20
BAB II : TEORI STRATEGI PEMASARAAN SYARIAH	
A. Landasan Hukum .....	22
B. Konsep Pemasaran Syari'ah .....	22
C. Nilai-Nilai Pemasaran Syari'ah .....	26
D. Strategi Pemasaran .....	29

E. Pemasaran Produk dalam Bingkai BMT .....	32
<b>BAB III : GAMBARAN UMUM BMT AL-HIKMAH</b>	
<b>UNGERAN Sejarah Perusahaan</b>	
A. Visi dan Misi .....	39
B. Struktur Organisasi.....	42
C. Ruang Lingkup Usaha .....	42
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN</b>	
A. Sistem Operasional Produk SIWADIAH di BMT Al-Hikmah Ungaran .....	61
B. Strategi Pemasaran Produk SIWADIAH di BMT Al-Hikmah Ungaran .....	71
<b>BAB V : PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perbankan syariah pada dasarnya merupakan pengembangan dari konsep ekonomi Islam, terutama dalam bidang keuangan. Perbankan syariah dalam peristilahan internasional dikenal dengan sebutan *Islamic Banking*. Bank syariah awalnya dikembangkan sebagai suatu respon ekonomi dan praktisi perbankan muslim yang berupaya mengakomodasi desakan dari berbagai pihak yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai moral dan prinsi-prinsip syariah Islam. Terutama keterkaitan pada pelanggaran praktek *riba*, kegiatan *maisir* (perjudian), *Gharar* (ketidakjelasan) dan pelanggaran prinsip keadilan dalam transaksi serta keharusan penyaluran dan investasi pada kegiatan usaha yang etis dan halal secara syariah.

Fungsi dari perbankan secara umum dalam hal menghimpun dana dari masyarakat kemudian akan disalurkan kepada pihak yang defisit dan memerlukan dana sehingga dalam fungsi ini dana yang disimpan masyarakat akan menjadi lebih produktif dan bermanfaat.

Industri perbankan syariah telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dengan diterbitkannya Undang-undang No.21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi. Perkembangan Bank Syariah yang semakin meningkat membuat persaingan antar Bank Syariah dan Bank Konvensional semakin ketat. Hal ini menuntut bank agar dapat mempertahankan nasabahnya maupun menarik minat nasabah-nasabah baru. Dengan memanfaatkan produk yang ditawarkan, perbankan syariah harus dapat merebut perhatian calon nasabah tidak hanya sekedar memperkenalkan, tetapi juga mengandung unsur persuasi.

Perlu diingat bahwa dalam melihat produk-produk bank syariah, selain bentuk atau nama produknya, yang perlu diperhatikan adalah prinsip syari'ah yang digunakan oleh produk yang bersangkutan dalam akadnya (perjanjian), dan bukan hanya nama produknya sebagaimana produk-produk bank konvensional. Hal ini terkait dengan bagaimana hubungan antara bank dan nasabah yang menentukan hak dan kewajiban masing-masing pihak. Selain itu, suatu produk suatu produk bank syariah dapat menggunakan prinsip

syariah yang berbeda. Demikian juga, satu prinsip syariah dapat diterapkan pada beberapa produk yang berbeda.<sup>1</sup>

Tabungan memegang peranan penting dalam kehidupan individu maupun masyarakat. Secara mikro tabungan berperan menjaga tingkat konsumsi dimasa yang akan datang bahkan sepanjang waktu. Dalam rangka memperoleh tingkat kemakmuran sepanjang hidup, sedangkan secara makro tabungan merupakan sumber investasi guna mendorong pertumbuhan ekonomi untuk mencapai realitas cita-cita masyarakat yang sejahtera, berkemakmuran dan berkeadilan.

Keberadaan lembaga keuangan Islam sedang gencar di masyarakat karena kegiatan bisnis dan roda ekonomi tidak akan berjalan tanpanya. Lembaga keuangan syariah tidak hanya bank syariah. Tetapi ada juga KSPPS BMT yang sedang marak di masyarakat dengan berbagai produk yang ditawarkannya.

*Baitul Mall wa Tamwil* (BMT) atau disebut juga dengan “Koperasi Syariah” merupakan lembaga keuangan syariah yang berfungsi menghimpun dan menyalurkan dana kepada anggotanya dan biasanya beroperasi dalam skala mikro. Keberadaan BMT dapat dipandang memiliki dua fungsi

---

<sup>1</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah (Jakarta:Rajawali Pers,2013),hlm.37*

utama, yaitu sebagai media penyalur pendayagunaan harta ibadah seperti zakat, infak, sedekah, dan wakaf, serta dapat pula berdungsi sebagai institusi yang bergerak dibidang investasi yang bersifat produktif sebagaimana layaknya bank. Pada fungsinya yang keduanya ini dapat dipahami bahwa selain berfungsi sebagai lembaga keuangan BMT juga berfungsi sebagai lembaga ekonomi dan bertugas menghimpun dana dari masyarakat (anggota BMT) yang mempercayakan dananya disimpan dari BMT dan menyalurkan dananya kepada masyarakat (anggota BMT) yang diberikan pinjaman oleh BMT.

BMT itu sendiri berazaskan pancasila dan Undang-undang Dasar 1945 serta berlandaskan syariah Islam, keimanan, keterpaduan (kaffah),kekeluargaan/koperasi, kebersamaan, mandiri, dan profesionalisme. Dengan demikian keberadaan BMT menjadi organisasi yang sah dan legal. Sebagai lembaga keuangan syariah, tentunya berpegang teguh pada prinsi-prinsip syariah. Secara hukum BMT berpayung pada koperasi tetapi sistem operasionalnya tidak jauh berbeda dengan bank syariah sehingga produk-produk yang berkembang dalam BMT seperti apa yang ada di bank syariah.



Dengan semakin bertambahnya perkembangan perekonomian di Negara Indonesia saat ini dapat dilihat banyak bermunculan lembaga-lembaga keuangan yang menerapkan prinsip syariah islam seperti perbankan syariah, pegadaian syariah, asuransi syariah dan *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT), menyebabkan setiap lembaga keuangan syariah dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif karena semakin ketat tingkat persaingan bisnis maka dibutuhkan fungsi pemasaran yang semakin ketat tingkat persaingan bisnis maka dibutuhkan fungsi pemasaran yang baik, sehingga tujuan yang diharapkan oleh lembaga keuangan syariah akan tercapai, karena pemasaran merupakan faktor utama yang penting dalam kelangsungan hidup lembaga keuangan tersebut.

Dalam operasionalnya strategi pemasaran tidak hanya dibutuhkan oleh perbankan saja, namun BMT sebagai lembaga keuangan mikro juga penting akan adanya strategi pemasaran yang dimiliki untuk kelangsungan hidup BMT, secara konsep memang BMT menghendaki adanya bebas dan juga penerapan strategi pemasarannya dengan sesuai syariah sehingga tercapainya kadilan.

Pada umumnya orang mengasumsikan mengenai pemasaran atau memasarkan barang yaitu menjual barang

agar laku terjual. Hal tersebut hanyalah sebagian kecil dari kegiatan pemasaran. Pemasaran memiliki cakupan kegiatan yang luas dari itu. Pemasaran meliputi perumusan jenis produk, bagaimana cara menyalurkan produk tersebut kepada konsumen, seberapa tinggi harga yang seharusnya diterapkan terhadap produk tersebut yang cocok dengan kondisi konsumennya, bagaimana cara promosi untuk mengkomunikasikan produk tersebut kepada konsumen, serta bagaimana mengatasi kondisi persaingan yang dihadapi oleh perusahaan dan sebagainya.

BMT al-Hikmah Ungaran merupakan lembaga keuangan syari'ah yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkan dengan menggunakan prinsip-prinsip syari'ah Islam. Prinsip syari'ah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penerapan fatwa dibidang syari'ah.<sup>2</sup>

BMT Al-Hikmah memiliki fungsi sebagai agem pembangunan yang diharapkan mampu mewujudkan pemerataan pedapatan masyarakat melalui pemberian

---

<sup>2</sup> Arifin, Sri Jatmika, dan John Ropke, *Ekonomi koperasi: Teoradan Manajemen*, Jakarta:selemba Empat, 2003, h. 18

pinjaman yang menggunkan bagi hasil sebagai dasarnya yang menjadi ciri khas selain digunakan uantuk melayani masyarakat kecil, juga sebagai alternatif bagi manusia untuk memanfaatkan jasa keuangan dengan prosedur hukum agama Islam.

Dalam kegiatan operasionalnya, BMT Al-Hikmah memiliki beberapa produk penghimpunan dana (*funding*) dan produk penyaluran dana (*lending*). Produk ini merupakan produk simpanan dengan akad wadi'ah yang penyeterannya diwajibkan setiap bulan Rp.200.000,- dengan jangka waktu penyeteroran selama 24 bulan. Produk ini dalam pelaksanaannya menggunakan akad wadiah, yaitu akad seseorang kepada pihak lain dengan menitipkan suatu barang untuk dijaga secara layak (titipan). Setiap anggota berhak mendapatkan bagi hasil pada akhir periode simpanan.

Fenomena dari permasalahan yang terjadi dalam persaingan di dunia BMT dalam mangejar uang nasabah, pihak BMT untuk meraih *trust*konsumen dengan kemudahan untuk transaksi tampaknya inilah yang menjadi kunci persaingan BMT untuk menarik tabungan nasabah. BMT harus berani berinovasi dalam memasarkan produk untuk memuaskan pelanggannya atau nasabahnya. Salah satu inovasi BMT yang membuat orang mulai percaya, saat bank

swadaya bermunculan dan mulai membuka kantor cabang hingga kabupaten. Fenomena pertama yang menarik adalah adanya undian-undian berhadiah. Program inilah yang tampaknya mulai merubah peta bisnis perbankan. Banyak orang tidak percaya, bagaimana mungkin dengan manabung di BMT bisa meraih kesempatan mendapatkan hadiah-hadiah grand prize yang menarik. Program seperti ini menciptakan trend baru, semangat menabung *double* untung, dapat bagi hasil, sekaligus untung-untung dapat hadiah. Program ini tampaknya berhasil mendorong perbankan menjadi besar, terutama di BMT Al-Hikmah Ungaran, dan sampai saat ini program ini masih berjalan, dan juga menjadi program wajib di hampir semua produk tabungan.

Oleh karena itu, berdasarkan uraian diatas maka penulis ingin mengkaji lebih mendalam mengenai produk SIWADIAH terutama dari segi strategi pemasarannya, yang penulis beri judul, **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIWADIAH (SIMPANAN WAJIB BERHADIAH) DI BMT AL-HIKMAH UNGARAN”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Sesuai dengan latar belakang masalah di atas, penulis telah menentukan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana sistem operasional produk SIWADIAH (Simpanan Wajib Berhadiah) di BMT Al-Hikmah Ungaran?
2. Bagaimana strategi pemasaran produk SIWADIAH (Simpanan Wajib Berhadiah) di BMT Al-Hikmah Ungaran ?

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

#### **1. Tujuan Penulisan**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan Tugas Akhir ini antara lain sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui sistem operasional produk SIWADIAH (Simpanan Wajib Berhadiah) di BMT Al-Hikmah Ungaran.
- b. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk SIWADIAH (Simpanan Wajib Berhadiah) di BMT al-Hikmah Ungaran.

#### **2. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang dapat diambil dari pemaparan dari penulis tuga akhir ini adalah:

- a. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai strategi pemasaran pada prosuk SIWADIAH di BMT Al-HIKMAH Ungaran.

b. Bagi Lembaga Keuangan Syariah

Dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk meningkatkan produk SIWADIAH.

c. Bagi Fakultas

Sebagai tambahan referensi dan infoermsi khususnya bagi mahasiswa mengenai strategi pemasaran pada produk SIWADIAH, dan sebagai salah satu sarana sosialisasi pengenalan produk SIWADIAH.

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

Sejauh pengetahuan dan pengamatan yang dilakukan peneliti. Sudah ditemukan beberapa penelitian atau tulisan yang membahas mengenai pengaruh bonus produk siwadiah terhadap minat nasabah. Namun belum ditemukan penulisan tentang pengaruh bonus tabungan siwadiah terhadap minat nasabah pada BMT Al-Hikmah Ungaran. Dalam hal ini penulis berusaha melakukan *review* terhadap skripsi atau Tugas Akhir terdahulu yang ada kaitannya atau relevan terhadap masalah yang menjadi objek penelitian.

