

**EFEKTIVITAS PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK  
SIWITA (SIMPANAN WISATA) DI BMT AL HIKMAH UNGARAN**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Ahli Madya (Amd) Jurusan Perbankan Syariah**



**Oleh :**

**LINA WAHYUNINGSIH**

**NIM 1705015036**

**Pembimbing:**

**Nama : Fajar Adhitya. S.Pd, M.M**

**NIP : 19891009 201503 1 003**

**PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

**2020**

Fajar Adhitya, S.Pd.,M.M  
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Walisongo Semarang

---

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eksemplar  
Hal : Naskah Tugas Akhir  
A.n Lina Wahyuningsih

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Walisongo Semarang

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan bersama ini saya kirim naskah Tugas Akhir Saudari :

Nama : Lina Wahyuningsih

NIM : 1705015036

Judul : Efektivitas Penerapan Strategi Pemasaran Pada Produk SIWITA (Simpanan Wisata ) Di BMT Al-Hikmah Ungaran

Dengan ini, saya mohon kiranya Tugas Akhir Saudari segera di munaqosahkan.

Demikian harap menjadi maklum.

*Wassalamualaikum Wr.Wb.*

Semarang, 2 Juni 2020

**Pembimbing**



Fajar Adhitya, S.Pd., M.M.  
NIP: 198910092015031000



### PENGESAHAN

Nama : Lina Wahyuningsih  
NIM : 1705015036  
Jurusan : D3 Perbankan Syariah  
Judul : "Efektivitas Penerapan Strategi Pemasaran Pada Produk SIWITA (Simpanan Wisata) Di BMT Al-Hikmah Ungaran"

Telah dimunafasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaud/baik/cukup, pada tanggal:

17 Juni 2020

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Diploma Tiga dalam bidang Perbankan Syariah.

Semarang, 17 Juni 2020

Mengetahui,

Ketua Sidang Penguji

Dr. Ratno Agrivanto, CA, CPA  
NIP. 198001282008011000

Penguji Utama I

H. Johan Arifn, S.Ag., M.M.  
NIP. 197109082002121001

Sekretaris Sidang Penguji

Dr. H. Ahmad Furqon, Lc, MA  
NIP. 197512182005011000

Penguji Utama II

Drs. H. Hasyim Syarbani, M.M.  
NIP. 195709131982031002



Pembimbing

Fajar Adhitva, S.Pd., M.M.  
NIP. 198910092015031000

## MOTTO

وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ, وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ  
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Dan katakanlah, “ Bekerjalah kamu. Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang beriman akan melihat pekerjaanmu. Dan kamu akan dikembalikan kepada yang Maha Mengetahui yang gaib dan nyata; maka Dia akan memberitakan kepadamu tentang apa yang kamu kerjakan”.

## **PERSEMBAHAN**

Dengan doa rasa syukur kepada ALLAH SWT yang telah member kelimpahan rahmat.. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan lancar. Oleh karena itu penulis ingin mempersembahkan dan mengucapkan Tugas Akhir ini kepada :

1. Orang tua saya Bapak Yasmadi dan (Alm) Ibu Suwanti yang selalu mendoakan dan meridhoi sepanjang waktu, yang membesarkan dan mendidik dengan penuh kasih sayang yang ikhlas melimpahkan semua tenaga bantuannya meteril maupun moril serta dorongan semangat untuk terus belajar dan menyelesaikan Tugas Akhir ini, dan mengajarkan banyak tentang makna kehidupan.
2. Saudara kandung saya Aditya Putra dan Dava Wahyu Tyas Putra yang selalu memberikan semangat dalam kehidupan sehari-hari dan member dorongan dalam menyelesaikan Tugas Akhir
3. Keluarga besar saya yang selalu mendukung untuk menyelesaikan pendidikan ini
4. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag.
5. Dosen Pembimbing Bapak Fajar Adhitya. S.Pd, M.M
6. Segenap keluarga BMT Al-Hikmah Ungaran yang telah berkenan memberi kesempatan untuk magang, serta ilmu-ilmu dan pengalamannya selama 2 bulan
7. Sahabat dan teman D3 Perbankan Syariah PBSA 2017 yang berjuang bersama di bangku perkuliahan kurang lebih selama 3 tahun ini.
8. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak yang telah senantiasa membantu memberi dorongan semangat demi kelancaran penyusunan Tugas Akhir.

## **DEKLARASI**

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

Semarang, 2 Juni 2020

Deklarator



Lina Wahyuningsih  
NIM 1705015036

## ABSTRAK

Wahyuningsih, Lina. 2017. *Efektivitas Penerapan Strategi Pemasaran Pada Produk SIWITA (Simpanan Wisata) Di BMT Al-Hikmah Ungaran*. Tugas Akhir, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program D III Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang. Pembimbing: Adhitya Fajar. S.Pd, M.M.

Penelitian ini dilatar belakangi pemasaran (*marketing*) yang merupakan jantung perusahaan dalam mencari calon anggota sesuai rencana agar tujuan perusahaan tercapai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas penerapan strategi pemasaran di BMT Al-Hikmah Ungaran. Obyek penelitian dilakukan di BMT Al-Hikmah Ungaran. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, data primer didapat dari wawancara langsung dengan narasumber yaitu, marketing, Costumer Service dan manajer BMT, sedangkan data sekunder di dapat melalui buku-buku yang ada diperpustakaan yang berhubungan dengan masalah penelitian juga data dari BMT Al-Hikmah Ungaran berupa brosur-brosur, dokumen-dokumen dan lainnya.

Hasil dari penelitian ini bahwa BMT Al-Hikmah Ungaran menggunakan strategi pemasaran yang efektif yaitu Penerapan Segmentasi, Targeting, dan Positioning dan Penerapan Bauran Pemasaran (Marketing Mix). Segmentasi menggolongkan calon anggota dari segi geografis dan demografis. Sedangkan bauran pemasaran meliputi: Product, price, place, promotion. Kegiatan promosi yang dilakukan BMT Al-Hikmah Ungaran yaitu: mendatangi calon nasabah, Semua Pegawai BMT, brosur, network (jaringan komputer).

**Kata kunci:** Strategi, Pemasaran, Produk

## **KATA PENGANTAR**

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala karunia, dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian Tugas Akhir yang berjudul: “EFEKTIVITAS PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK SI WITA (SIMPANAN WISATA) DI BMT AL-HIKMAH UNGARAN. Tugas Akhir ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya program jurusan D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Selesainya Tugas Akhir ini tidak lepas dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang membimbing, memberi arahan, pengetahuan dan motivasi. Untuk itu penulis tidak lupa mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Imam Taufik, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
3. Bapak A. Turmudi, SH., M.Ag, selaku Kepala Jurusan D3 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
4. Bapak Fajar Adhitya. S.Pd, M.M, selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan selama menyelesaikan Tugas Akhir
5. Bapak Nurudin, S.E., M.M, selaku Dosen Wali yang telah mendampingi dan memberi bimbingan serta motivasi selama 6 semester
6. Bapak dan ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama kuliah

7. Segenap staf dan karyawan lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

Penyusun sadar bahwa dalam penyusun Tugas Akhir (TA) masih jauh dari kata sempurna. Karena itu, kritik dan saran para pembaca sangat penulis harapkan. Penulis harap Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa dan pembaca.

Semarang, 2 Juni 2020

Penulis



Lina Wahyuningsih

NIM 1705015036

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN DEKLARASI.....	vi
HALAMAN ABSTRAK.....	vii
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	viii
HALAMAN DAFTAR ISI.....	ix
HALAMAN DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
D. Metode Penelitian.....	9
E. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
A. Kajian Pustaka.....	13
B. Definisi Strategi.....	17
C. Definisi Pemasaran.....	18
D. Perencanaan Pemasaran.....	19
E. Konsep Pemasaran.....	21

F. Definisi Strategi Pemasaran .....	23
G. Strategi Pemasaran Islami .....	24
H. Segmentasi, Targeting, Positioning.....	25
I. Bauran Pemasaran .....	26
J. Produk .....	31
<b>BAB III GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>33</b>
A. Sejarah KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran .....	33
B. Legalitas KSPPS BMT Al-Hikmah UngaranDefinisi.....	34
C. Tujuan dan Sasaran .....	35
D. Visi dan Misi KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran .....	36
E. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas .....	36
F. Ruang Lingkup Usaha .....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
A. Implementasi Produk Simpanan Wisata Di BMT Al-Hikmah Legalitas KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran .....	47
B. Strategi Pemasaran Produk Simpanan Wisata Di BMT Al-Hikmah Ungaran .....	49
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>56</b>
A. Kesimpulan .....	56
B. Saran .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>61</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>.....</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Anggota Produk Simpanan BMT Al-Hikmah Ungaran.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Dalam Undang-undang No.21 tahun 2008 diterangkan bahwa yang dimaksud dengan perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Menurut Undang-undang No. 21 tahun 2008, Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Tujuan utama dari pendirian Lembaga Keuangan berlandaskan prinsip syariah adalah sebagai upaya kaum muslim untuk mendasari segenap aspek kehidupan ekonominya dengan berlandaskan Al-Quran dan As-Sunnah. Dengan demikian secara umum Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan fungsi perantara (intermediary) dalam penghimpunan dana masyarakat serta menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat sesuai dengan prinsip syariah.<sup>1</sup>

Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok perbankan, sedangkan kegiatan memberikan jasa-jasa hanyalah pendukung dari mkedua kegiatan tersebut. Bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah keuntungan bukan diperoleh dari bunga melainkan bagi hasil. Di bank ini jasa yang diberikan disesuaikan dengan prinsip syariah yang berdasarkan hukum islam. Prinsip syariah yang diterapkan pada bank syariah adalah:

1. Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah)
2. Prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (murabaha)

---

<sup>1</sup> Al Arif M. Nur Rianto, *Lembaga Keuangan Syariah, Bandung: Cv Pustaka Setia*, 2012, hlm. 98-99

3. Pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (musyarakah)
4. Pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (ijarah) atau
5. Dengan adanya pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (ijarah wa iqtina).

Perkembangan lembaga-lembaga keuangan syariah di Negara Indoneisa tergolong cepat, salah satunya adalah karena adanya keyakinan yang kuat di kalangan masyarakat Muslim bahwa perbankan konvensional itu mengandung unsur riba yang dilarang oleh agama islam. Undang-undang No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan, dimana perbankan bagi hasil diakomendasikan, maka Bank Muamalat Indonesia merupakan bank umum syariah pertama yang beroperasi di indoneisa. Pendirian Bank Muamalat diikuti oleh pendirian bank-bank perkreditan rakyat syariah . Namun demikian, dengan adanya kedua jenis bank tersebut belum sanggup menjangkau masyarkat islam lapisan bawah. Oleh karena itu, maka dibangunlah lembaga-lembaga simpan pinjam yang disebut Baitu Maal Wat Tamwil (BMT).<sup>2</sup>

Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *bayt al-mat wa al-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah, antara lain dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Selain itu BMT juga bisa menerima titipan zakat,

---

<sup>2</sup> Arifin zainul, *Memahami Bank Syariah Lingkup, Peluang, Tantangan, dan Prospek*, Jakarta: AlvaBet, 2000, hlm.26-27

infak, dan sedekah serta menyalurkannya sesuai dengan peraturan dan amanatnya.<sup>3</sup>

Dengan demikian, keberadaan BMT memiliki dua fungsi, yaitu sebagai penyalur penyandanggunaan harta ibadah, seperti zakat, infak, sedekah dan wakaf, serta dapat berfungsi sebagai institusi yang bergerak dibidang investasi yang bersifat produktif sebagaimana layaknya bank. Dan pada fungsi kedua, selain menjadi lembaga keuangan, BMT juga sebagai lembaga ekonomi. BMT bertugas menghimpun dana dari masyarakat (anggota BMT) yang memercayakan dananya disimpan di BMT dan menyalurkan dana kepada masyarakat (anggota BMT) yang diberikan pinjaman oleh BMT. Adapaun sebagai lembaga ekonomi, BMT berhak melakukan kegiatan ekonomi, seperti mengelola kegiatan perdagangan, industri, dan pertanian.

