

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : ERLIANI YULIANA SARI
Nim : 092411052
Fakultas : SYARI'AH
Jenis kelamin : PEREMPUAN
Tempat, tanggal lahir : PATI 11 JULI 1989
Agama : ISLAM
Alamat : DESA BENDAR RT. 12 RW. 11. Kecamatan
Juwana, Kabupaten Pati 59158

Pendidikan:

- TK PERTIWI Desa Bendar Lulus Tahun 2000
- SD BENDAR Pati, Lulus Tahun 2002
- MTs Silahul Ulum Asempapan, Pati Lulus Tahun 2006
- MA Silahul Ulum Asempapan, Pati Lulus Tahun 2009
- Fakultas Syariah IAIN Walisongo Semarang.

Pengalaman Organisasi:

- ForSHEI : Forum Study Hukum Ekonomi Islam, Sebagai Anggota
- KSPM : Kelompok Study Pasar Modal, Sebagai Anggota
- KOPMA : Koperasi Mahasiswa, Sebagai Wakabid II Pengadaan

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang

ERLIANI YULIANA SARI

092411052

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Anisa, pengaruh *karakteristik Syariah Marketing* terhadap *keputusan nasabah* pada BPRS Artha Mas Abadi Pati , Semarang: IAIN Walisongo Semarang 2011
- Ahmad, Sumiyanto, *BMT Menuju Koperasi Modern*, Yogyakarta: PT ISES Consulting Indonesia, 2008
- Arikunto, Suharsimi *Prosedur penelitian Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002,
- Ayu, Ani Arofah *pengaruh strategi marketing mix dan motivasi menjalankan agama terhadap keputusan anggota di BMT Robani Kaliwungu Semarang*, IAIN Walisongo Semarang 2011
- Bugis, Burhan *metodologi penelitian kuantitatif komunikasi, ekonomi dan kebijakan public ilmu-ilmu sosial lainnya*, Jakarta: kencana, 2005
- Dawwabah, Asyraaf Muhammad *Meneladani Keunggulan Bisnis Rasullulah*, Semarang, Pustaka Nuun, 2007
- Hasan, Ali *Manajemen Bisnis Syari'ah*: Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009
- Hakim, M Lukman Yoanda Kusuma, Rohbit Muhajar, *Syari'ah Sosial (Menuju Refolusi Kultural)* , Malang, PT UMM, 2004
- Issa, Rafik Beekum, *Etika Bisnis Islam*, yogyakarta: Pustaka Belajar, 2004
- Kartajaya, Hermawan, Muhammad Syakir Sula, *Syar'iah Marketing*, Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006,
- Kasmir, Kewirausahaan, Jakarta, PT.Raja Grafindo Persada, 2006,
- Kasmir , *Manajemen Perbankan*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2000.
- Khloter, Philip *Manajemen Pemasaran Persfektif Asia*, Yogyakarta: ANDI pearson Education Asia, 1996
- Kolter Philip , *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Prenahildo, 2002.
- Kumara, Amitya *Phisikologi Pendidikan membantu siswa tumbuh dan berkembang edisi 6*, Jakarta: Erlangga, 2009

- Muhamad, *Metodologi Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2008
- Muhammad, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, Yogyakarta : UPT AMP, YKPM, 2000
- Mutaqim, Dandan *Aspek Legal Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Safira Insania Pres, 2008
- Moleong, Lexy, J *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi Revisi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2006
- Nasional, Pendidikan, Departemen” *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka Edisi ke-3 2005- .
- Pendidikan Departemen *Kamus Besar Bahasa Indonesia*,” Jakarta; Balai pustaka Edisi K3, 2005
- Poerdamanta, Wjs. *kamus umum bahasa indonesia*, Jakarta: Balai pustaka. 2006,
- Purwato SK, dan Suyarhdi, *Statistika, Untuk Ekonomi DAN Keuangan Modertn*, Jakarta: Salemba Empat, 2004
- Purbiyanti, Nila Zahro, *pengaruh promosi dan deferisiansi terhadap minat nasabah untuk berinvestasi di Bank umum syariah Semarang*, IAIN Walisongo Semarang, 2009.
- Prof Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008
- Prof S.H Rewoldt, Prof. J.d Scolt , Proft. M.R. Warshaw *Strategi Promosi Pemasaran*, Jakarta , Rineka Cipta, 2005
- RI, Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemah Spesial for Women*, Jakarta: CV. SYGMA, 2007
- Ridwan Muhammad *Manajemen Baitul Mall Wa Tamwibail (BMT)*, Yogyakarta UII Press, 2004
- Sunyonto, Danang *prosedur Uji Hipotesis Untuk Riset Ekonomi* (Yogyakarta, Alfabeta 2012)
- Sholihin, Muhammad *Hebatnya Marketing Muhammad SAW (Menguraikan Etika dan Stategi Marketing Nabi Muhammad)*, Yogyakarta: CV. Solusi Distribusi
- Sunny T.H.Goh, Khoo Kheng-Hor, *Marketing Wise*, Jakarta: Bhuana Ilmu populer , 2003,