Adapun hasil penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan masalah penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Rizky Purnomo, “*Konsep Hadiah dalam Akad Wadi’ah di Bank Syariah (Perspektif Fatwa DSN-MUI No:86/DSN-MUI/XII/2012*”<sup>3</sup>)

Persamaan antara penelitian Rizky Purnomo dengan penelitian ini terletak pada objek penelitiannya yaitu sama-sama membahas tentang Hadiah yang ada dalam akad wadi’ah. Dan dalam penelitian ini sama-sama menggunakan metode kualitatif.

Dalam penelitian Rizky Purnomo menjelaskan konsep hadiah dalam Akad Wadi’ah pada prakteknya dengan melihat manfaat dari dana yang disimpan nasabah dan hadiah sebagai ucapan terimakasih namun beberapa menggunakan syarat. Pada motivasi pemberian hadiah tujuan utama yang ingin dicapai dalam pelaksanaan strategi promosi produk pendanaan adalah meningkatkan volume dana murah yang didapat dari DPK (Dana Pihak

---

<sup>3</sup> Rizky Purnomo, “*Konsep Hadiah dalam Akad Wadi’ah di Bank Syariah (Perspektif Fatwa DSN-MUI No:86/DSN-MUI/XII/2012*” : Studi Kasus di Bank Syariah.

Ketiga). Dalam implementasinya pada praktik pemberian hadiah perbankan syariah, praktik bonus, mekanisme pemberian kupon, belum sepenuhnya mengimplementasikan pada fatwa DSN-MUI terkait pemberian hadiah pada produk penghimpunan dana oleh bank syariah. Dalam praktek tertentu masih sama dengan praktik pemberian hadiah oleh perbankan konvensional. Dalam pemberian bonus yang diterapkan oleh pihak perbankan syariah adalah dengan cara pemberian bonus dengan cara nominal, seyogyakerta pemberian hadiah yang ditentukan dalam fatwa DSN-MUI bahwa hadiah haruslah berbentuk barang/jasa, namun bukanlah berbentuk sebab menjurus pada praktik riba terselubung.

2. Mega Ratnasari, *“Strategi Pemasaran Pada Produk Tasaqur Di KJKS Binama Tlogosari Semarang”*<sup>4</sup>

Persamaan antara penelitian Mega Ratnasari dengan penelitian ini terletak pada objek penelitiannya yaitu sama-sama membahas tentang strategi pemasasaran. Dan juga kedua penelitian ini sama-sama menggunakan metode kualitatif.

---

<sup>4</sup>Mega Ratnasari, *“Strategi Pemasaran Pada produk Tasaqur Di KJKS Binama Tlogosari Semarang”*: Studi Kasus di KJKS Binama Tlogosari



Dalam penelitian mega Ratnasasi menjelaskan tentang strategi pemasaran yang dilakukan KJKS BINAMA dalam mengoptimalkan produk Tasaqur melalui periklanan, dalam periklanan KJKS BINAMA lebih menggunakan brosur dan spanduk. Brosur yang disediakan disebar luaskan kepada masyarakat dan tempat-tempat perekonomian disekitar KJKS BINAMA serta diletakkan di meja tempat brosur yang dikantor, sedangkan spanduk dipasang di tempat-tempat strategis sehingga akan menjadi pusat penglihatan untuk sekilas membaca ataupun ingin membaca bagi masyarakat yang saat itu sedang berjalan ataupun melewatinya. Selain itu pihak KJKS BINAMA juga menggunakan strategi pemasaran dengan memberikan *reward* kepada nasabah produk Tasaqur, tetapi minat nasabah pada produk Tasaqur masih kurang dibandingkan produk Sirela dan Tarbiah, terbukti dengan jumlah nasabah Tasaqur sebanyak 1.984 dan produk Sirela 68.030, Tarbiah 5.474. dengan data tersebut terlihat bahwa produk Tasaqur masih jauh dibawah produk Sirela dan Tarbiah. Walaupun produk Tasaqur masih kurang diminati dibandingkan produk Tarbiah dan Sirela, namun strategi pemasaran yang dilakukan oleh marketing yang

mendatangi dan menjelaskan secara rinci produk Tasaqur mampu menarik minat anggota.

3. Rizal Dwi Ananta, “*Analisis Strategi pemasaran PT.Madubaru Yogyakarta*”<sup>5</sup>

Persamaan antara penelitian Rizal Dwi Ananta dengan penelitian ini terletak pada objek penelitiannya yaitu sama-sama membahas tentang strategi pasar, dan persamaan lainya yaitu dari segi metode penelitiannya yang sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Dalam penelitian Rizal Dwi Ananta menjelaskan dari segmentasi pasar PT.Madubaru adalah masyarakat Yogyakarta dan Jawa Tengah yaitu dari kalangan kelas menengah kebawah, oleh karena itu perusahaan membuat berbagai macam produk gula pasir yang berbeda-beda yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen, selain itu dari strategi harga yang diterapkan PT.Madubaru adalah dengan memposisikan produk melalui harga dan kualitas yang bertujuan agar produk gula pasir yang dihasilkan perusahaan dapat dikenal masyarkat Yogyakarta. Strategi perbedaan produk, tujuannya adalag agar para konsumen

---

<sup>5</sup> Rizal Swi Ananta, “*Analisis Strategi Pemasaran PT.Madubaru Yogyakarta*”: Strudi Kasus di PT.Madubaru Yogyakarta.

dapat mengenal produk MK karena terdapat berbagai macam produk. Desain dan kemasan gula pasir yang bervariasi, gula pasir dikemas dengan plastik berwarna putih merah dan putih biru yang berisi gula 1 kg. Dan dari segi promosinya PT.Madubaru menggunakan promosi berupa iklan, promosi penjualan dengan cara memberikan diskon harga atau harga spesial kepada para pelanggannya, *Personal Selling* dengan menggunakan jasa wiraniaga atau sales yang menawarkan produk gula MK ke pasar-pasar atau toko-toko, Publisitas yaitu dengan cara menarik perhatian masyarakat secara luas dengan menjadi sponsor didalam acara-acara tertentu seperti ulang tahun Kabupaten Bantul, selanjutnya yang terakhir adalah distribusi yang dituju adalah daerah Yogyakarta, Sleman, bantul, Wonogisi, Kulon Progo dan sebagian Jawa Tengah.

## **E. Metode Penelitian**

Dalam menyusun Tugas Akhir ini yang bersifat ilmiah, data merupakan bagian yang sangat penting. Oleh karena itu data yang dikumpulkan harus akurat, komprehensif dan relevan bagi persialan yang diteliti. Adapun metode yang digunakan dalam Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif, yang mana penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah.<sup>6</sup> Dan juga penelitian yang bermaksud untuk memahami tentang apa yang dialami oleh obyek penelitian dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah, yang akan penulis lakukan penelitian pada BMT Al-Hikmah Ungaran.

## 2. Sumber Data

### a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber yang diteliti, dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap masalah yang dihadapi. Seperti memperoleh informasi melalui observasi dan wawancara dari objek penelitian. Dengan data ini penulis mendapatkan gambaran umum tentang BMT Al-Hikmah Ungaran dan data mengenai

---

<sup>6</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, cet. Ke-23 Bandung: ALFABETA, 2016, hlm.9

konsep dasar tabungan SIWADIAH di BMT Al-Hikmah Ungaran.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang mendukung pembahasan dan diperoleh dari orang lain baik berupa laporan-laporan, buku-buku maupun surat kabar. Dengan data ini penulis mendapatkan data slip angsuran, modul gambaran umum tentang BMT Al-Hikmah Ungaran, modul panduan tentang produk-produk BMT Al-Hikmah Ungaran dan brosur-brosurnya.

3. Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah usaha pengumpulan informasi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan, untuk dijawab secara lisan pula. Metode ini dilakukan secara kontak langsung dengan tatap muka (*face to face relationship*) antara si pencari informasi (*interviewer*) dengan sumber informasi (*interviewee*). Secara sederhana interview diartikan sebagai alat pengumpulan data dengan mempergunakan tanya jawab antara pencari informasi dan sumber informasi. Dengan demikian jawaban yang diperoleh bisa meliputi

semua variabel, dengan keterangan yang lengkap dan mendalam dari sumber informasi.

b. Observasi

Metode observasi adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dan gejala-gejala pisis untuk kemudian dilakukan pencatatan. Observasi melibatkan tiga objek sekaligus, yaitu : a) lokasi tempat penelitian berlangsung, b) para pelaku dengan peran-peran tertentu, dan c) aktivitas para pelaku yang dijadikan sebagai objek penelitian.<sup>7</sup>

Penelitian menggunakan metode ini dengan cara melakukan pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan langsung pada BMT Al-Hikmah Ungaran yang akan dijadikan objek atau bahan dalam penelitian dan mencatat secara sistematis mengenai mekanisme dan apakah bonus Tabungan SIWADIAH berpengaruh terhadap minat nasabah di BMT Al-Hikmah Ungaran.

c. Dokumentasi

---

<sup>7</sup>Nyoman Khuta Ratna, *Motodologi Penelitian Kajian Budaya dan Ilmu-Ilmu Sosial Humaniora pada Umumnya*, cet. Ke-1 Yogyakarta: Pustaka Pelajar, Hlm.220.

Metode ini adalah cara mengumpulkan data melalui peninggalan-peninggalan tertulis, terutama berupa arsip-arsip dan termasuk juga buku-buku tentang pendapat, teori, dalil atau hukum-hukum dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penelitian. Dokumentasi pada umumnya digunakan sebagai sumber sekunder, ciri khas dokumentasi adalah menunjukkan masa lampau, dengan fungsi utama sebagai catatan atau bukti suatu peristiwa, aktivitas, dan kejadian tertentu.<sup>8</sup>

#### 4. Analisis Data

Metode yang digunakan dalam menyusun Tugas Akhir ini adalah analisis deskriptif yaitu metode penelitian yang menggambarkan objek penelitian berupa data-data yang sudah ada. Pada umumnya tujuan utama penelitian deskriptif adalah untuk menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek dan subjek yang diteliti secara tepat.

Data kualitatif adalah metode analisis data yang tidak berdasarkan pada angka-angka atau perhitungan, akan tetapi beberapa keterangan, pendapat dan pandangan

---

<sup>8</sup>*Ibid, Hlm.235*

pemikiran yang dapat merubah kesimpulan yang diinginkan

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

Untuk mempermudah pemahaman isi Tugas Akhir ini, penulis akan menjelaskan sistematika penulisan Tugas Akhir ini adalag sebagai berikut:

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

Pada bab ini penulis menyajikan keterangan singkat terhadap Tugas Akhir ini secara garis besar yang memuat latar belakang masalah, perumusan masalah untuk menjelaskan pokok masalah yang dibahas.

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

Bab ini membahas tentang pengertian pemasaran syariah dan strategi pemasaran, nilai-nilai pemasaran syariah dan akad wadi'ah.

#### **BAB III: GAMBARAN UMUM BMT AL-HIKMAH UNGERAN**

Bab ini berisi tentang sejarah berdirinya BMT Al-Hikmah Ungaran, visi, misi, struktur organisasi serta produk-prosuk yang disediakan oleh BMT Al-Hikmah Ungaran.



**BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas tentang sistem operasional produk SIWADIAH di BMT Al-Hikmah, analisis terhadap strategi pemasaran prosuk tersebut di BMT AL-HIKMAH UNGARAN.

**BAB V: PENUTUP**

Dalam bab ini terdiri dari kesimpulan hasil pembahasan, saran dan penutup

**DAFTAR PUSTAKA****LAMPIRAN**



## BAB II

### TEORI STRATEGI PEMASARAN SYARI'AH

#### A. Landasan Hukum

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا  
أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ  
اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu. (QS.An-Nissa;29)*

#### B. Konsep Pemasaran Syari'ah

Pasar syariah sering kali dikatakan sebagai pasar bersifat emosional sementara pasar konvensional adalah pasar yang rasional. Maksud dari pernyataan tersebut adalah orang hanya tertarik untuk berbisnis pada pasar syariah hanyalah karena alasan emosional keagamaan semata dan bukan karena ingin mendapatkan keuntungan finansial yang menurut sebagian pihak dikatakan sebagai sesuatu yang bersifat rasional. Sebaliknya pada pasar konvensional, orang

ingin mendapatkan keuntungan finansial sebesar-besarnya tanpa terlalu peduli apakah bisnis yang digelutinya mungkin menyimpang atau malah bertentangan dengan ajaran Islam atau apakah cara yang dipergunakan dalam memperoleh keuntungan tersebut menggunakan cara-cara yang kotor atautakah tidak.