Dalam upaya penghimpunan dana harus mempunyai rancangan yang sedemikian rupa untuk dapat menarik minat masyarakat menjadi anggota di BMT. Karena prinsip utama didalam manajemen funding adalah kepercayaan. Oleh karena itu, kemauan masyarakat untuk menaruh dananya di BMT sangat dipengaruhi dengan tingkat kepercayaan. Karena pada prinsipnya BMT adalah lembaga amanah. Dengan itu, keberadaan BMT juga memiliki peran untuk menjauhkan masyarakat dari praktik ekonomi nonsyariah, karena pentingnya sistem ekonomi islam saat ini hadir ditengah-tengah masyarakat. Pada saat tahap awal pendirian, BMT dapat mengajak kerjasama tokoh setempat baik agama maupun tokoh masyarakat lainnya untuk berperan menjadi pendiri BMT. Dengan melalui tokoh-tokoh tersebut, mekanisme pemasaran akan lebih mudah dilakukan.

---

<sup>3</sup> Al Arif M. Nur Rianto, *Lembaga Keuangan Syariah, Bandung: Cv Pustaka Setia*, 2012, hlm. 318

Dalam menghadapi kemajuan lembaga-lembaga keuangan syariah khususnya non-bank, BMT harus memiliki kegiatan pemasaran yang efektif. Kegiatan pemasaran memiliki peran yang penting guna mencapai keberhasilan suatu perusahaan. Pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Dengan adanya kegiatan pemasaran suatu perusahaan mempunyai tujuan yang hendak akan dicapai, yaitu merebut konsumen untuk mengetahui dan minat pada produk baru yang diluncurkan, dan juga untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis. Upaya kegiatan pemasaran dilakukan dalam rangka untuk menghadapi persaingan yang semakin meningkat. Begitu juga dengan BMT Al-Hikmah Ungaran.

BMT Al-Hikmah Ungaran terletak di jalan Jendral Sudirman No.12, Mijen Gedanganak, Ungaran Timur, Kabupaten Semarang adalah lembaga keuangan bagi masyarakat kalangan menengah kebawah di wilayah ungaran dan menjadi salah satu BMT yang ada di Indonesia. Semakin banyaknya BMT yang berkembang di Indonesia menjadikan setiap lembaga keuangan syariah dituntut harus semakin kreatif dan inovatif karena semakin ketatnya tingkat persaingan dari waktu ke waktu maka dari itu membutuhkan strategi pemasaran yang baik, sehingga dengan itu tujuan yang diharapkan oleh lembaga keuangan syariah akan tercapai. BMT Al-Hikmah juga menjadi tempat menerima dan menyalurkan dana Zakat, Infaq, dan Shodaqoh.<sup>4</sup>

Oleh sebab itu, lembaga keuangan syariah khususnya non-bank dalam menerapkan strategi bersaing harus yang tepat dan baik. Hal ini dikarenakan BMT masih berskala kecil di bawah bank-bank di Indonesia. Dalam segi aspek pemasarannya bisa dikatakan bahwa jangkauannya

---

<sup>4</sup> Profil BMT Al-Hikmah Ungaran

masih terbatas dibanding dengan bank, sehingga menghambat informasi produk-produk yang ada di BMT tidak sampai kepada calon nasabah.

Dalam menghimpun dana BMT Al-Hikmah Ungaran menawarkan beberapa produk simpanan yaitu: simpanan suka rela lancar (SIRELA), simpanan pelajar (SIMPEL), simpanan sukarela qurban (SISUQUR), simpanan haji atau umroh (SIHAJI/UMROH), simpanan suka rela berjangka (SISUKA) dan simpanan wisata (SIWITA).<sup>5</sup> Untuk menawarkan atau memperkenalkan produk-produknya strategi pemasaran di BMT Al-Hikmah biasanya dengan brosur, kalender dan mulut ke mulut. Di BMT Al-Hikmah juga menggunakan strategi sistem menjemput bola dan menangkap bola untuk mendapatkan nasabah dengan tujuan memudahkan nasabah yang mempunyai kesibukan sehingga tidak bisa datang langsung ke BMT Al-Hikmah, selain itu strategi *door to door* juga dilakukan.

Dari salah satu jenis produk tersebut, BMT Al-Hikmah membuat dan meluncurkan produk baru yaitu Simpanan Wisata (SIWITA). Produk ini baru dibuat sejak bulan Oktober 2019 dengan tujuan utama di bromo dan sekitarnya. Syarat menjadi anggota Simpanan Wisata (SIWITA), yaitu: 1. Membuka rekening Simpanan Wisata, 2. Menyetor simpanan sebesar Rp. 100.000,-/per bulan selama 12 bulan (sudah termasuk uang saku), 3. Mulai oktober 2019 s/d September 2020.

BMT Al-Hikmah Ungaran meluncurkan produk baru yaitu Simpanan Wisata (SIWITA) dengan tujuan agar memudahkan kalangan masyarakat yang ingin berwisata atau ingin berkunjung ketempat yang diinginkan dengan cara menabung. Adapun keunggulan pada produk simpanan wisata ini salah satunya yaitu berwisata lebih terencana dengan adanya simpanan wisata ini. Namun perlu ditekankan lagi bahwa produk baru juga banyak

---

<sup>5</sup> Brosure BMT Al-Hikmah

memiliki kendala-kendala ataupun hambatan ketika produk ini mulai dikenalkan pada calon nasabah. Salah satu kendala atau hambatan tersebut adalah pada strategi pemsarannya.

Produk Simpanan Wisatan (SIWITA) merupakan produk yang masih kurang diminati oleh konsumen dibandingkan dengan produk-produk simpanan lainnya di BMT Al-Hikmah Ungaran. Hal ini terbukti berdasarkan tabel dibawah ini.

**Tabel 1.1**

**Jumlah Anggota Produk Simpanan**

**BMT Al-Hikmah Ungaran**

<b>No</b>	<b>Produk</b>	<b>Jumlah</b>
1	Sirela	15.736
2	Simpel	290
3	Sisuqur	121
4	Sihaji/Umroh	72
5	Saras	721
6	Siwita	42

Berdasarkan tabel diatas nampak bahwa produk simpanan wisata (SIWITA) di BMT Al-Hikmah Ungaran masih kurang diminati dibandingkan produk yang lainnya. Maka dari itu diperlukan strategi pemasaran yang efektif untuk bisa menarik konsumen atau nasabah serta mencapai keberhasilan dan tujuan yang telah ditentukan.

Strategi pemasaran yang sementara baru dilaksanakan atau diterapkan pada produk baru simpanan wisata (SIWITA) ini adalah dengan brosur, pendekatan personal yaitu dengan menawarkan langsung produk tersebut ke konsumen atau calon nasabah, dan juga lewat sistem online atau website BMT Al-Hikmah Ungaran.

Berdasarkan latar belakang atau permasalahan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang produk simpanan wisata dengan alasan mengingat produk simpanan tersebut adalah produk baru di BMT Al-Hikmah Ungaran, dan permasalahan dan hambatan utamanya adalah pada penerapan strategi pemasarannya, sehingga penulis akan mengambil judul tentang **“Efektivitas Penerapan Strategi Pemasaran Pada Produk Simpanan Wisata (SIWITA) di BMT Al-Hikmah Ungaran”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang diatas, dapat dirumuskan pokok permasalahan yang menjadi fokus penelitian yaitu:

1. Bagaimana implementasi produk simpanan wisata (SIWITA) di BMT Al-Hikmah Ungaran?
2. Bagaimana strategi pemasaran produk simpanan wisata (SIWITA) di BMT Al-Hikmah Ungaran?

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

### **1. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan pertanyaan yang terdapat dalam rumusan masalah diatas, maka terdapat tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

- a. Untuk mengetahui implementasi produk simpanan wisata (SIWITA) di BMT Al-Hikmah Ungaran
- b. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk simpanan wisata (SIWITA) di BMT Al-Hikmah Ungaran

### **2. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat di harapkan dari penelitian ini adalah:

#### **a. Bagi Penulis**

Sebagai kontribusi pengetahuan dalam menerapkan teori-teori yang telah diperoleh selama perkuliahan. Untuk memenuhi tugas dan melengkapi syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya dalam ilmu perbankan syariah

#### **b. Bagi BMT Al-Hikmah Ungaran**

- 1) Penulisan tugas akhir ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dan penambahan dalam mengembangkan pelayanan produk-produk di masa yang akan datang
- 2) Penulisan tugas akhir ini dapat dijadikan wawasan dalam penentuan kebijakan pemasaran di BMT

#### **c. Bagi Akademik**

Agar dijadikan sebagai bahan referensi atau ilmu pengetahuan bagi mahasiswa khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

#### **D. Metodologi Penelitian**

Metodologi penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penyusunan proposal ini adalah:

##### **1. Jenis dan pendekatan penelitian**

Penulis menggunakan jenis penelitian yang diambil langsung dari lapangan yang dilakukan di BMT Al-Hikmah Ungaran. Ditempat ini peneliti magang selama dua bulan yaitu dari tanggal 13 januari 2020 sampai tanggal 13 maret. Pada penulisan ini , metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Metode kualitatif adalah metode yang diukur secara tidak langsung dan bukan berbentuk angka-angka ataupun bilangan-bilangan tetapi berupa pendapat, pandangan pemikiran, dan keterangan informasi yang dapat merubah kesimpulan yang diinginkan.

##### **2. Sumber Data**

###### **a. Data primer**

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan dari objeknya secara langsung.

Data primer yang digunakan untuk penelitian adalah didapat dari wawancara langsung dengan narasumber yaitu, marketing, Costumer Service dan manajer BMT. Data ini diperoleh dari hasil wawancara.

###### **c. Data sekunder**

Dengan data sekunder, peneliti mempelajari, mencatat dan mengutip data dari buku-buku yang ada diperpustakaan yang berhubungan dengan masalah penelitian. Serta penulis juga mendapatkan data dari BMT Al-Hikmah Ungaran berupa brosur-brosur, dokumen-dokumen dan lainnya.

### 3. Metode Pengumpulan Data

#### a. Metode Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara mengamati objek dan subjek secara terjun langsung ke lapangan untuk melakukan pengamatan data secara valid. Penulis melakukan observasi dengan mengamati langsung didalam kantor maupun dilingkungan masyarakat, dengan tujuan untuk mendapatkan data-data yang riil.

Observasi ini bertujuan untuk mencatat semua informasi yang telah didapatkan sesuai dengan masalah penelitian yang akan diteliti.

#### b. Metode Interview

Metode ini dilakukan penulis dengan melakukan tanya jawab kepada pegawai BMT Al-Hikmah Ungaran yang bersangkutan dengan judul TA yang dibuat. Dalam hal ini penulis mewawancarai marketing

#### c. Dokumen

Dokumen yaitu pengumpulan data-data yang berupa buku-buku, catatan-catatan, ataupun pendapat-pendapat yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas didalam penelitian ini.

### 4. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan penulis adalah penulis mengumpulkan data-data dan menganalisis data tersebut. Metode yang digunakan penulis bersifat deskriptif, yaitu data-data yang diperoleh dituangkan dalam bentuk kata-kata maupun gambar, kemudian data tersebut dideskripsikan sehingga dapat memberikan kejelasan secara sistematis fakta, adanya subjek dan objek yang diteliti secara tepat.

## **E. Sistematika Penulisan**

Secara garis besar sistematika Tugas Akhir ini terbagi menjadi tiga bagian, yaitu: bagian awal Tugas Akhir, bagian isi Tugas Akhir, dan bagian akhir Tugas Akhir.

Bagian awal Tugas Akhir berisi tentang halaman judul, persetujuan pembimbing, pengesahan, motto, persembahan, deklarasi, pedoman transliterasi, abstrak, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel (jika diperlukan), daftar gambar (jika diperlukan), dan daftar lampiran (jika diperlukan).

Sistematika penulisan ini mempunyai fungsi untuk memberikan suatu kemudahan dalam memahami garis besar bagian masing-masing bab secara sistematis. Sistematika penulisan ini terdiri menjadi lima bab yaitu:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, tinjauan pustaka, metode penelitian, sistematika penulisan.

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

Bab ini penulis menguraikan tentang teori-teori menjadi landasan dalam kerangka pemikiran. Pada bab ini membahas tentang Definisi Strategi, Definisi Pemasaran, Perencanaan Pemasaran, Konsep Pemasaran, Definisi Strategi Pemasaran, Strategi Pemasaran Islam, Segmentasi, targeting, dan positioning (STP), Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*), Produk

### **BAB III : GAMBARAN UMUM KSPPS BMT AL-HIKMAH UNGARAN**

Bab ini penulis menguraikan tentang sejarah KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran, Legalitas, Visi dan Misi KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran, Ruang Lingkup Usaha.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini membahas tentang penerapan strategi pemasaran pada produk simpanan wisata (SIWITA) di BMT Al-Hikmah Ungaran .