Sabri, Alisuf *Psikologi Pendidikan berdasarkan Kurikulum nasional*, Jakarta: pedomam Ilmu Jaya 2007

Sumiyanto, Ahmad *BMT Menuju Koperasi Modern*, Yogyakarta : PT. ISES Consulting Indonesia, 2008,

Tjipto Fandi , *Strategi Pemasaran*, Edisi ketiga, Andi offset, Jogjakarta, 1997

Umar, Husei *metode untuk penelitian skripsi dan tesis bisnis*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,2005

Umar, Husain *Metode Riset Bisnis* , Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003

Ulfa ,Maria Analisis Pengaruh *Marketing Syariah* Terhadap minat nasabah *dana talangan haji* di Bank Muamalat Cabang Semarang: IAIN Walisongo Semarang 2012.

Wawancara dengan ibu Ida Panca Sriani (Marketing) KJKS BINAMA Semarang pada tanggal 30 Oktober 2012.

Wawancara dengan Bpk Mustofa (Marketing Lending) KJKS BINAMA Semarang pada tanggal 20 Februari 2013.

W.Al-hafid Ahsin *Kamus Ilmu Al-Qur'an*, Jakarta: Amzah,2005,

[www.uji](http://www.uji.validitas.reabiitas.com) validitas reabiitas.com didonwload pada tanggal 15 oktober 2012.

Daftar pertanyaan

Untuk penelitian di KJKS BINAMA Semarang.

1. Bagaimana penerapan / pelaksanaan marketing yang ada di KJKS BINAMA Semarang? Jawaban: Penerapan atau pelaksanaan marketing yang ada di KJKS BINAMA lewat promosi, Brosur, MMT (spanduk) berdasarkan moto dan logo sehingga mudah di ingat bagi anggota
2. KJKS BINAMA adalah salah satu lembaga keuangan yang sedang berkembang di daerah Semarang saat ini, berapa jumlah anggota di KJKS BINAMA dari tahun 2009,2010,2011, sampai bulan September 2012 ?
Jawaban: jumlah anggota KJKS BINAMA dari per Desember 2009 berjumlah 15.393, per Desember tahun 2010 berjumlah 16.831, per Desember tahun 2011, berjumlah 19.154 dan tahun perSeptember tahun 2012 berjumlah 21.067.
3. Apa target yang ingin di capai KJKS BINAMA dengan pertumbuhan asset dan anggotanya ?
Jawaban: target yang ingin di capai sesuai dengan visi BINAMA” menjadi lembaga keuangan syariah yang mempunyai nilai strategis untuk pengembangan ekonomi kemasyarakatan.
4. Bagaimana strategi yang digunakan KJKS BINAMA untuk Menarik anggota ?
Jawaban: strategi yang di gunakan KJKS BINAMA yakni petugas mendatangi anggota dari rumah ke rumah atau tempat anggota berusaha melalui logo dan motto yang ada, sehingga dengan adanya hal tersebut produk-produk yang ada di KJKS BINAMA dapat dikenal oleh masyarakat.
5. Setelah melakukan strategi kemudian ada penerapan, dalam bentuk apa dan bagaimana mana caranya ?

Jawaban: penerapannya berupa produk, dan melihat kebutuhan di sekitar kita seperti melihat makin banyak musim haji dan umroh dari KJKS BINAMA membuka simpanan siap haji

6. Bagaimana respon masyarakat sekitar dengan hadirnya KJKS BINAMA Semarang ? jawaban: karena KJKS BINAMA berbasis syariah, prosesnya cepat dan mudah dalam bertransaksi.

7. Kendala-kendala apa saja ketika marketing menerapkan sistem syariah?

Jawaban: Kendalanya yakni menerangkan akad-akad syariah kepada anggota.