Praktik bisnis dan pemasaran tengah mengalami pergeseran dan mengalami transformasi dari level intelektual (rasional), ke emosional, dan akhirnya ke spiritual. Spriritual marketing merupakan tingkat tertinggi. Orang tidak semata-mata menghitung lagi untung atau rugi, tidak terpengaruh lagi dengan hal-hal yang bersifat duniawi. Pangilan jiwanya yang mendorongnya karena didalamnya mengandung nilai-nilai spiritual. Dalam bahasa syariah spiritual marketing adalah tingkatan “pemasaran langit”, yaang karena didalam keseluruhan prosesnya tidak ada yang bertentangan prinsip dan aturan syariah. Setiap langkah, aktivitas, dan kegiatannya akan selalu seiring dengan bisikan nurani, tidak akan ada lagi hal-hal yang berlawanan dengan hati nurani.

Konsep pemasaran syariah ini sendiri saat in baru berkembang seiring berkembangnya ekonomi syariah. Secara umum pemsaran syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan

perubahan *value* dari inisitor kepada stoke holdersnya uang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip mualamah dalam Islam. Ada 4 karakteristik yang terdapat ada syariah marketing:

1. Ketuhanan (*rabbaniyah*)

Seorang pemasar syariah meskipun ia tidak mampu melihat Allah, ia akan selalu merasa bahwa Allah senantiasa mengawasinya. Sehingga ia akan mampu untuk menghindari segala macam perubahan yang menyebabkan orang lain tertipu atas produk-produk yang dijualnya. Sebab seorang pemasar syariah akan selalu merasa bahwa setiap perbuatan yang dilakukannya akan dihisab dan dimintai pertanggungjawabannya kelak pada hari kiamat.

Dengan konsep ini pemasar syariah akan sangat hari-hati dalam perilaku pemasarannya dan berusaha untuk tidak merugikan konsumen, apabila seorang pemasar syariah hanya berorientasi pada keuntungan, maka ia dapat merugikan konsumen dengan memberikan janji palsu. Namun seorang pemasar syariah memiliki orientasi *masalah*, sehingga hanya mencari keuntungan namun diimbangi dengan keberkahan di dalamnya.

2. Etis (*akhlaqiyyah*)

Keistimawaan yang lain dari syariah marketing adalah mengedepankan masaah akhlak dalam seluruh aspek kegiatan. Permasaran syariah adalah konsep pemasaran yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika tanpa peduli dari mana agama manapun, karena hal ini bersifat universal.

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

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

4. Humanistik (*insaniyyah*)

Keistimawaan lain adalah sifatnya yang humanistik uni-versal. Pengertian humanis adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusi agar derajatnya terangkat. Sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara,

serta sifat-sifat keahliannya dapat terkekang dengan panduan syariah. Syariah Islam adalah syariah humanistik, dengan diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa mempedulikan ras, warna kulit, kebangsaan, dan status. Hal ini membuat syariah memiliki sifat universal sehingga menjadi syariah humanistik universal, setiap nasabah yang membutuhkan pelayanan bank syariah harus dilayani tanpa memandang apakah ia seorang muslim ataupun non muslim, apakah ia dari stratus sosial yang rendah ataupun status sosial yang tinggi semuanya harus dilayani dalam industri perbankan syariah.

### **C. Nilai-Nilai Pemasaran Syari'ah**

Ada beberapa nilai-nilai dalam pemasaran syariah yang mengambil konsep dari keteladanan sifat Rasulullah SAW, yaitu:

1. *Shiddiq*, artinya memiliki kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam. tidak ada satu ucapan pun yang saling bertentangan dengan perbuatan. Allah SWT senantiasa memerintahkan kepada setiap orang beriman untuk memiliki sifat *shiddiq* dan menciptakan lingkungan *shiddiq*. Dalam perbankan syariah, seorang pemasar sekalipun tidak boleh

melakukan kebihingan atau terlalu melebih-lebihkan atas produk yang dijual hanya demi mengejar target penjualan.

2. *Fathanah*, berarti mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam segala hal yang terjadi dalam tugas dan kewajiban. *Fathanah* berkaitan dengan kecerdasan, baik kecerdasan rasio, rasa, maupun kecerdasan ilahiyah. Sumber daya manusia dalam industri perbankan syariah terutama yang berada di *front liner* harus mengerti mengenai seluruh aspek terkait dengan perbankan syariah sebab merekalah yang menjadi ujung tombak perusahaan baik didalam maupun diluar perusahaan. Masyarakat menjadi sasaran dakwah perusahaan dalam mengembangkan ekonomi syariah, apabila ekonomi syariah dapat menyebabkan kenaikan jumlah nasabah pada perbankan syariah.
3. *Amanah*, memiliki makna tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan, prima dan *ihsan* (berupaya menghasilkan yang terbaik) dalam segala hal. Sifat amanah harus dimiliki oleh setiap mukmin apalagi yang memiliki pekerjaan terkait dengan pelayanan kepada masyarakat. Dalam Islam



diyakini bahwa setiap tindak-tanduk kita selalu dalam pengawasan malaikat yang sentiasa mencatat kebaikan dan keburukan manusia.

4. *Tabligh*, artinya mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran Islam dalam setiap gerak aktivitas ekonomi yang dilakukan sehari-hari. Seorang pemasar syariah harus memosisikan dirinya tidak hanya sebagai representasi dari perusahaan namun turut pula sebagai juru dakwah dalam pengembangan ekonomi syariah. Masih banyak masyarakat yang belum mengerti tentang ekonomi syariah, dan itulah yang menjadi tugas bagi seorang pemasar syariah untuk menjelaskan sekaligus menjual produk syariah yang akan ditawarkan kepada konsumen.
5. *Istiqomah*, artinya konsisten. Hal ini memberikan makna seorang pemasar syariah dalam praktik pemasarannya selalu *istiqomah* dalam penerapan aturan syariah. Seorang pemasar syariah harus dapat dipegang janjinya, tidak diperkenankan seorang pemasar syariah berubah-ubah dalam memberikan janji. Sebab dalam suatu perusahaan syariah konsistensi dari seorang pemasarnya

menjadi cermin dari perusahaan termasuk secara keseluruhan.

Kelima nilai ini akan mampu melahirkan suatu turunan budaya kerja yang berbeda pada institusi keuangan syariah.<sup>1</sup>

#### **D. Strategi Pemasaran**

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut 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 dipasar dapat dipertahankan dan sekaligus ditingkatkan. Seperti diketahui keadaan dunia usaha bersifat dinamis, yang diwarnai dengan adanya perubahan dari waktu ke waktu dan adanya keterkaitan antara satu dengan lainnya. Oleh karena

---

<sup>1</sup> Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Syariah*, Bandung: Penerbit Alfabeta, 2012, Hlm. 25-28

itu, strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usaha perusahaan umumnya dan bidang pemasaran khususnya.

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang mmeberi 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 keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta analisis kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya. Disamping itu strategi pemasaran yang telah ditetapkan dan dijalankan, harus dinilai kembali, apakah masih sesuai dengan keadaan/kondisi pada saat ini. Penilaian atau evaluasi ini menggunakan analisis keunggulan, kelemahan, kesempurnaan, dan ancaman. Hasil penilaian atau evaluasi ini digunakan sebagai dasar untuk menentukan

apakah strategi yang sedang dijalankan perlu diubah, sekaligus digunakan sebagai landasan untuk menyusun atau menentukan strategi yang akan dijalankan pada masa yang akan datang.

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 atau 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 dengan pelaku sasaran fungsi perusahaan, yang meliputi keuangan/pembelajaan, 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.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Sofyan Assauri, Manajemen Pemasaran, Jakarta:PT RajaGrafindo Persada, 2011, Hlm.167-169

## **E. Pemasaran Produk dalam Bingkai Syariah**

BMT adalah lembaga keuangan yang menerapkan prinsip syariah, yang harus sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadit. Dalam melakukan pemasaran BMT perlu memperhatikan beberapa hal sebagai berikut:

### **1. Meluruskan Niat**

Langkah pertama yang harus dilakukan pengelola BMT sebelumnya memasarkan produknya adalah dengan meluruskan niat. Penting meluruskan niat disini karena ia merupakan sumber inspirasi dan motivasi seseorang melakukan perbuatan. Tanpa niat amal seseorang tidak akan bernilai apa-apa disisi Tuhannya.

Apabila niatnya baik, maka amal perbuatan yang dilakukan juga bernilai baik. Sebaliknya jika niatnya buruk, maka amal perbuatan yang dilakukan juga bernilai buruk. Itulah sebabnya, meluruskan niat merupakan hal terpenting diantara sekian banyak hal penting lainnya sebelum pengelola BMT menentukan jurus-jurus strategi pemasaran produknya. Sebagai ilustrasi dapat dicontohkan seseorang yang pergi ke masjid hendak menunaikan shalat berjamaah dengan niat untuk memperoleh pujian orang lain, maka sebenarnya khusyuknya shalat orang bersangkutan, dihadapan Allah

SWT shalatnya tidak akan berarti apa-apa dan secara otomatis pahalanya dinyatakan gugur. Namun jika orang itu menunaikannya dengan tulus semata-mata karena mengharapkan ridho dan ampunan-Nya, maka yang bersangkutan berhak mendapatkan balasan setimpal di dunia maupun di akhirat.

Pentingnya meluruskan niat tersebut tidak lain terkait dengan esensinya yang menjadi dasar segala tindakan manusia, sehingga meluruskan niat hakikatnya adalah meluruskan arah kebijakan pengelolaan lembaga agar selaras dengan misi yang diembannya. Niat yang lurus tentu akan melahirkan kebijakan-kebijakan positif yang berguna bagi proses pencapaian masalah sebagaimana dikehendaki syariah.

## 2. Memperhatikan Ulama

Hal penting lain yang perlu juga diperhatikan pengelola BMT dalam memasarkan produknya adalah dengan menetapkan jadwal rutin kunjungan silaturahmi kepada para ulama, terutama mereka yang berseberangan pandangan dalam melihat keberadaan BMT. Berilah penjelasan bahwa BMT dikelola dengan baik mengikuti prinsip-prinsip syariah. Yakinkan juga bahwa BMT bekerja untuk kepentingan umat dan pembangunan

ekonomi bangsa yang dihuni ratusan juta penduduk miskin. Sekali-kali ajak pula mereka untuk dapat melihat langsung prakti-praktik pengelolaan dana BMT serta program-program yang sedang dijalankan, serta yang akan direalisasikannya kedepan. Cara demikian diharapkan efektif menumbuhkan keyakinan mereka tentang keberadaan BMT sebagai lembaga mikro keuangan syariah yang patut didukung dan diperjuangkan nasibnya dalam berbagai forum dan kesempatan.

Untuk itu, perlu dipikirkan langkah-langkah strategis yang memungkinkan BMT dapat mengukuhkan jalinan kerjasama tersebut secara lebih konkrit dengan lembaga atau organisasi-organisasi sosial keagamaan yang berada dibawah pengaruh (naungan) ulama, antara lain dengan menawarkan produk-produk simpanan bagi hasil BMT, seperti Simpanan Pelajar untuk orang-orang yang masih bersekolah, Simpanan haji untuk umat islam yang telah berkecukupan, Simpanan Qurban dan lain-lain jenis simpanan yang dapat mengakses kebutuhan umat.

### 3. Memperluas jaringan Kerjasama

Langkah berikutnya yang harus dilalui pengelola dalam memasarkan produknya adalah dengan memperluas jaringan kerjasama saling menguntungkan

(simbiosis mutualisa) dengan berbagai pihak, sepanjang tidak mengingkari prinsip-prinsip syariah yang sejak awal ditetapkan sebagai landasan utama usaha BMT. Kerjasama ini dimungkinkan sebagai upaya strategi meningkatkan efektifitas dan efisiensi pemasaran lembaga di masa datang. Dengan semakin banyak pihak yang dirangkul, maka semakin banyak pula peluang untuk memacu percepatan pengembangan lembaga, dan ini berarti target-target pemasaran akan semakin mudah dicapai.<sup>3</sup>

#### 4. Jemput Bola

Sebagai lembaga yang belum lama lahir, BMT membutuhkan promosi dan sosialisasi secara lebih optimal di masyarakat. Keaktifan pengelolaan dalam memasarkan produknya dengan demikian merupakan komponen terpenting diantara komponen-komponen penting lainnya yang akan menentukan tingkat keberhasilan lembaga. Salah satu cara efektif yang dapat dilakukan untuk mencapai target-target pemasaran produk BMT di awal operasional adalah dengan melakukan pendekatan “jemput bola”, pendekatan mana

---

<sup>3</sup> Makhalul Ilmu SM, *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2002, HLM.58-61



dilakukan dengan cara petugas langsung mendatangi calon nasabah dirumah atau ditempat-tempat mereka berusaha. Pendekatan demikian merupakan langkah awal yang akan memungkinkan petugas leluasa memberikan penjelasan mengenai penjelasan-penjelasan mengenai konsep keuangan syariah serta sistem prosedur yang berlaku dengan operasional BMT, sehingga tidak memiliki cukup waktu untuk dapat berkunjung langsung ke BMT.