### **BAB V : PENUTUP**

Pada bab ini membahas tentang Kesimpulan, Saran, Daftar Pustaka, Daftar Riwayat Pendidikan penulis, dan Lampiran-lampiran

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kajian Pustaka

##### Penelitian terdahulu

TABEL 2.1

Nama	Judul	Metode Penelitian	Hasil
Makmur & Saprijal (2015)	“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi pada S-Mart Swalayan Pasir Pengairan)”	Pendekatan Deskriptif Kualitatif	Dalam menganalisa Strategi Pemasaran pada swalayan S-mart pasir pengairan maka konsep yang digunakan adalah konsep 4P <i>marketing mix</i> (Bauran Pemasaran), yaitu <i>Product</i> (Produk), <i>Price</i> (Harga), <i>Promotion</i> (Promosi), <i>Place</i> (Tempat). Adapun produk yang dijual

			sampai saat ini berupa: Kebutuhan Primer, jenis produknya: beras, pakaian, gula, garam, susu, minyak, perlengkapan bayi, dll.
Wais Alkurni & Sri Zuliarni (2014)	“Analisis Proses Pengembangan Produk Baru Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Bisnis (Kasus Pada MM. Cake & Bakery Pekanbaru)”	Penelitian Kualitatif Riset	Dalam proses pengembangan produk baru yang dilakukan MM. Cake & Bakery yaitu: penciptaan gagasan, penyaringan gagasan, pengembangan dan pengujian konsep, strategi pemasaran, analisis bisnis, komersialisasi.
Dimas	“Analisis Strategi Pemasaran Untuk	Pendekatan Kualitatif	Strategi pemasaran yang

<p>Hendika Wibowo, dkk ( 2015)</p>	<p>Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Bati Diajeng Solo)”</p>		<p>dilakukan oleh Batik Diajeng Solo dalam memasarkan produknya dengan menggunakan segmentasi pasar (<i>segmentation</i>), strategi penentu pasar sasaran (<i>targeting</i>), dan strategi posisi pasar (<i>positioning</i>). selain itu dengan mengembangkan bauran pemasaran (<i>marketing mix</i>) yang terdiri dari 4 unsur yaitu produk (<i>product</i>), harga (<i>price</i>), tempat (<i>place</i>), dan promosi (<i>promotion</i>).</p>
--	---	--	---

<p>Janri D. Manafe, dkk (2016)</p>	<p>“Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni dan Budaya (Studi Kasus di Pulau Rote NTT)”</p>	<p>Metode pendekatan kualitatif</p>	<p>Pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Rote Ndao guna meningkatkan kunjungan wisata domestik dan internasional adalah melalui strategi <i>promotion mix</i> (Kotler), meliputi: periklanan (<i>advertising</i>), promosi penjualan (<i>sales promotion</i>), hubungan masyarakat (<i>public relations</i>), penjualan probasi (<i>personal</i></p>
--	---	---	--

			<i>selling</i> ), pemasaran langsung ( <i>direct  marketing</i> ).
--	--	--	--

## B. Definisi Strategi

Terdapat beberapa macam pengertian strategi dari para ahli menurut Marrus dalam Umar (2001:31) strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Strategi didefinisikan secara khusus sebagai tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus , serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh parabpelanggan dimasa depan ( Prahalad dalam Umar, 2001:31).<sup>6</sup>

Sebelum mengembangkan strategi atau program pemasaran untuk suatu produk, jasa ataupun lini produk yang berkaitan,manajer harus mengetahui peranan yang akan dimainkan oleh produk tersebut dalam rencana jangka panjang organisasi. Manajer produk atau pemasaran tidak dapat menyusun strategi yang realistis untuk membina penjualan dan bagian pasar jika sumber daya yang diperlukan untuk menerapkan rencana tidak tersedia.

Strategi perusahaan adalah rencana-rencana jangka panjang yang dirancang untuk memilih berbagai bisnis yang seharusnya dimasuki oleh perusahaan. Strategi ini mengidentifikasi pasar-pasar yang akan dilayani (mendefinisikannya dalam bentuk kebutuhan atau pelanggan atau kedua-

---

<sup>6</sup> Dimas Hendika Wibowo& Dkk, “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo)”, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 29 No.1, Malang: Administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id, 2015, h.2

duanya) serta produk atau jasa yang akan dihasilkan berdasarkan penilaian terhadap lingkungan, sumber daya, dan sasaran perusahaan.<sup>7</sup>

### C. Definisi Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu proses mempersepsikan, memahami, menstimulasi dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut. Pemasaran memberi perhatian pada hubungan timbal balik yang dinamis antara produk-produk dan jasa-jasa perusahaan, keinginan dan kebutuhan konsumen, kegiatan-kegiatan para pesaing.

Pemasaran berhubungan dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia manusia dan masyarakat. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. “Salah satu dari definisi singkat pemasaran adalah memenuhi kebutuhan secara menguntungkan.

American Marketing Association (AMA) menawarkan definisi formal sebagai berikut: “Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya”.<sup>8</sup>

Pemasaran jasa yang dikuti oleh Kotler dan Keller dalam Fandy Tjiptono (2009;4) adalah setiap tindakan jasa adalah perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Sedangkan menurut Rismiati (2005;270) mendefinisikan pemasaaran jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada

---

<sup>7</sup> Joseph P. Guiltinan & Gordon W. Paul, *Strategi...* h. 23

<sup>8</sup> Philip Kotler & Kevin Lane Keller, “*Manjemen Pemasaran*”, Jakarta: Erlangga, 2009, h. 5

pihak yang lain merupakan barang yang tidak berwujud (*intangible*) serta tidak berakibat kepada kepemilikan sesuatu.

Melihat pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa, pemasaran jasa adalah proses setiap kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud (*intangible*).

#### **D. Perencanaan Pemasaran**

Perencanaan hanyalah sesuatu cara yang sistematis dari perusahaan dalam mengendalikan masa depannya. Rencana pada dasarnya adalah pernyataan mengenai *apa* yang ingin dicapai oleh organisasi, *bagaimana* itu akan dicapai, dan *bilamana* itu akan dicapai dan hampir semua manajer pemasaran mengakui pentingnya perencanaan.

Perencanaan merupakan dasar dari proses manajemen. Pada umumnya, perusahaan-perusahaan ini yakin bahwa perencanaan:

- a. Mendorong pemikiran yang sistematis mengenai masa depan
- b. Membawa kearah peningkatan koordinasi
- c. Menetapkan standar prestasi untuk mengukur hasil
- d. Memberikan dasar yang logis untuk pengambilan keputusan
- e. Meningkatkan kemampuan untuk menghadapi perubahan
- f. Memperkuat kemampuan untuk mengenali peluang-peluang pemasaran.

Perencanaan pemasaran adalah proses yang sistematis untuk mengembangkan dan mengkoordinasikan keputusan-keputusan pemasaran.<sup>9</sup> Isi rencana pemasaran paling sedikit harus berisi situasi pemasaran saat ini, rangkuman pimpinan, analisis peluang, masalah, strategi pemasaran, program kegiatan, anggaran laba rugi, dan pengendalian.

---

<sup>9</sup> Guiltinan Joseph P & Gordon W. Paul, " *Strategi*,...h.12

Perencanaan pemasaran perusahaan memberikan arah keseluruhan bagi organisasi dengan merinci produk-produk yang akan dibuat oleh perusahaan serta pasar yang akan dituju dengan menetapkan sasaran yang harus dicapai tiap produk. Proses perencanaan pemasaran perusahaan harus memberikan arah dasar bagi manajemen menengah, dan juga proses perencanaan manajemen menengah haruslah mengintegrasikan berbagai keputusan pemasaran khusus yang dibuat untuk kepentingan tiap-tiap produk.

Berikut langkah-langkah pokok yang terlibat dalam perencanaan pada masing-masing tingkat yaitu

a. Melakukan analisis situasi

Sebelum mengembangkan suatu rencana tindakan, pengambil keputusan harus memahami situasi dan kecenderungan suatu saat yang mempengaruhi organisasi. Secara khusus, harus menetapkan masalah dan peluang yang ditimbulkan oleh perubahan pembeli, pesaing, biaya, dan peraturan. Selain itu juga, harus mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang ada di perusahaan.

b. Menetapkan Sasaran

Setelah menyelesaikan analisis situasi, para pengambil keputusan harus menetapkan sasaran tertentu. Sasaran menyatakan tingkat prestasi yang diharapkan akan dicapai, berdasarkan kenyataan dari masalah dan peluang lingkungan serta kekuatan dan kelemahan perusahaan.

c. Mengembangkan Strategi dan Program

Untuk mencapai sasaran yang ditetapkan, pengambil keputusan harus mengembangkan baik strategi (tindakan jangka panjang untuk mencapai sasaran maupun program (tindakan jangka pendek tertentu untuk menerapkan strategi).

d. Menyediakan alat koordinasi dan pengendalian

Suatu mekanisme harus dikembangkan untuk memasatkan bahwa strategi dan program tersebut dilaksanakan secara efektif. Struktur dan anggaran organisasi merupakan alat utama untuk tindakan koordinasi. Pengendalian juga penting karena keberhasilan strategi dan program tidak pernah dapat diramalkan dengan pasti. Guna dari pengendalian adalah untuk menilai sejauh mana kemajuan arah sasaran telah dicapai dan untuk menunjukkan penyebab-penyebab kegagalan dalam mencapai sasaran sehingga tindakan perbaikan dapat dilakukan.<sup>10</sup>

Satu hal tentang perencanaan yang perlu ditekankan, perencanaan adalah proses. Organisasi beroperasi dalam lingkungan yang kompleks dan dinamis. Oleh karena itu, para manajer harus siap untuk mengubah sasaran dan strategi untuk menghadapi perubahan-perubahan.

## E. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran atau filosofi pemasaran, yaitu falsafat atau anggapan yang diyakini perusahaan sebagai dasar dari setiap kegiatannya dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsep-konsep pemasaran tersebut sifatnya dinamis, karena berkembang atau berevolusi seiring berjalannya waktu. Perkembangan konsep pemasaran meliputi beberapa hal, yaitu:

a. Konsep Produksi.<sup>11</sup>

Konsep produksi adalah salah satu konsep tertua dalam bisnis. Konsep ini menyatakan bahwa konsumen lebih menyukai produk yang tersedia dalam jumlah banyak dan tidak mahal. Para manajer dari bisnis yang berorientasi pada produksi berkonsentrasi untuk mencapai efisiensi produksi yang tinggi, biaya rendah, dan distribusi mahal. Pemasar juga

---

<sup>10</sup> Guiltinan Joseph P & Gordon W. Paul, " *Strategi*,...h.13-14

<sup>11</sup> Philip Kotler & Kevin Lane Keller, " *Manajemen*...,h. 19-21

menggunakan konsep produksi ketika suatu perusahaan ingin memperluas pasar.

b. Konsep Produk

Konsep produk berpendapat bahwa konsumen menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, atau fitur inovatif terbaik. Manajer dari organisasi ini berfokus untuk membuat produk yang unggul dan senantiasa memutakhirkannya. Suatu produk baru tidak akan sukses jika tidak didukung harga, distribusi, iklan, dan penjualan cepat.

c. Konsep Penjualan

Konsep penjualan beranggapan bahwa konsumen dan bisnis, jika dibiarkan tidak akan membeli cukup banyak produk organisasi. Karenanya, organisasi tersebut harus melakukan upaya penjualan dan promosi yang agresif. Konsep penjualan dipraktikkan paling agresif untuk barang-barang yang tidak dicari (*unsought goods*), yaitu barang-barang yang biasanya tidak terpikirkan untuk dibeli konsumen, seperti asuransi, ensiklopedia, peti mati.

Perusahaan yang menerapkan konsep penjualan akan menempatkan sumberdaya yang besar dibidang penjualan dan promosi juga tenaga pemasar akan dilakukan secara gencar.

d. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran beranggapan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi adalah menjadi lebih efektif daripada pesaing dalam menciptakan, menghantarkan, mengomunikasikan nilai pelanggan yang lebih baik kepada sasaran yang dipilih.

Theodore Levit dari Harvard menjelaskan perbedaan antara konsep penjualan dan konsep pemasaran: “penjualan berfokus pada kebutuhan penjual; pemasaran berfokus pada kebutuhan pembeli. penjualan didasari oleh kebutuhan penjual untuk mengubah produknya menjadi uang;

pemasaran didasari oleh gagasan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan melalui produk dan hal-hal yang berhubungan dengan menciptakan, menghantarkan, dan akhirnya mengkonsumsinya”.