8. Akad- akad apa aja yang di gunakan di KJKS BINAMA untuk anggota dan calon anggotanya ?

Jawaban: wadiah, mudharabah, murabahah, ijarah, ijarah multijasa dan Qodhul hasan.

9. Bagaimana prosedur umum di KJKS BINAMA ketika ingin menjadi anggota atau calon anggota ?

Jawaban: prosedur ketika ingin menjadi anggota KJKS BINAMA yakni daftar terlebih dahulu, kemudian foto copy KTP, Mengisi formulir, setelah itu kemudian di putuskan oleh komite pengurus baru di tetapkan menjadi anggota.

10. Untuk mengembangkan usaha (operasional), dengan pihak mana saja KJKS BINAMA melakukan kerjasama ?

Jawaban: dengan bank mandiri syariah salah satunya , kemudian dengan percetakan

11. Bagaimana tindakan KJKS BINAMA ketika ada seorang anggota mengalami pembiayaan bermasalah dalam pengembalian / bagi hasil kemacetan ?

Jawaban: dengan 3 R, menganalisis terlebih dahulu, kemudian ditindak lanjutin dan mengeksekusi barang jaminan sesuai dengan pinjaman yang di berikan oleh KJKS BINAMA.

12. Berapa persenkah anggota muslim dan non muslim yang menjadi anggota di KJKS BINAMA?

Jawaban: Anggota yang muslim ada 75% sedangkan non muslim 25%.

TERIMA KASIH

Semarang 26, Februari

2013

Pewawancara

Erliani Yuliana Sari

Pedoman Observasi

Implementasi marketing Syariah serta pengaruhnya terhadap minat anggota KJKS BINAMA Semarang

Lokasi penelitian : KJKS BINAMA Semarang

Subjek penelitian : Implementasi Marketing Syariah serta pengaruhnya terhadap
minat anggota KJKS BINAMA Semarang

	Kemampuan KJKS BINAMA	Proses Transaksi	Cek List		Keterangan
			Ya	Tidak	
	Merancang dan mengelola dana anggota	Menyediakan produk yang dibutuhkan anggota	✓		Adanya kesepakatan dari anggota
	Memberikan kesempatan untuk anggota untuk memilih produk	1. memberi kesempatan bertanya kepada anggota 2. membantu anggota untuk pilihan yang tepat sesuai dengan kemampuannya	✓		Menerangkan tentang produk-produknya
	Adanya pelayanan	1.adanya pelayana	✓		Adanya mutu

	yang baik	n sesuai dengan kebutuhan anggota	✓		pelayanan yang berkualitas
		2.satpam membantu anggota ketika bertransaksi	✓		
	Mengolektिंग angsuran yang perlu dikolekting	Mengkol ekting simpanan dan pembiayaan	✓		Sebagai penangg ulangan untuk kemacet an
	Memonitor kelengkapa n dokumen dan jaminan sesuai dengan persyaratan	Menjaga agunan anggota	✓		Memini malisir kerugian yang ada.

Semarang 26 Februari 2013
Observed

Erliani Yuliana Sari

LAMPIRAN 1

PENGANTAR ANGKET

Perihal : Permohonan Pengisian Angket

Lampiran : Satu Berkas

Kepada Yth.
Bapak / Ibu / Sdr /i Anggota
KJKS. BINAMA Semarang
di Tempat

Dengan Hormat;

Perlu saya beritahukan bahwa saya adalah salah seorang mahasiswi pada Program Studi Ekonomi Islam di Institut Agama Islam Negeri Walisonga (IAIN) Semarang yang sedang mengadakan penelitian dalam rangka menyusun karya ilmiah (Skripsi) dengan judul “ **Implementasi Marketing Syariah Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Anggota Pada KJKS BINAMA Semarang**”.

Sehubungan dengan itu saya mohon dengan hormat atas kesediaannya untuk mengisi kuisioner penelitian sebagaimana terlampir. Semua data tersebut hanya untuk penyusunan skripsi, bukan untuk dipublikasikan atau digunakan untuk kepentingan lainnya. Peran Bapak/ Ibu/Saudara/i sungguh sangat bermanfaat bagi keberhasilan penelitian yang dilaksanakan.

Atas kerjasama Bapak/ Ibu/ Saudara/i saya sampaikan terimakasih.