Dari prespektif syariah, jemput bola dapat pula dipahami sebagai upaya BMT mengembangkan tradisi silaturahmi yang menurut keterangan Nabi Muhammad SWA dapat menambah rezeki, memanjangkan umur serta menjauhkan manusia dendam dan kebencian. Dari sini kemudian terbitlah persaudaraan yang baik antara muslim satu dengan muslim lainnya. Jika keadaan ini benar-benar terwujud, BMT akan lebih cepat dikenal dan diakui masyarakat muslim secara luas. Kendati demikian, pendekatan jemput bola oleh pengelola BMT tidak perlu dilakukan secara berlebihan karena dapat bersifat counter produktif serta mengurangi tingkat efisiensi lembaga dalam menjalankan usaha, apalagi bila keadaan sudah sedemikian maju tingkat kesibukan yang semakin

kompleks. Pendekatan jemput bola dapat saja dipertahankan namun harus secara profesional dan dengan perhitungan-perhitungan yang wajar. Satu kalimat sederhana yang mesti diperhatikan adalah, jangan sampai muncul kesan di masyarakat bahwa BMT itu miskin sehingga setiap hari mondar-mandir mencari dana di masyarakat.

5. Tidak Terlalu Beresiko

Mengelola dana masyarakat adalah pekerjaan berat yang membutuhkan kreatifitas dan kecermatan, serta ketelitian luar biasa dalam melakukan segala perhitungan, karena sedikit saja kekeliruan dilakukan, akibatnya bisa fatal bagi sebuah lembaga keuangan tidak terkecuali BMT. Untuk itu perlu dipikirkan dengan baik agar semua dana yang dipercaya masyarakat mampu mendatangkan keuntungan yang wajar, dan bila kemudian dana tersebut ditarik kembali oleh pemiliknya bank dapat memenuhinya tanpa mengulur-ulur waktu.

6. Memiliki Nilai Jual yang Tinggi

Maksudnya adalah bahwa produk penghimpun dana yang ditawarkan benar-benar menjawab kebutuhan konkrit masyarakat kelas menengah ke bawah. Ukuran ini didasarkan pada kenyataan bahwa bangsa kita dihuni

oleh mayoritas penduduk muslim dan sebagian besar dari mereka terdiri dari kelompok defisit-units. Sementara dalam dunia perbankan dikenal asumsi, bila dana pihak ketiga (tabungan dan deposito) dalam jumlah tertentu pada neraca bank dimiliki oleh banyak nasabah, maka bank tersebut keadaannya akan lebih baik dibandingkan bila dana tersebut dalam jumlah yang sama dimiliki oleh sedikit saja nasabah.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Ibid, Hlm.63



# **BAB III**

## **GAMBARAN UMUM BMT AL-HIKMAH**

### **UNGARAN**

#### **A. Sejarah Perusahaan**

BMT Al-Hikmah adalah sebuah lembaga ekonomi swadaya masyarakat yang tumbuh dan berkembang di wilayah kecamatan Ungaran. Lahirnya BMT Al-Hikmah ini diawali adanya pertemuan tokoh masyarakat Babadan dan sekitarnya pada tanggal 24 September 1998 di Masjid Wahyu Langensari, melalui rapat yang dihadiri 30 orang yang siap menjadi anggota pendiri. Tujuan BMT Al-Hikmah ini untuk menciptakan sebuah lembaga perekonomian masyarakat sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas social kehidupan ekonomi umat islam, dengan sasaran utama para pedagang dan pengusaha kecil serta masyarakat umum lapis bawah di kecamatan ungaran.

Salah satu unit usahaya ialah unit simpan dengan menggunakan system bagi hasil. Adapun target yang hendak dicapai adalah terbentuknya pusat perekonomian umat melalui kegiatan usaha mencapai kesejahteraan hidup umat. Meniti keberangkatannya, BMT Al-Hikmah

mulai beroperasi di komplek pasar Babadan blok B-26, pada tanggal 15 Oktober 1998 dengan modal awal Rp. 15.000.000,00. Modal awal tersebut berasal dari simpanan yang disetorkan para anggota berupa simpanan pokok, simpanan khusus, dan simpanan wajib.

Pengelolaan BMT Al\_Hikmah dipercara kepada empat orang pengelola yang telah mendapatkan pelatihan melalui proyek penanggulangan pekerja terampil di asrama haji Donohudon,Solo.

Dalam perkembangannya, BMT Al-Hikmah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Selama 19 tahun berdiri, anggota yang menanamkan modal pun meningkat yang diikuti dengan meningkatnya jumlah nominal simpanan yang harus disetorkan. Untuk pembiayaan yang disalurkan juga mengalami peningkatan asset dan tentunya meningkatkan jumlah nominal simpanan yang harus disetorkan. Untuk pembiayaan yang disalurkan juga mengalami peningkatan asset dan tentunya meningkatkan pula rugi laba setiap bulannya.

Kemajuan dan perkembangan Koperasi BMT Al-Hikmah yang berdiri dengan latar belakang jenis usaha, asal daerah yang berbeda, pendidikan dan status sosial yang berbeda menunjukkan kepercayaan masyarakat yang

cukup besar terhadap keberadaan BMT Al-Hikmah Babadan. Kemajuan ini tentunya tidak lepas dari peran dan kerjasama [para pegawai BMT Al-Hikmah. Saat ini BMT Al-Hikmah menempati kantor di Jl. Jend.Sudirman No.12 Mijen Gedanganak Ungaran Timur Kab.Semarang, pimpinan oleh 1 kepala pimpinan dan memiliki pegawai sebanyak 13 orang. Bmt Al-Hikmah memiliki 5 kantor cabang, yakni kantor cabang yang berada di komplek pasar Babadan Blok E 23-25, dengan jumlah pegawai sebanyak 5 orang. Kantor cabang kedua berada di kompleks terminal pasar Karang jati No.11 Kecamatan Bregas, dengan jumlah pegawai sebanyak 4 orang. Kantor cabang ketiga di Jl. Temoyo No.07 Bandungan dengan jumlah pegawai sebanyak 4 orang. Kantor cabang keempat berada di Jl. Tegalpanas-Jimbaran Dusun Secang 01/01, Samban Bawen dengan jumlah pegawai sebanyak 3 orang. Kantor cabang kelima berada di Kampung Ngabean RT 01 RW 04 Gunungpati dengan jumlah pegawai sebanyak 3 orang.

## **B. Visi dan Misi**

### **Visi :**

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

### **Misi :**

1. Meminimalkan NPL (Non Personal Loan)
2. Memperbaiki struktur permodalan
3. Meningkatkan penghimpunan dana anggota dan calon anggota
4. Meningkatkan pendapatan koperasi
5. Menciptakan SDM yang handal dan kompeten
6. Meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap koperasi BMT
7. Merupakan pengelolaan koperasi secara profesional

## **C. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas**

### **1. Pengurus**

Ketua : H.Muhari,S.Ag,MM

Sekretaris : Awing Fraptiyo,SE

Bendahara : Asroti,S.Pd.I



## **2. Pengawas**

Pengawas : Gatot Indratmoko,SE  
Anggota : Drs.H.Abu Hanafi  
Ichsan Maarif,ST

## **3. Dewan Pengawas Syariah**

Ketua : Drs.Toni Irianto  
Anggota : Dr.H.Muh. Saerozi,M.Ag  
Abdurrohlim

### Cabang Babadan

1. Nurul Huda Amrullah : Manajer
2. Zilikhan Yahya : Marketing
3. Nurjanah : Customer Service
4. Salamti Nurul Ariyani : Teller

### Cabang Mijen/ Pusat

1. Mudhofar
2. Sayfur Rochman
3. Saefudin
4. Nur Khasan
5. Heni Fajar Rukiyanti,S.Pd
6. Dian Irfani,A.Md

### Cabang Gunung Pati

1. Eko Susilo,SE
2. Kharsi Muhandis,A.Md
3. Abdul Chamid

Cabang Karangjati

1. Mujana
2. Ahwat Adi Wibowo
3. Fahrul Satiana,SE
4. Putri Pertiwi

Cabang Bawen

1. Supardriyo,A.Md
2. Adi Tiya
3. Sefi Aprillia

Cabang Bandungan

1. Sualmin
2. Masyudi,A.Md
3. Yuni Fatmawati,Se
4. Yonanda

1. Dewan Syariah

Tugas :

- a. Mereview peraturan *Corporate* yang berlaku
- b. Mereview semua produk dan jasa BMT Al-Hikmah  
Mereview masalah perilaku manajemen

- c. Menilai kebijakan akuntansi dan penerapannya
- d. Meneliti laporan keuangan

Wewenang :

- a. Memberikan solusi dan diajukan kepada pengurus sebagai saran dan masukkan kepada pengelola dan sasaran manajemen
- b. Merekomendasikan akuntan publik pada pengurus
- c. Merumuskan konsep Good Corporate Givermance untuk BMT Al-Hikmah
- d. Terlindunginya kepentingan pemegang saham dari praktek rekayasa dan transaksi yang bertentangan dengan ketentuan yang berlaku.

## 2. Pengawas

Tugas :

- a. Memeriksa sistem pengendalian internal
- b. Memeriksa kelemahan sistem dan kesehatan cabang.

Wewenang :

- a. Mengadakan pemeriksaan secara terjadwal ataupun secara mendadak
- b. Menyusun laporan kepada manajemen internal audit tentang temuan-temuan uji kepatutan kesesuaian yang dijumpai dilapangan pada setiap cabang

- c. Mengusulkan penyempurnaan SOS dan SPI kepada internal audit.

### 3. Manajer

Tugas :

- a. Menyusun rencana strategi yang mencakup pandangan pihak eksklusif, prediksi tentang kondisi lingkungan, perkiraan posisiperusahaan dalam persaingan.
- b. Mengusulkan rencana strategi kepada pengurus untuk disahkan dalam RAT ataupun di luar RAT
- c. Mengusulkan rancangan anggaran dan rencana kerja dari Baitul tamwil, Baitul Maal, Quantum Quality, dan SBU lainnya kepada pengurus yang nantinya disahkan kepada RAT.

Wewenang :

- a. mendelegasikan kepada Manjer Operasiona yang ditunjuk untuk menandatangani dokumen-dokumen.
- b. Mengusulkan tentang pengangkatan mutasi, demosi dan menghentikan karyawan BMT Al-Hikmah kepada pengurus dengan memasukkan dari Manajemen Operasional
- c. Menyetujui pembiayaan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

- d. Atas persetujuan pengurus menandatangani cek, nota, kesepahaman perjanjian kerjasama dan dokumen lainnya serta menyetujui pengeluaran biaya-biaya tak erduga dari anggaran yang sudah diputuskan.

#### 4. Custemer Service

Tugas :

- a. Melayani terhadap pembukuan dan penutupan rekening tabungan dan deposito serta mutasi.
- b. Pengarsipan tabungan dan deposito
- c. Penghitungan bagi hasil dan pembukuannya.

#### 5. Teller

Tugas :

- a. Memberikan pelayanan kepada anggota baik penarikan maupun penyeteroran
- b. Menghitung keadaan kauangan transaksi setiap hari
- c. Mengatur dan menyiapkan pengeluaran uang tunai yang telah disetujui oleh Manajemen Cabang
- d. Menandatangani formulir serta slip dari anggota serta dokumen aslinya
- e. Melaporkan hasil transaksi dalam setiap harinya
- f. Menyimpan saldo minimum sesuai ketentuan Manajer Lapangan.