Konsep pemasaran membantu perusahaan menghadapi persaingan yang semakin kuat dan ketat. oleh karena itu, operasi perusahaan harus dimulai dari menemukan kebutuhan dan keinginan konsumen, dan disusul dengan menemukan cara pemuasan yang terbaik.

e. Konsep Pemasaran Holistik

Pemasaran holistik adalah suatu pendekatan yang berusaha menyadari dan mendamaikan ruang lingkup dan kompleksitas aktivitas pemasaran. Konsep pemasaran holistik didasarkan atas pengembangan, desain, dan pengimplementasian program pemasaran, proses dan aktivitas-aktivitas yang menyadari keluasan dan sifat saling ketergantungannya.

## **F. Definisi Strategi Pemasaran**

Menurut Kotler (2000) strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran.

Strategi pemasaran adalah pernyataan pokok tentang dampak yang diharapkan akan dicapai dalam hal permintaan pasar target tertentu. Pendekatan terinci untuk menerapkan strategi-strategi ditentukan lewat program-program pemasaran yang spesifik, seperti program periklanan, program promosi penjualan, program pengembangan produk, serta program penjualan dan distribusi.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Guiltinan Joseph P & Gordon W. Paul, “ *Strategi*,...h.157

Untuk mengetahui strategi pemasaran yang bermanfaat, lembaga atau perusahaan harus mengetahui apa jenis kebutuhan yang ingin dipengaruhinya. macam-macam strategi tersebut diantaranya:

a) Strategi kebutuhan primer

Strategi kebutuhan primer dirancang untuk menaikkan tingkat permintaan akan bentuk atau kelas produk dari bukan pemakai yang sekarang dan dari pemakai yang sekarang. Ada dua pendekatan strategi yang mendasar untuk merangsang kebutuhan primer yaitu meningkatkan jumlah pemakai dan meningkatkan tingkat pembelian.

b) Strategi kebutuhan selektif

Strategi kebutuhan selektif dirancang untuk memperbaiki posisi persaingan suatu produk, jasa atau bisnis. Fokus dasar dari strategi ini adalah pada bagian pasar, karena perolehan penjualan diharapkan akan datang dengan mengorbankan bentuk produk atau kelas produk pesaing. Strategi kebutuhan selektif dapat dicapai dengan mempertahankan pelanggan lama atau dengan menjaring pelanggan baru.<sup>13</sup>

Rencana strategi pemasaran merupakan salah satu dokumen pemecah masalah. kemampuan memecahkan masalah yaitu mengenali bahwa masalah yang besar biasanya kombinasi dari masalah yang kecil. pendekatan utama yang baik adalah memecahkan dahulu masalah yang kecil, dengan itu masalah yang besar menjadi bagian yang bisa diatur.

## **G. Strategi Pemasaran Islami**

Menurut ajaran Islam, kegiatan pemasaran harus dilandasi dengan nilai-nilai islami yang dijiwai dengan semangat ibadah kepada Allah dan berusaha semaksimal mungkin untuk mencapai kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan atau kepentingan sendiri.

---

<sup>13</sup> Guiltinan Joseph P & Gordon W. Paul, " *Strategi*,... h.158-163

Pemasaran dalam islam dapat dilakukan dengan komunikasi dan silaturahmi dalam rangka untuk memperkenalkan produk dan barang dagangan. Dalam Hadis Nabi dari Anas ibn Malik yang diriwayatkan oleh Al-Bukhari dan Muslim:

*“Barang siapa ingin rezekinya dilapangkan dan pengaruhnya diluaskan maka hendaknya ia menyambung tali silaturahmi”.*

Islam merupakan agama yang luar biasa. Islam agama yang lengkap, yang mengurus semua hal dalam hidup manusia. Islam juga agama yang mampu menyeimbangi dunia dan akhirat, antara hamblum minallah (hubungan dengan Allah) dan hamblum minannas (hubungan sesama manusia).

Dalam ekonomi islam yang disertai keikhlasan semata-mata untuk mencari ridha Allah, maka bentuk transaksinya insyaAllah menjadi nilai ibadah dihadapan Allah SWT. Ada beberapa sifat yang membuat Nabi Muhammad berhasil dalam melakukan bisnis diantaranya yaitu:

- a. Shiddiq (jujur atau benar) dalam berdagang Nabi Muhammad dikenal sebagai seorang pemasar yang jujur dan benar dalam memberikan informasi produknya
- b. Fathanah (cerdas) dalam hal ini pemimpin yang mampu memahami, menghayati, dan mengenal tugas dan tanggungjawab bisnisnya dengan baik
- c. Tabligh (komunikatif) seorang pemasar harus menyampaikan keunggulan-keunggulan produk dengan menarik tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran yang sebenarnya.

Tujuan dan fungsi pemasaran islami (syariah) menurut Herman Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula ada dua tujuan utama marketing syariah atau pemasaran syariah yaitu:

- a. Me-marketing-kan Syariah dimana perusahaan yang pengelolaanya berlandaskan syariah Islam dituntut untuk bisa bekerja dan bersikap professional dalam dunia bisnis. Juga dibutuhkan suatu program pemasaran yang komprehensif mengenai nilai dari produk-produk syariah agar dapat diterima dengan baik, sehingga tingkat pemahaman masyarakat yang masih memandang rendah terhadap perbedaan yang ditawarkan oleh perusahaan yang berbasiskan islami
- b. Me-marketing-kan dengan mensyariahkan marketing, adalah sebuah teknik pemasaran yang tidak serta merta menjalankan bisnisnya demi sebuah keuntungan pribadi saja, tetapi juga karena usaha untuk menciptakan dan menawarkan bahkan mengubah suatu nilai kepada para penguasa utamanya (Allah SWT, konsumen, karyawan, pemegang saham) sehingga usaha tersebut dapat menjaga keseimbangan laju bisnisnya menjadi bisnis yang sesuai dengan konsep Islami atau Syariah.<sup>14</sup>

## **H. Segmentasi, Targeting dan Positioning**

### **Segmentasi**

Segmentasi pasar merupakan kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau ramuan pemasaran tersendiri.<sup>15</sup>

Pada dasarnya segmentasi pasar adalah proses membagi pasar keseluruhan suatu produk atau jasa yang bersifat heterogen kedalam beberapa segmen, dimana masing-masing tertentu terdiri dari banyak bagian yang lebih kecil yang masing-masing bagian memiliki karakteristik tertentu yang sama (dalam bagian tersebut). Berdasarkan segmentasi tersebut, kemudian perusahaan berusaha mengembangkan program-program pemasaran yang

---

<sup>14</sup>Nurul Mubarak & Eriza, "Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan pada Butik Calista", I-Economic Vol.3 No.1, Palembang: 2017, h.79-81

<sup>15</sup> Kamsir, "*Pemasaran Bank*", Jakarta: Kencana, 2008, h.100

terpisah ( umumnya dengan produk yang berbeda) untuk memenuhi kebutuhan khas masing-masing segmen.

Segmentasi perlu dilakukan karena dalam situasi pasar terdapat banyak pembeli yang berbeda kebutuhan dan keinginannya. Dan setiap perbedaan memiliki potensi untuk menjadi pasar tersendiri. Dalam melakukan segmentasi terdapat beberapa variabel yang perlu diperhatikan.

Dalam praktiknya segmentasi pasar memiliki variabel tertentu. Variabel yang digunakan untuk melakukan segmentasi pasar terdiri dari:

a. Segmentasi berdasarkan geografis

Segmentasi berdasarkan geografis artinya membagi pasar berdasarkan wilayah tertentu seperti, jenis bangsa, provinsi, kabupaten, kecamatan, dan lainnya.

b. Segmentasi berdasarkan demografis

Segmentasi berdasarkan demografis adalah membagi pasar berdasarkan kependudukan seperti, golongan umur, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, agama, tingkat sosial, atau lainnya.

c. Segmentasi berdasarkan Psikografis

Segmentasi berdasarkan psikografis maksudnya membagi pasar berdasarkan kriteria seperti, kelas sosial, gaya hidup, karakteristik kepribadian.

d. Segmentasi berdasarkan perilaku

Disusun berdasarkan tingkah laku atau kebiasaan masyarakat seperti, pengetahuan, sikap, kegunaan, tanggap terhadap suatu produk dan lain.

### **Targeting ( Menetapkan Pasar Sasaran)**

Setelah mengidentifikasi segmen pasar, pemasar lalu memutuskan segmen mana yang memberikan peluang besar. Maka segmen itulah yang akan menjadi pasar sasarannya. Pertimbangan untuk memilih segmen adalah

besarnya segmen yang akan dipilih luasnya segmen dan kemampuan perusahaan untuk memasuki segmen tersebut.

Menetapkan pasar sasaran artinya mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani. Menetapkan pasar sasaran dengan cara mengembangkan ukuran-ukuran dan daya tarik segmen kemudian memilih segmen sasaran yang diinginkan.

Kegiatan menetapkan pasar sasaran meliputi;

1) Evaluasi segmen pasar yang meliputi:

- a. Ukuran dan pertumbuhan segmen seperti data tentang usia konsumen
- b. Struktural segmen yang menarik dilihat dari segi profitabilitas.
- c. Sasaran dan sumber daya organisasi dengan memperhatikan energi yang dimiliki organisasi, yaitu ketersediaan sumber daya manusia termasuk keterampilan yang dimilikinya.

2) Memilih segmen

Memilih segmen adalah menentukan satu atau lebih segmen yang memiliki nilai tinggi bagi perusahaan. Kemudian menentukan segmen mana dan berapa banyak yang dapat dilayani. Pemilihan segmen dapat dilakukan dengan dua cara. Pertama adalah dengan cara:

- a. Pemasaran serbasama, melayani semua pasar dan tawaran pasar dalam arti tidak ada perbedaan. Mencari apa yang sama dalam kebutuhan konsumen.
- b. Pemasaran serba aneka, merancang tawaran untuk semua pendapata, tujuan, atau kepribadian.
- c. Pemasaran terpadu, khusus untuk sumber daya manusia yang terbatas.

Kedua, terdapat lima alternatif untuk melakukan seleksi atau memilih pasar sasaran. Hal ini penting mengingat masing-masing alternative memiliki kelebihan tersendiri. Karena itu, setiap

perusahaan perlu mempertimbangkan kelima alternatif ini jika hendak melakukan pasar sasarannya.

Adapun kelima alternatif tersebut adalah sebagai berikut:

a. Single Segment Concentration

Dalam alternatif single segment concentration, perusahaan dapat memilihnya pada segmen saja. Artinya, kita konsentrasikan segmen mana yang paling potensial dan menguntungkan perusahaan. Pertimbangan penggunaan alternatif ini adalah:

- Keterbatasan dana
- Segmen tersebut belum tergarap
- Segmen tersebut cenderung diabaikan pesaing

b. Selective Specialiation

Selective Specialiation merupakan cara untuk memilih sejumlah segmen yang menarik dan sesuai dengan tujuan serta sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan. Dalam hal ini masing-masing segmen memiliki sinergi yang sama kuat, sehingga perlu dipilih secara hati-hati.

c. Market Specialiation

Dalam hal ini perusahaan melakukan segmentasi dengan mengkhususkan diri untuk melayani berbagai kebutuhan dari sekelompok nasabah atau pelanggan tertentu saja

d. Product Specialiation

Product specialization merupakan cara perusahaan untuk memfokuskan kepada produk yang kemudian dijual kepada berbagai segmen pasar

e. Full Market Coverage

Dengan alternatif ini perusahaan melakukan atau melayani semua segmen yang ada dengan semua produk yang mungkin dibutuhkan tanpa ada batasan tertentu.<sup>16</sup>

**Positioning (Menentukan Posisi)**

Positioning merupakan cara menetapkan produk ditempat yang jelas, berbeda, dan diinginkan oleh pangsa pasar yang dituju (Kotler dan Armstrong, 2008). Ada 3 tahap dalam menentukan positioning, yakni mengumpulkan perbedaan nilai pelanggan untuk membangun perbedaan nilai pelanggan untuk membangun posisi, memilih keunggulan kompetitif yang tepat, dan memilih keseluruhan strategi positioning.<sup>17</sup>

Penentuan posisi pasar bagi produk ataupun jasa suatu perusahaan sangatlah penting. Produk atau jasa yang diposisikan pada posisi yang diinginkan oleh konsumen atau nasabah, sehingga hal itu dapat menarik minat konsumen atau nasabah untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Kegiatan ini dilakukan setelah menentukan segmen mana yang ingin dimasuki atau ditempati dalam segmen tersebut.