Peneliti ,

Erliani Yuliana Sari
Nim. 092411052

KUESIONER

PETUNJUK PENGISIAN

1. Pilihlah salah satu jawaban pada masing-masing pertanyaan berikut ini dengan melingkari atau memberi tanda silang pada setiap jawaban
2. Pilihan tersebut hendaknya seobyektif mungkin sesuai dengan hati nurani
3. Kuesioner ini dapat digunakan secara optimal, apabila seluruh pertanyaan telah terjawab semua, karena itu mohon diteliti kembali apakah semua pertanyaan itu telah terjawab.

I. DATA RESPONDEN

1. Nama Responden:
2. Jenis Kelamin
 - a. Pria
 - b. Wanita
3. Usia
 - a. Di bawah 17 tahun.
 - b. 17-25 tahun
 - c. 26-35 tahun
 - d. 36-45 tahun
 - e. diatas 45 tahun.
4. Alamat :
5. Pendidikan formal terakhir Anda:
 - a. SD/Sederajat
 - b. Smp /Sederajat.
 - c. Sma/ Sederajat
 - d. Diploma
 - e. Sarjana
 - f. Magister (S2)
 - g. Doktoral (S3)
 - h. lain-lain.
6. Pekerjaan Anda saat ini.
 - a. Ibu rumah tangga.
 - d. Pegawai Negeri Sipil

- b. Wiraswasta
- c. TNI/ Polri.
- e. Pegawai Swasta
- f Lain-lain

7. Rata-rata penghasilan yang Anda terima dengan setiap bulannya:

- a. Dibawah Rp500.000
- b. Rp 500.000-Rp1.000.000.
- c. Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000
- d. Rp 3.000.000- Rp 5.000.000
- e. Rp 5.000.000 -Rp 7.000.000
- f. Di atas Rp 7.000.000.

8. Dari mana Anda memperoleh informasi tentang KJKS BINAMA:

- a. Keluarga / teman
- b. Media Elektronik
- c. brosur/ pamphlet/ buku. /
- d. lain-lain.

9. Alasan Anda memilih KJKS BINAMA

II. SYARIAH MARKETING

Seberapa besar prinsip syariah marketing pada KJKS BINAMA;

Keterangan : STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

KS = Kurang Setuju

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

NO.	PERTANYAAN	Keterangan & Nilai				
		SS	S	N	TS	STS
A. Teistis (rabbaniyah)						
1	Para pemasar (marketer) dalam memasarkan produknya tidak ada penipuan					
2	Para pemasar (marketer) dalam memasarkan produknya tidak ingkar janji.					
B. Etis (akhlakiyyah)						
3	Para pemasar (marketer) dalam memasarkan produknya bersikap, berperilaku baik, sopan dan ramah					
4	Para pemasar (marketer) dalam memasarkan produk bersikap rendah hati					
C. Realistis (al-waqi'iyah)						
5	Para pemasar (marketer) dalam memasarkan produknya berpenampilan bersih, rapi, bersahaja, memakai busana muslim					

6	Para pemasar (marketer) dalam memasarkan produk bersikap professional dan pengalaman.					
D. Humanistis (<i>al-insaniyyah</i>)						
7	Para pemasar (marketer) dalam memasarkan produk tidak membeda-bedakan status nasabah (dalam pelayaanya tidak membeda-bedakan antara yang kaya dan yang miskin)					
8	Para pemasar (marketer) bersedia membantu kesulitan yang dihadapi anggota (memberi kelonggaran) terhadap anggota yang belum mampu membayar / jatuh tempo					

III. MINAT ANGGOTA (Y)

Seberapa besar minat Anda pada KJKS BINAMA

NO	PERTANYAAN	Keterangan & Nilai				
		SS	S	N	TS	STS
1	Anda memilih menjadi anggota KJKS BINAMA karena bagi hasilnya sesuai dengan prinsip syariah					

2	Anda memilih menjadi anggota KJKS BINAMA karena mudah dalam bertransaksi.					
3	Anda memilih menjadi anggota KJKS BINAMA karena kejelasan (<i>transparasi</i>) dalam pengelolaan.					

Semarang

Tanda Tangan Responden



Kantor Pusat KJKS BINAMA Semarang



Kantor Cabang KJKS BINAMA SEMARANG



Satpam: mempersilahkan anggota masuk di KJKS BINAMA Semarang



Ruang tunggu anggota di KJKS BINAMA Semarang



Anggota yang sedang melakukan pengisian slip penyetoran maupun penarikan di KJKS BINAMA Semarang.



Anggota yang sedang bertransaksi



Hadiah utama di KJKS BINAMA untuk simpanan sirela