## 6. Marketing

Tugas :

- a. Menjalankan tugas lapangan yaitu menawarkan produk-produk BMT Al-Hikmah Ungaran
- b. Membuat daftar kunjungan kerja harian dalam sepekan mendatang pada akhir pekan berjalan
- c. Membuat laporan harian pemasaran individual untuk funding, leanding dan konfirmasi manajer cabang.

## D. Ruang Lingkup Usaha

Sistem yang digunakan oleh KSPPA BMT Al-Hikmah baik dalam produk simpanan atau pembiayaan adalah dengan sistem syariah (bagi hasil). Produk-produk KSPPS BMT Al-Hikmah terbagi atas produk pembiayaan dana dan produk penyaluran dana kepada para anggota.

### 1. Produk penghimpun Dana (Simpanan)

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

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

Simpanan Sukarela Lancar merupakan simpanan anggota masyarakat yang didasarkan akad *wadi'ah yaddhamanah*. Atas seizin penitip dana yang

disimpan pada rekening SIRELA dapat dimanfaatkan oleh KJKS BMT Al-Hikmah. Penarikan maupun penyetoran dari produk ini dapat dilakukan oleh pemegang rekening setiap saat:

a). Fitur :

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

b). Syarat :

1. Mengisi aplikasi pendaftaran anggota BMT
2. Mengisi aplikasi pembukaan rekening SIRELA
3. Menyerahkan fotocopy KTP/SIM yang masih berlaku

4. Bagi anggota baru wajib membayar simpanan pokok sebesar Rp. 25.000 dan simpanan wajib Rp. 10.000

b. Simpanan Pelajar (SIMPEL)

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

a). Fitur :

1. Diperuntukkan bagi pelajar dan mahasiswa
2. syarat pembukaan simpanan yang sangat ringan
3. Bebas biaya administrasi bulanan
4. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah (titipan)
5. Memperoleh bagi hasil simpanan yang akan ditambahkan secara otomatis setiap bulan
6. pembukaa rekening minimum Rp. 10.000
7. Setoran selanjutnya minimum Rp. 10.000
8. Saldo minimum yang harus dipelihara Rp. 10.000



9. Dapat mengajukan beasiswa bagi pelajar atau mahasiswa yang berprestasi

b). Syarat :

1. Mengisi aplikasi pendaftaran anggota BMT
2. Mengisi aplikasi pembukaan rekening SIMPEL
3. Menyerahkan fotocopy Kartu Pelajar/Kartu Mahasiswa
4. Bagi anggota baru wajib membayar simpanan pokok Rp. 25.000

c. Simpanan Sukarela Qurban (SISUQUR)

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

a). Fitur :

1. Diperuntukkan bagi anggota perorangan
2. Syarat pembukaan simpanan yang sangat ringat

3. Bebas biaya administrasi bulanan berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah
4. memperoleh bagi hasil simpanan yang akan ditambahkan secara otomatis setiap bulan
5. pembukaan rekening minimum Rp. 25.000
6. 6. Setoran selanjutnya minimal Rp. 10.000
7. Saldo minimum yang harus dipelihara Rp. 10.000
8. Hanya dapat diambil pada saat akan melaksanakan ibadah Qurban / Aqiqah

b). Syarat :

1. Mengisi aplikasi pendaftaran anggota BMT
2. Mengisi aplikasi pembukaan rekening SISUQUR
3. Menyerahkan fotocopy KTP/SIM yang masih berlaku
4. bagi anggota baru wajib membayar simpanan pokok sebesar Rp. 25.000

d. Simpanan Haji (SIHAJI)

Simpanan ibadah haji merupakan inovasi baru dari BMT Al-Hikmah yang dikhususkan bagi anda masyarakat muslim yang berencana menunaikan ibadah Haji.

## a). Fitur :

1. Diperuntukkan bagi anggota perorangan usia 18 tahun keatas
2. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah
3. Tersedia fasilitas Dana Talangan Haji hingga senilai Rp. 22.500.000
4. Bebas biaya administrasi bulanan
5. pembukaan rekening awal Rp. 50.000
6. Setoran berikutnya minimal Rp. 50.000
7. Biaya penutupan sebelum penyetoran porsi Haji Rp. 10.000
8. Gratis biaya penutupan rekening (jika setelah penyetoran porsi Haji)
9. Memperoleh Bagi hasil Simpanan yang akan diakumulasikan sebagai tambahan pembayaran biaya Ibadah haji
10. Penarikan simpanan dapat dilakukan setelah jangka waktu yang telah disepakati atau anggota sudah siap untuk melaksanakan Ibadah Haji.

e. Simpanan Sukarela Berjangka (SISUKA)

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

a). Fitur :

1. Diperuntukkan bagi anggota perorangan atau lembaga
2. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah muthlaqah (bagi hasil)
3. Pilihan jangka waktu fleksibel 6, 12, dan 24 bulan
4. Tidak dikenakan biaya administrasi
5. Bagi hasil yang optimal dengan nisbah yang kompetitif
6. Bagi hasil langsung menambahkan saldo simpanan harian
7. jangka waktu dapat diperpanjang otomatis (automatic roll over)
8. Setoran minimal Rp. 500.000
9. Dapat souvenir menarik untuk simpanan dengan jangka waktu 12 dan 24 bulan

10. Dapat dijadikan pembiayaan di BMT Al-Hikmah<sup>1</sup>

f. Simpanan Wajib Berhadiah (SIWADIAH)

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

a). Syarat :

1. Menyetor simpanan si wadiah sebesar Rp. 200.000/bulan
2. Setiap anggota diperbolehkan untuk mendaftar lebih dari satu kesempatan
3. jangka waktu penyetoran simpanan selama 24 bulan
4. pengundian hadiah dilaksanakan dalam 3 tahap pada periode 08,16,dan 24
5. Setiap anggota dipastikan mendapat hadiah sesuai dengan undian
6. Setiap anggota berhak mendapatkan fee/ujrah/bonus pada akhir periode simpanan.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Brosur Layanan Simpanan BMT Al-Hikmah Ungaran

<sup>2</sup>Brosur Produk SIWADIAH BMT Al-Hikmah Ungaran

## 2. Produk pembiayaan

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

- a. Prinsip Jual Beli Murabahah
- b. Prinsip Jual Ijarah
- c. Prinsip Mudharabah

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

### 1. Jenis-Jenis pembiayaan :

- a. Pembiayaan Multi Barang dengan Prinsip Jual Beli Murabahah

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

pembiayaan diperuntukkan bagi anggota yang menginginkan memiliki barang atau peralatan usaha guna mendukung kegiatan usaha anggota BMT Al-Hikmah siap membantu mewujudkan keinginan anda untuk memiliki barang impian tersebut dengan proses mudah cepat dan harga terjangkau. Keunggulan pembiayaan pemilikan sepeda motor di BMT al-Hilmah diantaranya :

- 1) Melayani semua jenis sepeda motor pabrikan Jepang (HONDA, YAMAHA, SUZUKI, KAWASAKI)
- 2) Persyaratan mudah dengan proses cepat
- 3) Uang muka minimal 30% dari harga kendaraan yang diinginkan
- 4) Bagi hasil kompetitif sesuai dengan kesepakatan
- 5) Bagi hasil diperhitungkan dari harga pokok dikurangi dengan uang muka yang disetorkan
- 6) Total angsuran lebih ringan dibandingkan dengan Dealer/Leasing
- 7) Jangka waktu maksimal sampai dengan 3 tahun

8) Apabila menyelesaikan sebelum jangka waktu akan memperoleh potongan dan tidak akan dikenakan pinaliti.

9) Fasilitas asuransi TLO (optimal)

a. Pembiayaan Multi jasa dengan Prinsip Ijarah

Disebut akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa/ upah tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan itu sendiri. Fasilitas pembiayaan diperuntukkan bagi anggota yang terkendala dalam membayar biaya pendidikan, biaya sewa rumah, biaya perjalanan dan biaya lain yang diperlukan. BMT Al-Hikmah siap membantu membayarkan kebutuhan anda tersebut dan anggota membalikkan pembiayaan dan jasanya secara angsuran atau sesuai tempo kesepakatan.

a. Syarat :

- 1) Bersedia menjadi anggota BMT Al-Hikmah
- 2) Memiliki usaha dan atau penghasilan tetap
- 3) Mengisi aplikasi pengajuan pembiayaan yang telah disediakan
- 4) Bersedia di survey apabila pihak BMT memerlukan



- 5) Melengkapi administrasi
    - a). Foto copy KTP suami istri
    - b). Foto copy Kartu Keluarga (KK)
    - c). Foto copy Surat Nikah
  - 6). Melampirkan jaminan asli dan foto copy BPKB Kendaraan Sertifikat tanah atau Surat Kios/Los Pasar
- b. Pembiayaan Multi jasa (Kerjasama Mudharabah/Musyarakah)

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

- a. Syarat :
  - 1). Bersedia menjadi anggota BMT Al-Hikmah
  - 2). Memiliki usaha produktif dan berprospektif
  - 3).Bersedia di survey dilokasi usaha yang diajukan
  - 4). Mengisi aplikasi pengajuan pembiayaan yang telah disediakan

5). Melengkapi persyaratan :

- a). Foto copy KTP Suami Istri
- b). Foto copy Kartu Keluarga (KK)
- c). Foto copy Surat Nikah
- d). Melampirkan jaminan asli dan foto copynya BPKB Kendaraan Sertifikat Tanah atau Surat Kios/ Los Pasar.<sup>3</sup>

### 3. Produk jasa

#### a. SIGADAI “Cara berkah mengatasi masalah”

Layanan jasa yang diperuntukkan bagi anggota yang menginginkan bantuan jasa dari pihak BMT dalam memenuhi kebutuhan anggota. Layanan gadai barang seperti perhiasan, handphone, elektronik, kendaraan bermotor, laptop, alat-alat rumah tangga.

Keunggulan :

- 1) Mudah cukup membawa barang yang akan digadai dengan bukti kepemilikan dan identitas diri
- 2) Uang cair kurang dari 30 menit
- 3) Aman memberikan jaminan keamanan terhadap barang yang dititipkan
- 4) Berkah dikelola dengan system syariah yang berlandaskan atas dasar prinsip tolong menolong.

---

<sup>3</sup>Brosur Layanan Pembiayaan BMT Al-Hikmah Ungaran

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Sistem Operasional Produk SIWADIAH (Simpanan Wajib Berhadiah) di BMT Al-Hikmah Ungaran.**

Sistem operasional lembaga keuangan syariah sebenarnya tentang bagaimana kinerja dan operasionalisasi suatu produk dengan prinsip syariah yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadits. Pada BMT Al-Hikmah Ungaran memperhatikan larangan yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Hadit yaitu yang menyangkut tentang adanya riba. Dalam menjalankan operasionalnya tidak menggunakan sistem bunga dalam menentukan sistem imbalan atas dana yang digunakannya tau dititipkan oleh suatu pihak. Produk SIWADIAH (Simpanan Wajib Berhadiah) merupakan realisasi dari penghimpunan dana yang dilakukan oleh BMT Al-Hikmah Ungaran untuk menyalurkan dana kepada masyarakat melalui pembiayaan. Untuk mengetahui lebih lanjut bagaimana sistem operasional produ SIWADIAH (Simpanan Wajib Berhadiah) di BMT Al-Hikmah Ungaran akan dijelaskan sebagai berikut:

## 1. Sistem Operasional Penghimpunan Dana SIWADIAH

Simpanan Wajib Berhadiah (SIWADIAH) adalah salah satu produk pembiayaan yang dikleurkan oleh BMT Al-Hikmah Ungaran. Merupakan produk yang menggunakan akad Wadiah (Titipan) khususnya *Wadi'ah Yad Dhamanah* yang dalam istilahnya adalah barang titipan boleh digunakan oleh penerima titipan dalam hal ini adaah pihak BMT Al-Hikmah Ungaran. Penyetoran simpanan dilakukan setiap bulan dan pengambilannya sesuai kesepakatan yang telah disetujui antara dipenitip dan sipenerima (tidak dapat diambil sewaktu-waktu). Dan yang dihimpun akan dikelola oleh pihak BMT melalui berbagai bentuk pembiayaan kepada jenis usaha prospektif kepada usaha kecil menengah. Produk SIWADIAH ini dibuat berkelompok, setiap kelompoknya terdiri dari 100 orang tiap periodenya. Setiap anggota yang mengikuti program ini berhak mendapatkan hadiah menarik dan bisa berkesempatan mendapatkan *Grand Prize* Sepeda Motor.