**I. Bauran Pemasaran**

Menurut Kotler dan Armstrong (2004:78) bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dipasar sasaran.

Bauran pemasaran merupakan kombinasi dari kegiatan inti sistem pemasaran yang terdiri dari strategi produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan distribusi (*place*).

---

<sup>16</sup> Kamsir, “Pemasaran, ...h.103-105

<sup>17</sup> Sylvia Tri Astina,dkk, “Analisis Segmentation, Targeting, dan Positioning dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Melalui Strategi Pemasaran di Toko Pia Cap Mangkok Cabang Semeru”, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.39 No.2, Malang: administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id, 2016, h. 58

## J. Produk

Proses pengembangan dan pemasaran produk-produk biasanya sangat penting bagi keberhasilan bisnis jangka panjang. Pada tingkat produk atau lini produk, program pengembangan produk dapat sangat penting bagi keberhasilan dari suatu strategi pemasaran. Tetapi, pengembangan produk itu mahal, menyita waktu, dan penuh resiko. Kebanyakan produk gagal untuk mencapai sukses komersial dan kegagalan ini dapat merugikan perusahaan.

Produk baru mempunyai andil yang besar terhadap pertumbuhan pada banyak perusahaan dan seringkali menjadi penyumbang utama bagi laba keseluruhan bisnis tersebut. Produk-produk baru adalah produk-produk yang baru bagi perusahaan dan dapat meliputi modifikasi besar dari produk yang sudah ada, duplikasi dari produk pesaing, akuisisi produk, ataupun produk yang benar-benar inovatif.<sup>18</sup>

Agar proses pengembangan produk tersebut dapat dijalankan dengan baik bagi perusahaan, maka ada delapan tahap dalam proses besar ini yang dikemukakan oleh Kotler (1990), yaitu: 1) Penciptaan gagasan, 2) penyaringan gagasan, 3) pengembangan dan pengujian konsep, 4) strategi pemasaran, 5) analisis bisnis, 6) pengembangan produk, 7) uji coba pemasaran, 8) komersialisasi.<sup>19</sup>

Ada empat jenis pokok dari program pengembangan produk yang masing-masing dirancang untuk memenuhi sasaran-sasaran yang spesifik.

jenis-jenis program ini adalah:

### a. Program modifikasi lini produk

Jenis program ini mungkin diperlukan untuk menerapkan strategi pemasaran mempertahankan pelanggan (customer retention marketing strategy) guna memenuhi kebutuhan pembeli yang sedang berubah, untuk

---

<sup>18</sup> Gultinan Joseph P & Gordon W. Paul, “ *Strategi...* h.186

<sup>19</sup> Wais Alkurni & Sri Zuliarni, “Analisis Proses Pengembangan Produk Baru Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Bisnis (Kasus Pada MM. *Cake & Bakery* Pekanbaru), Jom FISIP Vol.1 No.2, Riau: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, 2014, h.4-7

mengimbangi penawaran baru dari pesaing, atau sekedar untuk meningkatkan kepuasan terhadap produk.

b. Program perluasan lini produk

Sasaran dari perluasan lini produk adalah untuk menjangkau suatu segmen baru dipasar. Artinya, program seperti ini dapat diterapkan untuk menjaring pelanggan pesaing dalam segmen dimana perusahaan pada saat tidak mempunyai produk untuk ditawarkan atau untuk merangsang permintaan diantara para bukan pemakai bentuk produk.

c. Program produk komplementer

Produk komplementer adalah produk yang pada umumnya digunakan bersama-sama dengan produk yang sudah ada. Produk-produk ini dapat dikembangkan baik untuk meningkatkan penjualan produk yang sudah ada ataupun untuk memantapkan pertumbuhan penjualan dipasar yang bersangkutan.

d. Program Diversifikasi

Diversifikasi adalah suatu kebijakan menambahkan produk-produk baru guna melayani pasar yang baru pula. Program diversifikasi pada umumnya dirancang guna mendirikan perusahaan baru dipasar baru untuk mencapai sasaran seperti peluang pertumbuhan baru atau stabilitas penjualan.<sup>20</sup>

Pentingnya produk baru bagi pertumbuhan penjualan perusahaan akan sangat bervariasi diantara berbagai perusahaan. Konsep produk menyatakan bahwa konsumen lebih menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, atau fitur inovatif terbaik. Manajer dari perusahaan juga berfokus untuk membuat produk yang unggul. Suatu produk baru tidak akan sukses jika tidak didukung oleh harga, distribusi, iklan, dan penjualan yang tepat.

---

<sup>20</sup> Guiltinan Joseph P & Gordon W. Paul, " *Strategi*,... h.186-191

## **BAB III**

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

#### **A. Sejarah KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran**

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Al Hikmah Ungaran adalah sebuah lembaga swadaya masyarakat yang tumbuh dan berkembang di wilayah kecamatan Ungaran. Lahirnya koperasi BMT ini diawali adanya pertemuan tokoh-tokoh masyarakat Babadan dan sekitarnya pada tanggal 24 September 1998 di Masjid Wahyu Langensari melalui rapat yang di hadiri 30 orang yang siap menjadi anggota pendiri. Tujuan koperasi BMT ini untuk menciptakan sebuah lembaga perekonomian masyarakat sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas kehidupan social ekonomi umat islam, dengan sasaran utama pedagang dan pengusaha kecil serta masyarakat umum lapisan bawah di kecamatan Ungaran. Salah satu unit usaha ialah unit simpan pinjam dengan menggunakan sistem bonus. Adapun target yang hendak dicapai ialah terbentuknya pusat perekonomian ummat melalui kegiatan usaha mencapai kesejahteraan hidup umat.

BMT Al Hikmah Ungaran mulai beroperasi di kompleks pasar babadan blok B 26 pada tanggal 15 oktober 1998 dengan modal awal sebesar Rp. 15.000.000,00 ( lima belas juta rupiah). Modal awal tersebut berawal dari simpanan yang di setorkan para anggota berupa simpanan pokok, simpanan pokok khusus, dan simpanan wajib. Pengelolaan koperasi KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran dipercayakan kepada empat pengelola yang telah mendapatkan pelatihan melalui Proyek Penanggulangan Pekerja Trampil (P3T) di asrama Haji Donohudan, Solo. Sampai saat ini tercatat 18 orang yang mengelola koperasi KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran. Pengajuan badan hukum koperasi kepada dinas kopeasi disetujui dan disahkan dengan terbitnya

badan hukum dengan No: 047/BH/KDK.II.I/III/1999 tanggal 2 maret 1999 dan telah terjadi perubahan tanggal 24 oktober 2008 No 29.

Kemajuan dan perkembangan koperasi KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran yang berdiri dengan latar belakang, jenis usaha, asal daerah yang berbeda, pendidikan dan status social yang berbeda menunjukkan kepercayaan masyarakat yang cukup besar terhadap keberadaan koperasi KSSPS BMT AL HIKMAH. Saat ini koperasi BMT AL HIKMAH menempati kantor di Jl. Jend. Sudirman No. 12 Mijen Gedanganak Ungaran Timur Kab. Semarang dengan kantor cabang di kompleks pasar Babadan Blok E 23-25, di komplek terminal karangjati No. 11 Kecamatan Bergas, di kompleks Bawen, di jalan Tirtomoyo di kompleks pasar Bandungan, di Jl. Raya Gunung pati Boja Ds. Ngabean No. 05 Gunung pati kota semarang dan di jalan Taman Siswa no. 13 sekaran Gunung pati.<sup>21</sup>

#### **B. Legalitas KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran**

Nama KSPPS	:KSPPS BMT Al-Hikmah
No. Badan Hukum	:047/ BH/ KDK/ III/ 1999 tanggal 2 Maret 1999
Perubahan	:PAD No.00395/PAD/M.KUKM.2/VIII/2017
Kantor Pusat	:Jl. Jendral Sudirman No. 12 Lt.2 Mijen Gedanganak Ungaran Timur
Kantor Cab. Ungaran Timur	:Jl. Jendral Sudirman No. 12 Lt. 2 Mijen Gedanganak Ungaran Timur
Kantor Cab. Babadan	: Komplek Pasar Babadan Blok E 23- 25 Ungaran Barat

---

<sup>21</sup> File PDF BMT Al-Hikmah

Kantor Cab. Karangjati	: Komplek Terminal Pasar Karangjati No. 11 Bergas Kab. Semarang
Kantor Cab. Bawen	: Jl. Samban – Jimbaran Rt.01/01 Samban, Bawen, Kab. Semarang
Kantor Cab. Bandungan	: Jl. Tirtomoyo No. 7 Bandungan, Kab. Semarang
Kantor Cab. Gunungpati	: Jl. Gunungpati – Boja No. 5 Ngabean, Gunungpati
NPWP	: 02.253.304.6-505.000
TDP	: 11.14.2.64.0027
Ijin Simpan Pinjam	: Jawa Tengah No. 518.27/DU- SISPK/XIV/III/2019
HO	: 510.4/92/IG-B/2015. <sup>22</sup>

### **C. Tujuan dan Sasaran**

#### Tujuan

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

#### Sasaran

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

---

<sup>22</sup> Powerpoint yang di paparkan Ibu Asroti selaku Bendahara di Kantor BMT Al-Hikmah Ungaran pada tanggal 2 Maret 2020

#### **D. Visi dan Misi KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran**

##### Visi

“Menjadi Lembaga Keuangan Syariah yang sehat, professional, dan terpercaya di Jawa Tengah”

##### Misi

1. Memperbaiki struktur permodalan
2. Meminimalkan *Non performing* financing (NPF)
3. Meningkatkan pendapatan koperasi
4. Meningkatkan SDM yang handal dan kompeten
5. Meningkatkan penghimpunan dana anggota dan calon anggota
6. Meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap koperasi BMT
7. Meningkatkan pengelolaan koperasi secara professional

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

##### 1. Struktur Organisasi

###### a. Pengurus

Ketua : H. Muhari, S.Ag., M.M.

Sekretaris : Awing Fraptiyo, S.E

Bendahara : Asroti, S. Pd.I

###### b. Pengawas

Ketua : Gatot Indratmoko, S.E

Anggota 1 : Drs. H. Abu Hanafi

Anggota 2 : Ichsan Maarif, S.T

###### c. Dewan Pengawas Syariah

Ketua : Drs. Toni Irianto

Anggota : Prof. Dr. H. Muh. Saerozi, M.Ag

d. Jumlah Pengelola

**Cabang Babadan**

- 1) Nurul Amrullah
- 2) Zulikhan Yahya
- 3) Yuni Fatmawati, S.E
- 4) Salanti Nurul Ariyani

**Cabang Mijen dan Pusat**

- 1) Heni Fajar Rukiyanti, S.pd
- 2) Mudhofar
- 3) Sayfur Rochman
- 4) Saefudin
- 5) Nur khasan
- 6) Dian Irfani, A.Md.
- 7) Pertiwi A. Putri

**Cabang Bandungan**

- 1) Sulamin
- 2) Masyudi, Amd.
- 3) Nurjanah

**Cabang Karangjati**

- 1) Mujana
- 2) Ahwat Adi Wibowo
- 3) Fahrul Saktiana, S.E

**Cabang Bawen**

- 1) Supandriyo, A.Md
- 2) Adi Tiya
- 3) Sefi Aprillia, A.Md

### **Cabang Gunungpati**

- 1) Eko Susilo, S.E
- 2) Kharis Muhandis, A.Md.
- 3) Abdul Chamid

#### 2. Uraian Tugas

Berikut ini uraian pembagaian tugas masing-masing jabatan di KSPPS BMT AL HIKMAH Ungaran:

##### a. Pengawas

Mengawasi jalannya operasional BMT, meneliti dan membuat rekomendasi produk baru BMT, serta membuat pernyataan secara berkala, bahwa BMT yang diawasi sesuai dengan ketentuan syariah.

##### b. Dewan pengurus

Mengawasi, mengevaluasi dan mengarahkan pelaksanaan pengelolaan BMT.

##### c. Manager

- 1) Menyusun rencana strategi yang mencakup : pandangan pihak eksekutif, prediksi tentang kondisi lingkungan, perkiraan posisi perusahaan dalam persaingan
- 2) Mengusulkan rencana strategi kepada dewan untuk disahkan dalam RAT maupun non RAT
- 3) Mengusulkan rancangan anggaran dan rencana kerja dari baitut tamwil, baitul maal quantum quality, dan SBU lainnya kepada dewan pengawas yang nantinya disahkan dalam RAT.