Produk SIWADIAH itu sendiri adalah simpanan wajib berhadiah yang merupakan produk penghimpunan dana dan simpanan dengan menggunakan akan wadiah (titipan). Produk ini dikeluarkan oleh pihak BMT Al-

Hikmah sejak 2 Januari 2014. Penyetoran dilakukan setiap bulan dan pengambilannya pada saat yang telah ditentukan, dan selama itu dana akan diinvestasikan secara produktif pada produk pembiayaan kepada berbagai jenis usaha produktif kepada usaha kecil menengah.

Untuk pelayanannya pihak BMT melakukan 2 bentuk cara, yang pertama anggota atau calon anggota datang sendiri ke kantor BMT Al-Hikmah undangan untuk mendaftarkan diri, dan untuk yang kedua melalui staf marketing yang menawarkan pada anggota atau calon anggota, hal ini akan memudahkan anggotanya. Kebanyakan cara yang digunakan oleh BMT Al-Hikmah adalah cara yang kedua atau melalui staf marketing, biasanya marketing menawarkannya pada anggota yang sudah menggunakan produk SIRELA, jadi memudahkan marketing untuk mendapatkan anggota.

## **2. Sistem Operasional Penyaluran Dana SIWADIAH**

Penyaluran dana pada lembaga keuangan syariah akan terlibat berbagai jenis perdagangan syariah. Dan untuk penyaluran dana SIWADIAH yang menggunakan akan wadiah (titipan), dimana titipan tersebut harus dikembalikan pada sipemilih dana setiap saat jika pemilik

dana menghendaki, atau dikembalikan sesuai dengan kesepakatan yang sudah diperjanjikan diawal. Keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana menjadi hak milik atau ditanggung pihak BMT, sedangkan pemilik dana tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian. Pihak BMT memberikan bonus kepada pemilih dana sebagai suatu insentif untuk menarik dana masyarakat dan tidak boleh diperjanjikan diawal. Kehadiran produk SIWADIAH di BMT Al-Hikmah ini diharapkan memberikan inovasi baru yang berkualitas sehingga mampu bersaing dengan produk lembaga keuangan lainnya. Produk SIWADIAH diharapkan dapat menarik minat calon anggota untuk menabung di BMT Al-hikmah Ungaran, karena dalam produk ini memberikan hadiah pada setiap anggota yang menabung dan juga ada *Grand Prize* untuk anggota yang beruntung pada setiap pengundian diakhir periode.

### **3. Sistem Operasional Jasa Layanan Produk SIWADIAH**

- a. Anggota setiap bulan diwajibkan menyetor simpanan SIWADIAH sebesar Rp.200.000,-
- b. Dipastikan setiap anggota mendapatkan hadiah yang disediakan sejumlah 101 unit.

- c. Setiap anggota akan mendapatkan hadiah sesuai undian, hadiah yang disediakan terdiri dari:

Tabel 1.1 Daftar hadiah

BMT Al-Hikmah Ungaran

No.	Jumlah	Nama Hadiah	Harga	Jumlah Harga
1	1	Sepeda Motor	13.850.000	13.850.000
2	1	Mesin Cuci	1.200.000	1.200.000
3	1	Lemari es	800.000	800.000
4	1	Handphone	600.000	600.000
5	3	Si Rela	500.000	1.500.000
6	6	Kipas Angin	200.000	1.200.000
7	6	Kompor Gas Tungku 2	150.000	900.000
8	9	Blender	50.000	1.350.000
9	9	Sprei Cantik	80.000	720.000

10	21	Lampu Emergency	50.000	1.050.000
11	43	Bingkisan Menarik	40.000	1.720.000
Jumlah	101			24.890.000

- d. Hadiah yang disediakan sewaktu-waktu akan bisa berubah sesuai dengan kebijakan pihak BMT.
- e. Setiap anggota berhak berebutkan *Grand Prize* yaitu 1 Unit sepeda motor yang akan diundi diakhir periode.
- f. Selain hadiah-hadiah yang sudah pasti akan didapatkan oleh setiap anggota, pihak BMT juga memberikan bonus/bagi hasil di setiap akhir periode.
- g. Dapat dilakukan auto debet dari dana simpanan harian yang dimiliki oleh anggota BMT.
- h. Hadiah yang diterima tanpa dikenakan pajak untuk anggota.

#### **4. Sistem Operasional Penerapan Akad Wadiah pada Produk SIWADIAH**

Wadi'ah adalah titipan yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat nasabah yang bersangkutan menghendaki. BMT bertanggung jawab atas



pengembalian titipan tersebut. Pada produk SIWADIAH khususnya menerapkan akad *wadi'ah yad dhamanah*, dimana *Wadi'ah Yad Dhamana* yaitu penerima titipan (BMT) dapat memanfaatkan barang titipan tersebut dengan seizin pemiliknya untuk dikelola supaya mendapatkan keuntungan dari barang atau yang dikelola tersebut, dan menjamin untuk mengembalikan titipan tersebut secara utuh setiap saat kala pemilik menghendaki.

Dalam penyerahan dana wadi'ah ini, atas seizin BMT dapat mengelola titipan dalam tujuan komersial, sehingga bila kemudian memperoleh keuntungan, BMT akan dapat memberikan bonus yang besarnya tidak boleh diperjanjikan diawal dengan dikalkulasi angka-angka rupiah atau prosentase atas nilai pokok dana wadi'ah.

## **5. Mekanisme Produk SIWADIAH**

Dalam produk SIWADIAH di BMT Al-Hikmah Ungaran menggunakan akad *wadi'ah yad dhamanah*, dimana barang ditiptkan boleh digunakan untuk dikelola supaya mendapatkan keuntungan dari barang atau harta yang dikelola tersebut. Maka, apabila dalam pengelolaan barang tersebut mendapatkan keuntungan bisa dibagikan kepada sipemilik harta yang menitipkan hartanya di BMT

Al-Hikmah khususnya pada produk SIWADIAH yaitu dalam bentuk bonus. Dengan itu BMT mewujudkannya dalam bentuk hadiah. Yang harus diperhatikan adalah perjanjian pada pembukaan SIWADIAH, yaitu BMT sudah menjanjikan tentang kepastian mendapatkan hadiah. Hal ini tidak dibenarkan menurut akad *wadi'ah yad dhamanah*. Karena pembuatan kalkulasi dan pengukuran hadiah itu sebenarnya tidak boleh, yang dibenarkan dalam hal ini adalah pihak BMT tidak menjanjikan secara pasti mereka akan mendapatkan hadiah apa diakhir periode, karena hadiah itu bersifat undian.

#### 1) Syarat dan Ketentuan Produk SIWADIAH

- a. Satu kelompok terdiri dari 100 orang
- b. Penyetoran simpanan sebesar Rp.200.000,-/bulan
- c. Setiap anggota diperbolehkan untuk mendaftar lebih dari satu kesempatan.
- d. Jangka waktu penyetoran simpanan selama 24 bulan
- e. Setiap anggota dipastikan mendapatkan hadiah sesuai dengan undian
- f. Setiap anggota berhak mendapatkan *fee*/ujrah/bonus pada akhir periode simpanan.
- g. Penyetoran simpanan dilakukan setiap bulan mulai tanggal 1 s.d 10

- h. Simpanan dapat diambil kembali oleh peserta, setelah periode pelaksanaan program SIWADIAH yang bersangkutan berakhir
- i. Pengambilan saldo simpanan program ini setelah tanggal 10 pada bulan ke-25
- j. Pengertian telat dalam program ini adalah:

**Telat tanggal** yaitu penyetoran diatas tanggal 10 perbulan

**Telat bulan** yaitu penyetoran tidak dilakukan pada bulan bersangkutan melainkan bulan berikutnya.

Tabel 2.2

Contoh Telat tanggal

Tanggal setoran : Tgl 1 s.d 10 Januari

Telat Tanggal : Tgl 11 s.d 31 Januari

Telat Bulan : Tgl 1 Februari s.d.t

- k. Jika peserta telat dalam pembayaran setoran simpanan maka:  
**Telat Tanggal** lebih dari 3 kali maka tidak berkesempatan mengikuti undian hadiah

**Telat Bulan** sampai 3 kali, baik itu berturut-turut maupun tidak, selain tidak diikutkan undian makan kepesertaannya juga akan dicoret.

1. Setiap peserta yang sudah terdaftar tidak boleh mengundurkan diri dari keanggotaan sampai jatuh tempo yaitu bulan ke-24.

## 2) Ketentuan Undian Berhadiah

- a. Anggota yang berhak mengikuti undian adalah yang memiliki jumlah simpanan sesuai dengan periode simpanan dan tidak memiliki keterlambatan pembayaran.
- b. Setiap anggota berhak mendapatkan hadiah yang diundi setiap periode/ 24 bulan sekali.
- c. Yang berhak mengambil hadiah dan saldo simpanan adalah nama peserta yang tertera di daftar anggota SIWADIAH sesuai dengan identitas diri atau diwakilkan dengan membawa surat kuasa
- d. Dalam hal transaksi pengambilan saldo simpanan dan pengambilan hadiah maka menyertakan kartu SIWADIAH yang diterbitkan oleh BMT dengan dibubuhi tandatangan lembaga.

- e. Pengambilan hadiah disertai dengan penandatanganan serah terima hadiah dengan menunjukkan identitas asli yang masih berlaku.
- f. Batas komplek hadiah adalah maksimal 3 hari sejak diterimanya hadiah
- g. Jika dikemudian peraturan ini perlu ditinjau kembali, maka keputusan sepenuhnya ada dipihak lembaga BMT dengan memberitahukan kepada para anggota
- h. Hal-hal yang perlu tercantum dalam ketentuan ini akan diatur kemudian apabila dianggap perlu.

## **B. Strategi Pemasaran Produk SIWADIAH di BMT Al-Hikmah Ungaran**

### **A. Penerapan *Marketing Mix* Terhadap Pemasaran Produk SIWADIAH**

Pada bab ini akan dibahas strategi pemasaran yang digunakan untuk produk SIWADIAH di BMT Al-Hikmah Ungaran. Strategi pemasaran merupakan kegiatan yang diterapkan oleh Manajer agar tujuan perusahaan atau lembaga keuangan tercapai.

Strategi yang digunakan oleh BMT Al-Hikmah Ungaran adalah strategi yang digunakan bertujuan untuk

meningkatkan volume penjualan sebanyak mungkin dengan memperhatikan kepuasan anggota. Dalam hal ini yang berkaitan dengan strategi yang diterapkan adalah strategi *marketing mix*. Dimana didalam strategi *marketing mix* terdapat empat variabel kegiatan yaitu *Product, Price, Promotion* dan *Place*.

#### 1. Produk (Product)

Banyak inovasi produk yang dikembangkan lembaga keuangan pada saat ini untuk menarik minat para calon anggotanya. Sudah banyak berbagai produk dari berbagai lembaga keuangan yang terus dikembangkan agar menjadi produk unggulan yang berkualitas dan juga menguntungkan anggotanya. Dari pihak BMT Al-Hikmah untuk menarik minat anggotanya melakukan beberapa hal dengan mempertimbangkan faktor-faktor sebagai berikut:

- a. Produk mudah diingat dan dimengerti oleh calon nasabah. Seperti produk SIWADIAH yang sebenarnya singkatan dari Simpanan Wajib Berhadiah. Produk ini akan mudah diingat karena berkaitan dengan hadiah yang pasti akan berbekas di benak calon nasabahnya.

- b. Dalam menentukan produk BMT Al-Hikmah akan membuat produk diperkirakan akan banyak menarik minat anggota untuk menggunakan produk tersebut. Karena produk SIWADIAH tersebut bukan hanya membuat tabungan untuk anggotanya tapi juga menjanjikan hadiah yang akan didapatkan oleh setiap anggotanya.
- c. Memiliki arti (dalam arti positif), BMT Al-Hikmah Ungaran menciptakan merk produk memiliki arti yang bermanfaat bagi anggotanya. Dan produknya dijalankan dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah dan tentu bebas dari usur riba sehingga memberikan ketenangan batin para anggotanya. Pada produk SIWADIAH tidak terdapat riba karena menggunakan akad *wadiah yad dhamanah*, dimana barang yang dititipkan akan dikelola oleh pihak BMT dan apabila pengelolaan tersebut mendapatkan keuntungan dari barang yang dititipkan baru pihak BMT memberikan bonus kepada sopenitip barang.

Produk SIWADIAH termasuk produk yang mempertimbangan faktor-faktor tersebut untuk membuat anggotanya nyaman dan percaya pada

produk SIWADIAH. Dan akan terus mengikuti setiap periodenya, semakin banyak anggota yang didapatkan akan semakin unggul kualitas barang hadiah yang akan diundi di akhir periode.

## 2. Harga (Price)

Strategi penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dan mempengaruhi citra produk, serta keputusan konsumen untuk menggunakan produk tersebut. Penentu harga jual terhubung dengan pendapatan dan turut mempengaruhi penawaran atau saluran pemasaran. Akan tetapi hal terpenting adalah keputusan dalam penentuan harga harus konsisten dengan strategi pemasaran secara keseluruhan.

Dalam produk SIWADIAH (Simpanan Wajib Berhadiah) harga yang ditawarkan untuk pendaftaran awal sebesar Rp.20.000,- . Dan untuk biasa penyeteroran setiap bulanyasebesar Rp.200.000,-. Dengan begitu anggota seperti menabung setiap bulan selama 24 bulan. Di bulan ke 25 anggota dapat mengambil simpanannya secara utuh dan juga akan mendapatkan hadiah undian. Bagi anggota yang beruntung dari 100 orang akan mendapatkan *Grand Prize* sepeda motor.



### 3. Promosi (*Promotion*)

Inovasi adalah salah satu cara yang digunakan BMT Al-Hikmah dalam melakukan penghimpunan dana dan penyaluran dana. Inovasi ini berkaitan dengan kreatifitas yang dilakukan oleh marketing. Apapun yang dilakukan BMT Al-Hikmah ini adalah upaya bidang marketing dalam meningkatkan produktifitas bagaimana kreatif mereka diuji dalam mendapatkan anggota semaksimal mungkin, menggunakan kata-kata yang menarik dan mudah untuk dipahami calon anggota. Promosi dirancang khusus bidang marketing untuk meningkatkan keunggulan kompetitif. Dengan produk XIWADIAH promosi yang dilakukan marketing dengan menawarkan ke orang-orang yang ada di sekitar mereka dan dengan membagikan brosur SIWADIAH, tidak lupa marketing juga menjelaskan syarat dan ketentuan produk SIWADIAH tersebut kepada calon nasabah. Ada juga marketing yang menawarkan produk SIWADIAH kepada anggota yang sudah menjadi anggota produk SIRELA, jadi itu akan mempermudah pihak marketing untuk menyampaikan produk SIWADIAH dan juga berpeluang untuk mendapatkan anggota lebih banyak lagi. Kebanyakan anggota yang sudah menjadi anggota produk SIRELA

juga ikut menjadi anggota produk SIWADIAH di BMT Al-Hikmah Ungaran.

#### 4. Tempat (Place)

Dalam strategi pasar tempat adalah aspek yang harus diperhatikan untuk mencari minat anggota dalam menawarkan produk. BMT Al-Hikmah mempunyai 6 cabang yang cukup strategis dengan kegiatan masyarakat di daerah Ungaran. Salah satunya adalah cabang BMT Al-Hikmah pasar Babadan yang lokasinya di ruko-ruko pasar. Lokasi tersebut adalah lokasi yang sangat bagus untuk marketing memasarkan produk SIWADIAH. Dan juga lokasi yang juga strategis untuk memasarkan adalah lokasi cabang BMT Al-Hikmah Ungaran yang dekat dengan lokasi parkir yaitu cabang BMT Al-Hikmah cabang Wujil.

Dengan lokasi-lokasi tersebut yang diperkirakan lokasi yang strategis untuk mendapatkan anggota. Akan memudahkan marketing menawarkan produk SIWADIAH. Dan juga keuntungan juga bagi anggota untuk menyetorkan dananya setiap bulan. Tetapi untuk pengundian hadiah yang dilaksanakan di akhir periode berlokasi di kantor pusat BMT Al-Hikmah Ungaran yang berlokasi di Mijen.

## **B. Kendala-Kendala yang dihadapi BMT Al-Hikmah Ungaran**

Dalam memasarkan produk pasti ada persaingan antar BMT. Adapun kendala-kendala yang dihadapi oleh BMT Al-Hikmah Ungaran dalam memasarkan produk SIWADIAH, yaitu:

1. Tidak semua calon anggota yang merespon dengan baik saat marketing menawarkan produk SIWADIAH. Karena pada saat marketing menawarkan produk calon anggota sudah berkonsumsi terlebih dahulu bahwa produk tersebut mengandung riba, jadi calon nasabah tidak merespon dengan baik terhadap produk SIWADIAH ini. Atau juga ada calon anggota yang sedang sibuk melakukan kegiatannya saat marketing menawarkan produk, sehingga calon anggota tidak memperdulikan apa yang sudah dijelaskan marketing dan kurang baik responnya terhadap produk yang sedang ditawarkan. Karena kebanyakan marketing menawarkannya di daerah pasar atau pabrik yang umumnya masyarakat lebih mementingkan kegiatan yang sedang dilakukannya.
2. Untuk menjalankan produk SIWADIAH ini marketing harus mengumpulkan 100 orang terlebih dahulu baru

bisa menjalankan produk ini selama 1 periode. Sebelum terkumpul 100 orang produk ini tidak bisa dijalankan.

3. Banyak kompetitor BMT yang memiliki varian produk lebih menarik dan meringankan naabahnya. Seperti contoh produk SIRELA (Simpanan Suka Rela) yang sudah banyak sekali menarik minat anggotanya. Karena anggotanya dapat menabungkan dananya kapan saja, dalam jumlah berapapun, dan dapat diambil sewaktu-waktu sesuai dengan kebutuhan anggotanya. Berbeda dengan produk SIWADIAH yang mewajibkan anggotanya menyetorkan dananya setiap bulan sebesar Rp.200.000,-. Dan tidak dapat diambil sampai waktu yang sudah ditentukan.
4. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang keberadaan BMT Al-Hikmah Ungaran ini. Masih banyak masyarakat yang tidak tau tentang BMT Al-Hikmah dan apa saja produk yang ditawarkan.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Hasil Wawancara dengan mitra BMT Al-Hikmah Ungaran mbak Dian Irfani, A,Md. Pada tanggal 23 April 2019

## Perkembangan Jumlah Nasabah Pada Produk SIWADIAH

Tabel 4.3

Data Jumlah Anggota Produk SIWADIAH

2014	2015	2016	2017	2019
300	350	400	500	600

Simpanan Wajib Berhadiah (SIWADIAH) diciptakan oleh BMT Al-Hikmah pada awal tahun 2014, yaitu pada bulan Januari sampai bulan Februsri 2014 BMT baru mensosialisasikan produk SIWADIAH dengan mengundang tokoh-tokoh masyarakat. Dengan mengadakan acara tersebut sudah ada yang berniat menjadi calon nasabah di BMT Al-Hikmah. Setelah melakukan sosialisasi pada bulan Maret 2014, perkembangan nasabah yang sudah menjadi anggota sebanyak 50 orang. Pada bulan April sampai bulan Mei 2014 BMT menerapkan strategi *marketing mix*, dengan penerapannya BMT dapat menarik minat nasabah yaitu bertambah menjadi 150 orang lagi. Pada tahun 2015 dari bulan Januari sampai bulan Maret ada 50 orang anggota ingin bergabung. Dan pada awal tahun 2016 dibuka, sudah mendapat 50 orang anggota, sampai tahun 2016 produk

SIWADIAH mendapat 400 anggota yang mendaftar. Selanjutnya pada tahun 2017 bertambah lagi 100 orang. Sejak awal 2017 BMT Al-Hikmah Ungaran menerapkan sistem pengundiannya menjadi 2 tahun sekali yang awalnya 8 bulan sekali. Pengundian terakhir pada bulan April 2019 BMT Al-Hikmah mendapatkan 500 orang anggota yang sudah ikut produk SIWADIAH. Dan pada bulan Mei sudah dibuka lagi untuk periode selanjutnya yang berjumlah 100 orang.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah penulisan dan penguraian hal-hal yang berhubungan dengan produk SIWADIAH (Simpanan Wajib Berhadiah) serta strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak BMT Al-Hikmah Ungaran. Sehingga penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

##### 1. Sistem Operasional Produk SIWADIAH

Operasionalisasi produk SIWADIAH yang diterapkan oleh pihak BMT Al-Hikmah menggunakan akan *wadi'ah*(titipan) dimana sistem produk ini diterapkan dengan berkelompok yang setiap kelompoknya terdiri dari 100 orang disetiap periode, untuk pelaksanaan periode selama 24 bulan dimana satu anggota diperbolehkan memiliki lebih dari satu kepesertaan, dengan penyeteroran sebesar Rp.200.00,- setiap bulan mulai tanggal 1 s.d. tanggal 10 setiap bulannya. Jika anggota melakukan keterlambatan dalam penyeteroran selama 3 kali berturut-turut, maka anggota tersebut tidak dapat mengikuti undian pada akhir periode, hanya

mendapatkan simpanan yang harus diselesaikan sampai jatuh tempo yang sudah disepakati. Seperti nama produknya SIWADIAH yang artinya Simpanan Wajib Berhadiah, setiap anggota akan mendapatkan hadiah sesuai yang sudah dijanjikan oleh pihak BMT. Hadiah akan diundi setiap akhir periode, dan siapapun yang beruntung dari 100 orang tersebut akan mendapatkan *grand prize* sepeda motor

## 2. Strategi Pemasaran Produk SIWADIAH

BMT Al-Hikmah berusaha mengembangkan produk SIWADIAH agar lebih berkualitas dimasyarakat. Agar semua terget tercapai strategi pemasaraan yang digunakan oleh BMT adalah strategi *Marketing Mix*. Strategi yang terdiri kari 4 komponen ini yaitu Produk (*Product*), Harga (*Price*), Promosi (*Promotion*), dan Tempat (*Place*). Keempat komponen tersebut digunakan oleh staf marketing BMT Al-Hikmah Ungaran untuk mempromosikan produk SIWADIAH agar menjadi produk yang unggul. Didalam keberhasilan BMT Al-Hikmah menerapkan strategi *marketing mix* guna meningkatkan volume penjualan. Kendala-kendala



yang akan dihadapi BMT Al-Hikmah Ungaran dalam menerapkan strategi *marketing mix* adalah kurangnya pengetahuan masyarakat tentang BMT Al-Hikmah. Kendala lain yang dihadapi staf marketing adalah tidak responnya masyarakat saat marketing menjelaskan produk. Selain 2 kendala diatas, kendala yang lain adalah keberatannya setoran yang harus dilakukan anggota setiap bulannya, banyak masyarakat yang mengaku keberapatan dengan penyetorannya apabalagi di daerah pasar, sehingga kebanyakan akan lebih tertarik pada produk SIRELA yang penyetorannya sesuai kemampuan anggotanya dan juga dapat diampil sesuai kehendaknya.

## **B. Saran**

Dari yang sudah dipaparkan di atas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. BMT diharapkan dapat lebih meningkatkan kegiatan promosi yang sudah ada.
2. Melakukan promosi lebih luas di daerah Ungaran, tidak hanya mempromosikan kepada anggota yang sebelumnya yang sudah iku dalam produk SIRELA.