##### d. Admin Pembiayaan

- 1) Melakukan pelayanan dan pembinaan kepada anggota
- 2) Menyusun rencana pembiayaan
- 3) Menerima berkas pengajuan pembiayaan

- 4) Mengajukan berkas pembiayaan hasil analisis kepada komisi pembiayaan
  - 5) Melakukan analisis pembiayaan
  - 6) Melakukan pembinaan anggota pembiayaan agar tidak macet
  - 7) Melakukan administrasi pembiayaan
  - 8) Membuat laporan perkembangan pembiayaan
- e. Teller
- 1) Memberikan pelayanan kepada anggota baik penarikan maupun penyetoran tabungan atau angsuran
  - 2) Mengitung keadaan keuangan atau transaksi setiap hari
  - 3) Menandatangani formulir serta slip dari anggota serta mendokumentasikannya
- f. Customer Service
- 1) Memberikan pelayanan kepada anggota dalam memberikan informasi produk kepada calon anggota
  - 2) Membantu anggota dalam melakukan proses pembukuan rekening simpanan
  - 3) Membantu anggota dalam melakukan proses pembukaan dan penutupan rekening simpanan
  - 4) Mempersiapkan buku simpanan untuk anggota
  - 5) Memberikan pelayanan informasi perbankan lainnya kepada anggota, terutama dalam menangani permasalahan transaksi anggota
- g. Marketing
- 1) Bertanggung jawab kepada manager pemasaran atas semua pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya
  - 2) Melakukan penagihan terhadap anggota yang mengajukan pembiayaan di BMT

- 3) Mengambil tabungan milik anggota yang menabung tapi tidak bisa datang ke kantor untuk melakukan penarikan
- 4) Mensosialisasikan produk-produk BMT kepada masyarakat
- 5) Menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat yang membutuhkan dana untuk mengembangkan bidang usaha atau lainnya

## **F. Ruang Lingkup Usaha**

Produk-produk KSPPS BMT AL HIMAH terbagi atas produk simpanan dan pembiayaan

1) Produk simpanan terdiri dari.<sup>23</sup>

a. Simpanan Sukarela Lancar (SIRELA)

Simpanan sukarela lancar merupakan simpanan anggota masyarakat yang di dasarkan akad *wadi'ah yad dhamanah*

Syarat :

1. Mengisi aplikasi pendaftaran anggota BMT
2. Mengisi aplikasi pembukaan rekening SIRELA
3. Menyerahkan foto copy KTP/SIM yang masih berlaku
4. Bagi Anggota Baru Wajib membayar simpanan pokok sebesar Rp. 25.000 dan simpanan wajib sebesar 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 pelajar yang berprestasi.

---

<sup>23</sup> Brosur Jasa Layanan Pembiayaan BMT Al-Hikmah Ungaran

Syarat :

1. Mengisi aplikasi pendaftaran anggota BMT
2. Mengisi aplikasi pembukaan rekening SIMPEL
3. Menyerahkan foto copy kartu pelajar/ kartu mahasiswa
4. Bagi Anggota Baru wajib membayar simpanan pokok sebesar Rp. 25.000 dan simpanan wajib minimal sebesar 10.000

c. Simpanan Sukarela Qurban (SISUQUR)

Simpanan sukarela qurban adalah simpanan anggota yang dirancang khusus sebagai sarana mempersiapkan dana untuk melaksanakan ibadah penyembelihan qurban.

Penyetoran dapat dilakukan sewaktu-waktu sedangkan penarikan atau pencairannya hanya dapat dilakukan pada bulan dzulhijjah saat pelaksanaan penyembelihan hewan qurban.

1. Mengisi aplikasi pendaftaran anggota BMT
2. Mengisi aplikasi pembukaan rekening SISUQUR
3. Menyerahkan foto copy KTP/SIM yang masih berlaku
4. Bagi anggota baru wajib membayar simpanan pokok sebesar Rp. 25.000 dan simpanan wajib sebesar Rp. 10.000

d. Simpanan Ibadah Haji atau Umroh ( SIHAJI/UMROH)

Simpanan Ibadah Haji/umroh merupakan inovasi baru BMT AL HIKMAH yang dikhususkan bagi anggota masyarakat muslim yang berencana menunaikan Ibadah Haji/Umroh.

Fitur:

1. Diperuntukkan bagi anggota perorangan usia 10 tahun keatas
2. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad Mudharabah
3. Bekerjasama dengan Bank Syariah Mandiri dalam Online dengan SISKOHAT Kementerian Agama

4. Tersedia fasilitas pembiayaan Dana Talangan Haji/ umroh sampai dengan Rp. 25.000.000 dari BMT AL HIKMAH (syarat ketentuan dan berlaku)
  5. Bebas biaya admisnistrasi bulanan. Pembukaan rekening awal minimum Rp. 500.000
  6. Setoran berikutnya minimum Rp. 50.000
  7. Memperoleh bagi hasil simpanan yang akan diakumulasikan sebagai tambahan dalam pembayaran biaya ibadah Haji/ Umroh
  8. Penarikan simpanan dapat dilakukan setelah jangka waktu yang telah disepakati atau anggota sudah siap untuk melaksanakan ibadah Haji/Umroh.
- e. Simpanan Wisata (SIWITA)

Simpanan wisata adalah simpanan syariah yang dirancang khusus bagi calon anggota sebagai sarana untuk merencanakan wisata

Syarat :

1. Membuka rekening simpanan wisata
2. Menyeter simpanan sebesar Rp 100.000 per bulan selama 12 bulan (sudah termasuk uang aku)
3. Mulai oktober 2019 s/d September 2020

Fasilitas

1. Kaos/ T shirt cantik
2. Aneka doorpize menarik
3. Snack makan

- f. Simpanan Suka Rela Berjangka ( SISUKA)

Simpanan suka rela berjangka merupakan simpanan berjangka dengan prinsip syariah yang memberikan hasil investasi yang optimal bagi anggota BMT AL HIKMAH.

Fitur :

1. Diperuntukkan bagi anggota perorangan/lembaga
2. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah muthlahaq (bagi hasil)
3. Pilihan jangka waktu fleksibel 6,12 dan 24 bulan
4. Tidak dikenakan biaya administrasi
5. Bagi hasil yang dioptimal dengan nisbah yang kompetitif
6. Bagi hasil langsung menambah saldo Simpanan Harian
7. Jangka waktu dapat diperpanjang otomatis (automatic roll over )
8. Setoran minimal Rp. 500.000
9. Dapat dijadikan jaminan pembiayaan BMT AL HIKMAH.

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

#### 1. Produk pembiayaan<sup>24</sup>

Produk penyaluran dana berupa jenis pembiayaan, berupa modal dan sewa barang atau jasa. Beberapa jenis pembiayaan yang disediakan sebagai berikut:

- a) Prinsip jual beli (Murabahah)
- b) Prinsip sewa (ijarah)
- c) Prinsip bagi hasil (mudharabah)

Dana simpanan dari masyarakat yang ada di KSPPS BMT AL HIKMAH di kelola 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.

---

<sup>24</sup> Brosur Jasa Layanan Pembiayaan BMT Al-Hikmah Ungaran

## Jenis-jenis akad pembiayaan di KSPPS BMT AL HIKMAH:

### 1) Pembiayaan multi barang dengan prinsip jual beli murabahah

Akad murabahah 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.

Fasilitasnya pembiayaan diperuntukkan bagi anggota yang menginginkan memiliki barang atau peralatan usaha guna mendukung kegiatan usaha anggota KSPPS BMT AL HIKMAH siap membantu mewujudkan keinginan anggota untuk memiliki barang impian tersebut dengan proses mudah cepat dan harga terjangkau.

Keunggulan pembiayaan pemilikan sepeda motor di KSPPS BMT AL HIKMAH diantaranya:

- a. Melayani semua jenis sepeda motor pabrikan Jepang (Honda, Suzuki, Kawasaki)
  - b. Persyaratan mudah dengan proses cepat
  - c. Uang muka minimal 30% dari harga kendaraan yang diinginkan
  - d. Bagi hasil kompetitif sesuai dengan kesepakatan
  - e. Bagi hasil diperhitungkan dari harga pokok dikurangi dengan uang muka yang disetorkan
  - f. Total angsuran lebih ringan dibandingkan dengan Dealer/Lasing
  - g. Jangka waktu maksimal sampai dengan 3 tahun
  - h. Apabila menyelesaikan pembiayaan sebelum jangka waktu akan memperoleh potongan dan tidak dikenakan pinaliti.
- ### 2) Pembiayaan multi jasa dengan prinsip ijarah

Di sebut 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

peruntukkan bagi anggota yang terkendala dalam membayar biaya pendidikan, biaya sewa rumah sakit, biaya perjalanan, dan biaya lain yang diperlukan.

KSPPS BMT AL HIKMAH siap membantu membayarkan kebutuhan anggota dan membalikan pembiayaan dan jasanya secara angsuran atau sesuai tempo kesepakatan.

Syarat:

- a. Bersedia menjadi anggota KSPPS BMT AL HIKMAH
- b. Memiliki usaha dan atau penghasilan tetap
- c. Mengisi aplikasi pengajuan pembiayaan yang telah disediakan
- d. Bersedia di survey apabila pihak KSPPS BMT AL HIKMAH memerlukan
- e. Melengkapi administrasi
  - Foto copy KTP suami istri
  - Foto copy Kartu Keluarga (KK)
  - Foto copy surat nikah
- f. Melampirkan jaminan asli dan foto copy BPKP Kendaraan, sertifikat tanah atau surat kios/los pasar

### 3) Pembiayaan Kerjasama Mudharabah/ Musyarakah

Fasilitas pembiayaan diperuntukkan bagi anggota yang menginginkan permodalan dalam pengembangan usaha yang digelutinya agar usahanya tersebut menjadi lebih besar dan menguntungkan.

KSPPS BMT AL HIKMAH siap menjadi mitra sebagai pemodal ataupun bermitra sebagai partner dalam mengembangkan usaha anggota tersebut.

Syarat:

- a. Bersedia menjadi anggota KSPPS BMT AL HIKMAH
- b. Memiliki usaha produktif dan berprospektif

- c. Bersedia di survey dilokasi usaha yang diajukan
- d. Mengisi aplikasi pengajuan pembiayaan yang telah disediakan
- e. Melengkapi persyaratan:
  - Foto copy KTP suami istri
  - Foto copy Kartu Keluarga (KK)
  - Foto copy Surat Nikah
  - Melampirkan jaminan asli dan foto copy BPKP Kendaraan, sertifikat tanah atau surat kios/los

#### 4) Produk jasa

Produk jasa KSPPS BMT AL HIKMAH adalah SI GADAI. Layanan yang diperuntukkan bagi anggota yang menginginkan bantuan jasa dari pihak KSPPS BMT dalam memenuhi kebutuhan anggota. Layanan gadai barang seperti perhiasan, hadphone, elektronik, kendaraan bermotor, laptop, alat-alat rumah tangga.

Keunggulan:

##### a) Mudah

Cukup membawa barang yang akan digadai dengan bukti kepemilikan dan identitas diri

##### b) Cepat

Uang cair kurang dari 30 menit

##### c) Aman

Memberikan jaminan keamanan terhadap barang yang dititipkan

##### d) Berkah

Dikelola dengan sistem syariah yang berlandaskan atas dasar prinsip tolong menolong

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Implementasi Produk Simpanan Wisata di BMT Al-Hikmah Ungaran**

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Al Hikmah Ungaran adalah sebuah lembaga swadaya masyarakat yang tumbuh dan berkembang di wilayah kecamatan Ungaran. Tujuan koperasi BMT Al-Hikmah ini adalah untuk menciptakan sebuah lembaga perekonomian masyarakat sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi umat islam, dengan sasaran utama pedagang dana pengusaha kecil serta masyarakat umum lapisan bawah .

Kegiatan usaha BMT Al-Hikmah Ungaran adalah menghimpun dan menyalurkan dana. Dalam produk simpanan, BMT Al-Hikmah menawarkan simpanan suka rela berjangka, simpanan pelajar, simpanan sukarela qurban, simpanan ibadah haji/ umroh, simpanan suka rela berjangka dan simpanan wisata. Sedangkan dalam menyalurkan dana ada pembiayaan multi barang dengan prinsip jual beli murobahah, pembiayaan multi jasa dengan prinsip jasa ijarah dan pembiayaan mitra usaha kerjasama mudharabah/ musyarakah.