3. Dari pihak BMT diharapkan lebih memperhatikan staf marketing yang memasarkan produk, atau dengan melakukan penyuluhan sebulan sekali terhadap marketing-marketing tentang perkembangan selama mempromosikan produk.
4. Memeberikan bonus kepada staf marketing agar lebih giat lagi untuk mendapatkan anggotanya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Tamrin. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Agriyanto, R. 2012. Strategi Pemberdayaan lembaga Perekonomian Umat: Implementasi pada Kopontren di Kota Semarang. *Al-Tahrir*, 12 (1), 166- 188
- Al Arif, Nur Rianto. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta
- Ascarya. 2013. *Akad dan Produk Bank Syari'ah*. Jakarta: Rajawali Pers
- Assauri, Sofyan. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Brosur Layanan Simpanan BMT Al-Hikmah Ungaran
- Brosur Produk SIWADIAH BMT Al-Hikmah Ungaran
- Brosur Layanan Pembiayaan BMT Al-Hikmah Ungaran
- Dwi Ananta, Rizal. 2015. *Analisis Strategi Pemasaran PT.Madubaru Yogyakarta*. Yogyakarta: Jurusan D3 Manajemen Pemasaran, UIN Yogyakarta
- Ilmi, Makhalul. 2002. *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*. Yogyakarta: UII Press

- Khuta Ratna, Nyoman. 2010. *Metodologi Penelitian Kajian Budaya dan Ilmu- Ilmu sosial Humaniora pada Umumnya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Purnomo, Rizky. 2015. *Konsep Hadiah dakam Akad Wadi'ah di Bank Syari'ah (Perspektif Fawa DSN-MUI No:86/DSN-MUI/XII/2012)*. Yogyakarta: Jurusan Muamalat, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Ratnasari, Mega. 2015. *Strategi Pemasaran Pada Produk Tasaqur di KJKS Binama Tlogosari Semarang*. Semarang: Jurusan D3 Perbankan Syariah, UIN Walisongo Semarang
- Sri Jatmika, Arifin. 2003. *Ekonomi Koperasi Teori dan Manajemen*. Jakarta: Selemba Empat
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA
- Sumarni, Murti. 2002. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Liberti Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Wawancara dengan Ibu Dian Irfani, A.Md di BMT Al-Hikmah Ungaran

# LAMPIRAN



TANGGAL	SANDI	DEBET	KREDIT	SALDO	PC
---------	-------	-------	--------	-------	----

- |              |                    |                        |              |
|--------------|--------------------|------------------------|--------------|
| <b>SANDI</b> | 1. Penyetoran      | 4. Bagi Hasil          | 7. Pajak     |
|              | 2. Pengambilan     | 5. Pemetulan Kesalahan | 8. Rupa-rupa |
|              | 3. Pemindah bukuan | 6. Pemindahan Saldo    |              |

1. Periksa saldo tabungan anda sebelum meninggalkan KSPPS BMT AL - HIKMAH
  2. Jika Buku Tabungan ini hilang harap segera memberitahukan kepada KSPPS BMT AL - HIKMAH
  3. Buku tabungan ini milik KSPPS BMT AL HIKMAH, bila dikembalikan harap dikembalikan kepada KSPPS BMT AL HIKMAH

## **KETENTUAN SI WADIAH** (Simpanan Wajib Berhadiah)

1. Periode pelaksanaan program selama 24 bulan
2. Setiap bulan menyeter dana sejumlah Rp. 200.000,-
3. Penyetoran simpanan dilakukan setiap bulan mulai tanggal 1 s.d 10
4. Simpanan dapat diambil kembali oleh peserta, setelah periode pelaksanaan program SI WADIAH yang bersangkutan berakhir.
5. Pengundian dilakukan 1 kali yaitu pada putaran ke 25
6. Pengambilan saldo simpanan program ini setelah tanggal 10 pada bulan ke 25
7. Pengertian telat dalam program ini adalah :
  - **Telat tanggal** yaitu penyetoran diatas tanggal 10 per bulan
  - **Telat bulan** yaitu penyetoran tidak dilakukan pada bulan bersangkutan melankan bulan berikutnya.
8. Jika peserta telat dalam pembayaran setoran simpanan maka :
  - Telat tanggal lebih dari 3 kali maka **tidak berkesempatan mengikuti undian hadiah biasa dan tidak diikutkan pada undian grand prize di akhir periode.**
  - Telat Bulan sampai 3 kali, baik berturut-turut maupun tidak, selain **tidak diikutkan undian hadiah biasa dan grand prize** maka **kepersertaanya akan dicoret.**
9. Setiap peserta yang sudah terdaftar tidak boleh mengundurkan diri dari keanggotaan sampai jatuh tempo yaitu pada bulan ke-24.
10. Bagi peserta yang meninggal dunia atau berhalangan tetapi keanggotaannya dapat digantikan oleh ahli waris yang ditunjuk.
11. Setiap peserta berhak mendapatkan hadiah yang akan diundi diakhir periode (merujuk point 8)
12. Yang berhak mengambil hadiah dan saldo simpanan adalah nama peserta yang tertera di daftar anggota SI WADIAH sesuai dengan identitas diri atau diwakilkan dengan membawa surat kuasa.
13. Dalam hal transaksi pengambilan saldo simpanan dan atau pengambilan hadiah maka menyertakan kartu SI WADIAH yang diterbitkan oleh BMT dengan dibubuhi tandatangan lembaga.
14. Pengambilan hadiah disertai dengan penandatanganan serah terima hadiah dengan menunjukkan identitas asli yang masih beriak.
15. Batas komplek hadiah adalah maksimal 3 hari sejak diterimanya hadiah.
16. Jika dikemudian peraturan ini perlu ditinjau kembali, maka keputusan sepenuhnya ada di pihak lembaga BMT dengan memberi tahuhan kepada para anggota
17. Hal-hal yang belum tercantum dalam ketentuan ini akan diatur kemudian apabila dianggap perlu.

Setelah mempelajari seluruh ketentuan tersebut diatas, maka kami menyatakan telah memahami dan untuk selanjutnya menyetujui serta sanggup untuk mentaatinya.



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

Kantor Pusat :

Jl. Jenderal Sudirman No.12 Lt.2,  
Mijen Gedanganak Ungaran Timur 50519 Telp/Fax 024-6924415  
E-mail : bmtalhikmahsmg@yahoo.co.id

**SI WADIAH**

**SIMPANAN  
WAJIBBERHADIAH**

**BMT AL HIKMAH**



Hubungi :

## DAFTAR SEGERA !!! DAPATKAN HADIAH MENARIK

- 1 Mesin Cuci
- 1 Lemari Es
- 1 Handphone
- 3 Si Relas @Rp. 500.000,-
- 6 Kipas Angin
- 6 Kompor Gas 2 Tungku
- 9 Blender
- 9 Sprei Cantik
- 21 Lampu Emergency
- 43 Bingkisan Menarik




### CARANYA MUDAH

- Setiap bulan menyeter simpanan SI WADIAH sebesar Rp. 200.000,-
- Tiap anggota diperbolehkan untuk mendaftar lebih dari 1 kesempatan.
- Jangka Waktu penyeteroran selama 24 Bulan.
- Pengundian hadiah dilaksanakan pada akhir periode (bulan ke-25)
- Setiap anggota dipastikan akan mendapatkan hadiah sesuai undian yang diperoleh (sesuai ketentuan si wadiah)
- Menjadi Anggota BMT Al Hikmah
- Pendaftaran Rp. 20.000

NB : Hadiah Setiap saat bisa berubah disesuaikan dengan kondisi terkini





## SIHAJU/UMROH

Simpangan Ibadah Haji/ Umroh merupakan jenis baru BMT AL HIKMAH yang dikhususkan bagi Anda sebagai Muslim yang berencana menunaikan ibadah Haji/Umroh.

**FITUR :**

- Diperuntukkan bagi anggota perorangan atau
- 10 tahun keatas.
- Berdasarkan prinsip syariah dengan akad Mudharabah.
- Berdasarkan dengan Bank Syariah Mandiri dalam
- Operasi dengan SIS-KAWA Kementerian Agama
- dengan Rp. 25 juta dari BMT AL HIKMAH
- bebas biaya administrasi bulanan.
- Pembayaran rekening awal minimum Rp. 500.000.-
- Menempoleh Bagi Hasil Simpanan yang akan diakumulasikan sebagai tambahan dalam
- Pembayaran biaya Ibadah Haji/ Umroh.
- Perkiraan simpanan dapat dibukukan setelah jangka waktu yang telah ditetapkan atau anggota sudah siap untuk menalokasikan
- Ibadah Haji/ Umroh.



## SISUKA

Sisuka merupakan Simpanan Berjangka dengan prinsip syariah yang memberikan hasil investasi yang optimal bagi anggota BMT AL HIKMAH.

**FITUR :**

- Diperuntukkan bagi anggota perorangan/lembaga.
- Berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah mutlaqah (bagi hasil)
- pilihan jangka waktu flexible 6,12 dan 24 bulan.
- Bagi hasil yang optimal dengan biaya yang kompetitif.
- Bebas biaya administrasi bulanan.
- Jangka waktu dapat diperpanjang otomatis (automatic roll over).
- Setoran Minimal Rp. 500.000.-
- Dapat dijadikan jaminan pembayaran di BMT AL HIKMAH.


JANGKA WAKTU	NISBAH BMT	NISBAH ANGGOTA
6 Bulan	60 %	40 %
12 Bulan	50 %	50 %
24 Bulan	45 %	55 %

**Kantor Cabang :**

Mijen : Jl. Jenderal Sudirman No.12 Lt.1  
Telp./Fax 024-6924415

Babudan : Komplek Pn. Babudan Blok E/23-25  
Kediri : Jl. Veteran Timur/ 50519  
Kerinci : Komplek Bata/0518 Telp. 0281-6927243  
Kec. Bangas 50552 Telp. 0298 - 525657  
Bawen : Jl. Samban - Imbahen RT 01/01  
Bandungan : Jl. Tamban Negeri/ Rp. 0298 - 521414  
Telp. 0298 - 711151

Gungupati I : Jl. Taman Siswa No.13 Sekaran  
Gungupati II : Jl. Sekeloa  
Gungupati III : Jl. Sekeloa  
Gungupati Klaten Semarang Telp. 024-6932092



## Layanan Simpanan

**BMT AL HIKMAH**  
UNGERAN KAB. SEMARANG  
Blt. NO. 04718/KOK. 11.1/1009 TGL. 2 MARET 1992

**Kantor Pusat :**  
Jl. Jenderal Sudirman No.12 Lt.2 - 50519  
Kec. Babudan - Semarang  
Telp./Fax 024-6924415 E-mail : bmtalikhmah@gmail.com

**Hubungi :**



## SIRELA

### Simpunan Sukarela Lancar

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

#### FITUR :

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

#### SYARAT :

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



## SIMPEL Simpunan Pelajar

Simpunan Pelajar merupakan simpunan yang ditujukan kepada paka pelajar dari mahasiswa yang mengabdikan keahlian rekening simpunan yang akan terus berkembang dan perkembangan untuk mengabdikan mahasiswa bagi dunia yang berprestasi

#### FITUR :

- Diperuntukkan bagi pelajar / mahasiswa.
- Syarat pembukaan simpunan yang sangat ringan.
- Bebas biaya administrasi bulanan.
- Berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah yudonarah.
- Memperoleh Bagi Hasil Simpunan yang akan ditambahkan secara otomatis setiap bulan.
- Pembukaan rekening minimum Rp. 10.000,-
- Saldo minimum yang harus dipelihara Rp. 10.000,-
- Penyeteroran dan penarikan sewaktu-waktu pada jam kerja

#### SYARAT :

- Mengisi aplikasi pendaftaran anggota BMT.
- Mengisi aplikasi pembukaan rekening SIMPEL
- Menyerahkan Foto copy Kartu Pelajar / Kartu Mahasiswa.
- Bagi Anggota Baru wajib membayar Simpunan Pokok sebesar Rp. 25.000,- dan simpunan wajib sebesar Rp. 10.000,-



## SISUQUR

### Simpunan Sukarela Qurban

Simpunan Syariah yang dirancang khusus bagi anda sebagai sarana mempersiapkan dana untuk melaksanakan ibadah Qurban atau Adiqah.

#### FITUR :

- Diperuntukkan bagi Anggota perorangan / lembaga
- Syarat pembukaan simpunan yang sangat ringan.
- Bebas biaya administrasi bulanan.
- Berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah.
- Memperoleh Bagi Hasil Simpunan yang akan ditambahkan secara otomatis setiap bulan.
- Pembukaan rekening minimum Rp. 25.000,-
- Setoran selanjutnya minimum Rp. 10.000,-
- Saldo minimum yang harus dipelihara Rp. 10.000,-
- Hanya dapat diambil pada saat akan melaksanakan ibadah Qurban atau Adiqah.

#### SYARAT :

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



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Data Pribadi

Nama : Novika Nur Indraeny  
Tempat dan Tanggal Lahir : Pati, 17 November 1997  
Umur : 21 Tahun  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Status : Belum Menikah  
Alamat : Ds.Karang, Dk.Ndalem  
RT 05/03 Kec. Juwana  
Kab.Pati  
Telp : 089648951822  
Alamat E-mail :  
[novikanurindraeny@gmail.com](mailto:novikanurindraeny@gmail.com)

### B. Pendidikan

2004-2010 : SDN Karangrejo 1 Juwana  
2010-2013 : Mts. Miftahul Falah Jakenan  
2013-2016 : SMA Negeri 1 Jakenan  
2016-2019 : D3 Perbankan Syari'ah UIN Walisongo  
Semarang