Menurut manager BMT Al-Hikmah Ungaran Bapak Muhari dari hasil wawancara penulis, munculnya produk Simpanan Wisata (SIWITA) adalah berasal dari pegawai BMT Al-Hikmah Ungaran yang mengusulkan untuk diadakannya wisata yang berlaku untuk pegawai maupun anggota (nasabah) BMT Al-Hikmah dan disitulah manager menerima saran atau masukan dari pegawainya. Tepat pada bulan Oktober 2019 s/d September 2020 simpanan wisata sudah mulai diluncurkan hal ini karena sudah disepakati saat diadakannya Rapat Akhir Tahun (RAT).

Maka dari itu, implementasi dari beberapa produk yang ada di BMT Al-Hikmah produk simpanan wisata merupakan produk yang diterapkan, karena produk ini baru diluncurkan dan masih banyak anggota yang

dibutuhkan dari produk ini anggar produk simpanan wisata juga menjadi produk keunggulan di BMT Al-Hikmah Ungaran.

Tabungan simpanan wisata (SIWITA) di BMT Al-Hikmah Ungaran, mempunyai tujuan wisata di Bromo dan sekitarnya. Persyaratan pembukaan rekening simpanan wisata ini adalah:

- a. Pembukaan rekening Simpanan Wisata
- b. Menyetor simpanan sebesar Rp. 100.000/per Bulan selama 12 Bulan (sudah termasuk uang saku)
- c. Mulai Oktober 2019 s/d September 2020

Prosedur pembukaan rekening simpanan wisata sangatlah mudah yaitu:

- a. Anggota atau calon anggota bisa datang langsung ke kantor BMT atau pihak BMT bisa mendatangi langsung ke tempat anggota
- b. Lalu anggota atau calon anggota mengisi formulir untuk melengkapi identitas
- c. Kemudian menyerahkan foto kopi KTP atau Kartu Keluarga sebanyak satu lembar
- d. Anggota atau calon anggota mendata tangani formulir yang telah di isi
- e. Dan terakhir anggota atau calon anggota membayar setoran sebesar awal Rp 100.000

Adapun fasilitas atau manfaat yang disediakan yaitu:

- a. Kaos/ T-Shirt cantik
- b. Aneka doorprize menarik
- c. snack dan makanan

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

Perumusan strategi pemasaran bertujuan untuk menarik dan meningkatkan jumlah nasabah apalagi produk simpanan yang ditawarkan oleh BMT Al-Hikmah Ungaran ini merupakan produk baru yang diluncurkan dari perusahaan untuk masyarakat. Selain dengan dilakukannya strategi pemasaran secara continue dan baik maka dapat dipastikan penjualan dari suatu produk di BMT Al-Hikmah Ungaran akan berjalan dengan baik sesuai dengan yang sudah direncanakan, sehingga akan berdampak pada suksesnya produk tersebut banyak diminati nasabah.

Pemasaran BMT Al-Hikmah Ungaran beroperasi diwilayah Jawa Tengah, tetapi untuk saat ini dikerjakan dan dijalankan diwilayah Kabupaten Semarang. Pemasaran BMT Al-Hikmah dilakukan secara terus menerus dari segi promosi maupun menawarkan produk-produknya, walaupun dengan nasabah lama ataupun baru tetapi jika promosi dilakukan secara terus menerus dapat memberikan kepercayaan penuh bagi para anggota nasabah. Dengan itu seluruh pegawai BMT Al-Hikmah selalu berbekal menanamkan rasa didalam diri dengan jangan pernah menyerah ataupun berputus asa sebelum mencoba, dan selalu berpegang teguh pada firman Allah dalam Q.S Al-Insyirah.

Artinya :“Bukankah kami telah melapangkan untukmu dadamu?,(1) Dan Kami telah menghilangkan dari padamu bebanmu,(2) yang memberatkan punggungmu? (3) Dan Kami tinggikan bagimu sebutan (nama) mu. (4) Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, (5) sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.(6) Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, (7) dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.(8)”

Dari hasil penelitian lapangan dengan marketing dan wawancara dengan Bapak Muhari selaku manajer BMT Al-Hikmah Ungaran, penulis mendapatkan hasil penerapan strategi efektif yang dilakukan BMT Al-Hikmah Ungaran dalam memasarkan Produk Simpanan Wisata (SIWITA) ini adalah:

1. Penerapan Segmentasi, Targeting, dan Positioning BMT Al-Hikmah Ungaran

a. Segmentasi

Dari hasil pengamatan yang dilakukan penulis berdasarkan penuturan ketua pengurus BMT Al-Hikmah Ungaran, segmentasi yang diterapkan BMT Al-Hikmah Ungaran yaitu:

a) Segmen geografis

Segmentasi berdasarkan geografis artinya membagi pasar berdasarkan wilayah tertentu seperti, jenis bangsa, provinsi, kabupaten, kecamatan, dan lainnya.

Segmentasi geografis dari BMT Al-Hikmah Ungaran yaitu didaerah Ungaran Kabupaten Semarang. Meliputi, pasar ungaran, babadan, karangjati, pabrik-pabrik, lingkungan rumah penduduk, warung dan sekitarnya.

b) Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis adalah membagi pasar berdasarkan kependudukan seperti, golongan umur, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, agama, tingkat sosial, atau lainnya.

Segmentasi demografis yang dilakukan BMT Al-Hikmah Ungaran terhadap produk simpanan wisata adalah tidak terbatas, baik dari segi umur, pekerjaan, pendidikan, kelas sosial, pegawai, pedagang, ibu rumah tangga, maupun anak-anak (dengan syarat menggunakan kartu keluarga) berhak dan bisa dapat mempunyai

produk simpanan wisata yang ada di BMT Al-Hikmah Ungaran. Karena produk baru simpanan wisata ini adalah simpanan yang buat untuk mengajak anggota atau calon anggota bisa berwisata dan menikmati liburan yang diadakan oleh BMT Al-Hikmah Ungaran.

b. Targeting

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Bapak Muhari, target pasar BMT Al-Hikmah Ungaran dalam memasarkan atau menawarkan produk simpanan wisata adalah tidak ada target yang difokuskan. Karena produk simpanan wisata ini untuk semua jenis kalangan seperti pelajar, pedagang, pegawai, ibu rumah tangga, anak-anak dan lainnya, bisa ikut mempunyai tabungan wisata.

c. Positioning

Dalam hal ini BMT Al-Hikmah Ungaran memposisikan produk simpanan wisatanya untuk masyarakat wilayah ungaran dan anggota BMT Al-Hikmah.

BMT Al-Hikmah juga memposisikan produk simpanan wisatanya dengan anggota nasabah bisa datang langsung untuk menabung ataupun dengan marketing datang langsung kerumah-rumah anggota nasabah. Dengan marketing datang langsung kerumah-rumah sebagai upaya untuk mendekati diri dengan anggota atau silaturahmi dan mengutamakan komunikasi. Dibalik itu, supaya produk simpanan wisata ini juga lebih dikenal masyarakat lainnya. Hal ini biasanya menjadi salah satu strategi untuk menarik hati anggotanya.

## 2. Penerapan Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

### a. Product (produk)

BMT Al-Hikmah Ungaran mengeluarkan produk baru yaitu Simpanan Wisata (SIWITA). Simpanan wisata ini merupakan tabungan yang dibuat dengan tujuan mengajak masyarakat untuk bisa berwisata dan liburan dengan cara menabung. Tujuan atau lokasi dari simpanan ini yaitu di Bromo dan sekitarnya.

Keunggulan dari produk simpanan wisata ini adalah bisa berwisata atau liburan dengan lebih terencana dan siap dengan disediakan fasilitas-fasilitas, dan dengan adanya tabungan atau simpanan lebih memudahkan masyarakat. Adapun fasilitas-fasilitas yang didapat dari produk ini adalah:

- 1) Kaos/ T-Shirt cantik
- 2) Aneka doorprize menarik
- 3) snack dan makanan

### b. Price (Harga)

Pada simpanan wisata diwajibkan untuk setoran awal Rp. 100.000 dan bulan berikutnya sampai jangka 12 bulan setoran tetap Rp. 100.000 per bulan. Jadi totalnya adalah Rp 1.200.000 selama satu tahun, menurut penulis, harga untuk produk simpanan wisata ini sangat terjangkau, karena tujuannya pun tidak disatu tempat melainkan di Bromo dan sekitarnya. Fasilitas yang di sediakan pun mencukupi, dan dengan jumlah Rp 1.200.000 ada uang saku yang akan diberikan dari tabungan masing-masing

### c. Place (Tempat)

Memilih lokasi yang strategis merupakan hal yang penting dalam memasarkan produk, dengan adanya lokasi strategis nasabah dapat dengan mudah menjangkau lokasi perusahaan.

Letak lokasi BMT Al-Hikmah pun strategis yaitu kantor pusat terletak dipinggir jalan utama, Jl. Jend. Sudirman No. 12 Mijen Gedanganak Ungaran Timur Kab. Semarang, dan kantor-kantor cabang-cabang BMT Al-Hikmah terletak di dekat-dekat pasar yaitu dengan kantor cabang di kompleks pasar Babadan Blok E 23-25, di kompleks terminal karangjati No. 11 Kecamatan Bergas, di kompleks Bawen, di jalan Tirtomoyo di kompleks pasar Bandungan, di Jl. Raya Gunung pati Boja Ds. Ngabean No. 05 Gunung pati kota semarang dan di jalan Taman Siswa no. 13 sekaran Gunung pati.

d. Promotion (promosi)

Promosi merupakan cara langsung atau tidak langsung guna untuk menarik konsumen lebih banyak. Adapun kegiatan promosi yang dilakukan oleh BMT Al-Hikmah Ungaran dalam menawarkan dan memasarkan produk barunya yaitu:

1) Mendatangi Calon Nasabah

Dengan semakin ketatnya persaingan lembaga non-bank saat ini, maka seorang marketing harus berfikir *out of the box* jika selama ini nasabah yang datang ke perusahaan maka sekarang perusahaan yang mendatangi nasabah, maka strategi ini disebut strategi marketing jemput bola

Pemasaran strategi jemput bola yang dilakukan oleh staf marketing BMT Al-Hikmah yaitu marketing menunggu calon nasabah ditempat-tempat ramai seperti pasar, pabrik, warung-warung, mendatangi rumah kerumah dan sekaligus marketing menjelaskan langsung tentang produk-produk yang ada di BMT Al-Hikmah khususnya produk simpanan wisata. Dengan cara ini BMT Al-Hikmah bisa meringankan beban nasabah yang tidak perlu

datang langsung ke kantor karena ada petugas khusus yang mendatangi langsung.

2) Semua Pegawai BMT Al-Hikmah Ungaran

Strategi pemasaran pada produk simpanan wisata ini juga dilakukan oleh semua pegawai atau karyawan BMT Al-Hikmah guna meningkatkan minat nasabah atau anggota pada produk simpanan wisata ini.

Para pegawai atau karyawan biasanya menawarkan atau mempromosikan terutama kepada anggota keluarga, saudara-saudaranya serta memberikan penjelasan tentang keunggulan dari produk simpanan wisata ini agar banyak yang minat terhadap produk ini.

3) Brosur

Brosur merupakan media promosi yang efektif dan banyak digunakan oleh perusahaan untuk mempromosikan produk atau jasanya. Dilihat dari banyaknya brosur yang terdapat di BMT Al-Hikmah Ungaran untuk nasabah dan calon nasabah maupun yang sudah tersebar disekeliling wilayah ungaran, mengharuskan desain brosur yang dibuat haruslah yang berkualitas dan menarik yang akan membuat nasabah tertarik untuk membacanya agar mau bergabung menjadi anggota BMT Al-Hikmah khususnya pada produk simpanan wisata. Brosur yang dibuat tersebut haruslah memuat gambarang tentang keunggulan produk, persyaratan, serta fasilitas-fasilitas yang diberikan dari produk tersebut.

4) Network (Jaringan Komputer)

Meningkatnya pengguna internet dirasa sangat bermanfaat untuk dijadikannya salah satu strategi pemasaran. Pemasaran bisnis melalui internet cara memperluas jangkauan pasar.

Menurut penuturan manajer BMT Al-Hikmah melalui internet marketing bisa mempermudah dan dapat menjangkau nasabah atau konsumen yang tidak harus terjun langsung ke daerah tersebut . internet marketing yang digunakan BMT Al-Hikmah yaitu dengan cara membuat website, facebook, isntagram untuk memasarkan produk simpanan wisata.

Menurut penelitian penulis melalui wawancara dengan marketing dan manajer BMT Al-Hikmah, keefektifan strategi pemasaran selain brosur adalah network (jaringan computer) karena melalui internet banyak sekali keunggulan yang bisa didapat, antara lain, pemasaran melalui internetada batasan waktunya karena sistem otomatisnya yang dapat melayani anggota atau konsumen kapan saja dan dimana saja dengan respon yang cepat selama ada jaringan internet. Pemasaran melalui internet juga dapat menjangkau pasar lebih luas, karena internet dapat menginformasikan apa saja keseluruhan masyarkat bahkan seluruh daerah.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian data diatas yang telah dibahas dan dijabarkan, maka penulis mendapat kesimpulan yaitu sebagai berikut:

Simpanna Wisata (SIWITA) merupakan produk baru yang dibuat BMT Al-Hikmah Ungaran untuk masyarakat yang ingin berwisata atau menikmati liburan dengan sistem menabung.

Tabungan simpanan wisata (SIWITA) di BMT Al-Hikmah Ungaran, mempunyai tujuan wisata di Bromo dan sekitarnya. Persyaratan pembukaan rekening simpanan wisata ini adalah:

- d. Pembukaan rekening Simpanan Wisata
- e. Menyetor simpanan sebesar Rp. 100.000/per Bulan selama 12 Bulan (sudah termasuk uang saku)
- f. Mulai Oktober 2019 s/d September 2020

Prosedur pembukaan rekening simpanan wisata sangatlah mudah yaitu:

- f. Anggota atau calon anggota bisa datang langsung ke kantor BMT atau pihak BMT bisa mendatangi langsung ke tempat anggota
- g. Lalu anggota atau calon anggota mengisi formulir untuk melengkapi identitas
- h. Kemudian menyerahkan foto kopi KTP atau Kartu Keluarga sebanyak satu lembar
- i. Anggota atau calon anggota mendata tangani formulir yang telah di isi
- j. Dan terakhir anggota atau calon anggota membayar setoran sebebsar awal Rp 100.000

Adapun fasilitas atau manfaat yang disediakan yaitu:

- e. Kaos/ T-Shirt cantik
- f. Aneka doorprize menarik
- g. snack dan makanan

Penerapan strategi pemasaran efektif yang dilakukan oleh BMT Al-Hikmah Ungaran pada Produk Simpanan Wisata (SIWITA) adalah sebagai berikut:

3. Penerapan Segmentasi, Targeting, dan Positioning

Segmentasi yang diterapkan BMT Al-Hikmah Ungaran yaitu segmentasi geografis dan segmentasi demografis

4. Penerapan Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Penerapan bauran pemasaran meliputi

- a) Produk (product)
- b) Price (Harga)
- c) Place (Tempat)
- d) Promotion (promosi)

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh BMT Al-Hikmah Ungaran yaitu:

- 5) Mendatangi Calon Nasabah
- 6) Semua Pegawai BMT Al-Hikmah Ungaran
- 7) Brosur
- 8) Network (Jaringan Komputer)

## **B. Saran**

Dari hasil penelitian di BMT Al-Hikmah Ungaran , maka saran yang akan penulis sampaikan adalah:

1. BMT Al-Hikmah Ungaran memiliki persaingan antar lembaga keuangan yang begitu lebih ketat. maka dari itu, penulis memberikan saran agar pihak BMT Al-Hikmah dapat melakukan pelatihan-pelatihan kinerja kepada pengelola agar dapat bersaing dengan lembaga-lembaga lain sehingga memberi kemajuan kepada BMT.
2. BMT Al-Hikmah bisa menggunakan system bagi hasil untuk bisa lebih menarik nasabah ,yaitu misalnya dengan cara nasabah menabung uang sebesar 350/30 bulan, Total = Rp. 10.500.000, lalu BMT bisa memberi bonus atau bagi hasil wisata secara gratis dengan tujuan lokasi wisata yang menarik, tanpa ada potongan dari tabungan nasabah ataupun pungutan biaya nasabah. Jadi dengan saran ini, penulis berharap BMT Al-Hikmah dapat menekankan lagi konsep atau rencana pemasarannya agar nasabah lebih bisa tertarik dan juga bisa memberi kesuksesan tujuan BMT.
3. BMT Al-Hikmah harus lebih memperhatikan kegiatan-kegiatan sosialnya karena ini merupakan salah satu strategi untuk bisa menarik hati anggotanya.
4. BMT Al-Hikmah Ungaran harus lebih menekankan strategi pemasarannya lebih luas, untk memperluas pemasaran sebaiknya BMT Al-Hikmah bisa menggunakan media cetak seperti surat kabar, dan media elektronik seperti radio.
5. Sebaiknya BMT Al-Hikmah bisa menambah Sumber daya pegawainya karena hal ini agar lebih efektif dalam melayani anggota nasabah dan karyawan saling memberikan support berupa motivasi untuk meningkatkan kinerja produktif masing-masing SDM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif M. Nur Rianto, 2012, Lembaga Keuangan Syariah, Bandung: Cv Pustaka Setia.
- Zainul Arifin, 2000, Memahami Bank Syariah Lingkup, Peluang, Tantangan, dan Prospek, Jakarta: AlvaBet
- Profil BMT Al-Hikmah Ungaran
- Brosure BMT Al-Hikmah
- Wibowo Hedika Dimas & Dkk, 2015. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajang Solo). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 29 No.1 [administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id](http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id). H.2
- Guiltinan Joseph P & Gordon W. Paul, 1987. Strategi dan Program Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Adhitya Fajar. 2018. Pendekatan Pemasaran Dengan Konsep “SIMARK” Untuk Melestarikan Local Wisdom Di Dalam Masyarakat. Semarang. Jurnal STIE Semarang Vol. 10 No.1. H.46
- Mubarok Nurul & Eriza. 2008. Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan pada Butik Calista. Palembang. I-Economic Vol.3 No.1. H.79-81
- Kamsir. 2008. Pemasaran Bank. Jakarta: Kencana
- Astina Sylvia Tri & Dkk. 2016. Analisis Segmentation, Targeting, dan Positioning dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Melalui Strategi Pemasaran di Toko Pia Cap Mangkok Cabang Semeru.Malang. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.39 No.2. [administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id](http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id). H. 58
- Alkurni Wais & Sri Zuliarni. 2014. Analisis Proses Pengembangan Produk Baru Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Bisnis (Kasus Pada MM. *Cake & Bakery* Pekanbaru). Riau. Jom FISIP Vol.1 No.2. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas. H.4-7
- File PDF BMT Al-Hikmah

[http://bmtalhimahsmg.blogspot.co.id/2015/04/sejarah-bmt-alhikmah\\_19.html](http://bmtalhimahsmg.blogspot.co.id/2015/04/sejarah-bmt-alhikmah_19.html)

Powerpoint Kantor BMT Al-Hikmah Ungaran

Brosur Jasa Layanan Pembiayaan BMT Al-Hikmah Ungaran

## LAMPIRAN

 <b>BMT K S P P S AL HIKMAH</b> UNGARAN - KAB. SEMARANG		SLIP PENARIKAN
		Tanggal ..... / ..... / .....
<b>JENIS PENARIKAN</b> <input type="checkbox"/> Si Reli <input type="checkbox"/> Si Wadiah <input type="checkbox"/> Si Suka <input type="checkbox"/> S. Pokok <input type="checkbox"/> Si Suqur <input type="checkbox"/> S. Wajib <input type="checkbox"/> Saras <input type="checkbox"/> Simsus <input type="checkbox"/> Simpel <input type="checkbox"/> CR <input type="checkbox"/> Si Haji <input type="checkbox"/> _____	Nama : ..... ..... Alamat : ..... ..... No. Rek. : ..... Cabang : .....	Jumlah Penarikan Rp ..... Terbilang .....
Supervisor	Kasir	Tanda Tangan Penarik
		Ket. :  Lembar 1 : BMT 2 : Anggota

 <b>BMT K S P P S AL HIKMAH</b> UNGARAN - KAB. SEMARANG		SLIP SETORAN
		Tanggal ..... / ..... / .....
<b>JENIS SETORAN</b> <input type="checkbox"/> Si Reli <input type="checkbox"/> Si Wadiah <input type="checkbox"/> Si Suka <input type="checkbox"/> Simp. Pokok <input type="checkbox"/> Si Suqur <input type="checkbox"/> Simp. Wajib <input type="checkbox"/> Saras <input type="checkbox"/> Simsus <input type="checkbox"/> Simpel <input type="checkbox"/> Adm. Pemby <input type="checkbox"/> Si Haji <input type="checkbox"/> _____	Nama : ..... ..... Alamat : ..... ..... No. Rek. : ..... Cabang : .....	Jumlah Setoran Rp ..... Terbilang .....
Supervisor	Tanda Tangan Kasir	Tanda Tangan Penyetor
		Ket. :  Lembar 1 : BMT 2 : Anggota



**BMT** K S P P S  
AL HIKMAH  
UNGARAN - KAB. SEMARANG

**SLIP ANGSURAN**

Tanggal ..... / ..... / .....

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



**SLIP PENCAIRAN DEBET**

Tanggal : \_\_\_\_\_

KREDIT

DEBET

NO. PERKIRAAN

\_\_\_\_\_

NO. PERKIRAAN

\_\_\_\_\_

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

Keterangan

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Supervisor	Kasir
------------	-------

**SLIP PENCAIRAN KREDIT**

Tanggal : \_\_\_\_\_

DEBET

KREDIT

NO. PERKIRAAN

NO. PERKIRAAN

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

Keterangan

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Supervisor

Kasir

**SLIP MEMORIAL**

Tanggal : \_\_\_\_\_

DEBET

KREDIT

NO. PERKIRAAN

NO. PERKIRAAN

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

Keterangan

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Supervisor

Kasir

**KARTU VALIDASI**

No. Tab/Dep.	:	
Jenis Tab/Dep.	:	
Atas nama	:	
No. KTP/SIM	:	
Pekerjaan	:	
Temp. & Tgl. lahir	:	
Alamat rumah	:	
Alamat kantor	:	
Telepon	:	
DIBUAT		DISETUJUI

**KARTU VALIDASI**

No. Tab/Dep.	:		Tgl. dibuka	:	
Atas nama	:				
Tanda tangan berlaku : salah satu/keduanya *)					
Nama lengkap	:			Tanda tangan	:
Nama lengkap	:			Tanda tangan	:

\*) Coret salah satu



Jenis Simpanan :  Si Relas    Simpel    Si Suqur    Si Wadiah  
 Si Suka    Si Haji    Saras

Tanggal : .....

Nama Lengkap : .....

Tempat / Tgl. Lahir : .....

Jenis Kelamin :  Laki - laki                       Perempuan

Jenis Identitas :  KTP                                       SIM

No. Identitas : .....

Pendidikan :  SD    SLTP    SLTA    PT    .....

Pekerjaan :  PNS                       Pegawai Swasta                       Wiraswasta  
 Pelajar/Mhs                       TNI/POLRI                       Lain - lain

Alamat : .....

Kelurahan : .....

Kecamatan : .....

Kota : .....

Telepon :  Rumah :                       Kantor :  
 HP :

Ahli Waris : .....

Saldo Awal : Rp. .... Hubungan Keluarga : .....

VALIDASI

DIISI OLEH			TANDA TANGAN Ungaran, .....
Pembuat	Pemeriksa	Persetujuan	

Tanggal Pengajuan : .....  
 Jenis Pengajuan :  Baru  Lama

**I. DATA PEMOHON**

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

**II. DATA KELUARGA**

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

KEKAYAAN/ INVENTARIS		
Jenis	Jumlah	Keterangan
Rumah		
Tanah		
Mobil		
Kendaraan		

**III. DATA USAHA/ PEKERJAAN**

Untuk Pengusaha/ pedagang  
 Nama Usaha : .....  
 Bidang Usaha : .....  
 Alamat Usaha : .....  
 Status Tempat Usaha : ~~Milik Sendiri/ Kontrak~~  
 Rp. .... Per Bln/ Thn

Untuk Karyawan  
 Nama Perusahaan : .....  
 Alamat : .....  
 Telephon : .....  
 Jabatan : .....  
 Lama Bekerja : .....

**IV. DATA KEUANGAN/ PENGHASILAN**

Pendapatan Per Bulan : Rp. ....  
 Pendapatan Suami/istri : Rp. ....  
 Pendapatan lain : Rp. ....  
 Jumlah Pemasukan : Rp. ....  
 Biaya Hidup Per Bulan : Rp. ....  
 Pinjaman lain : Rp. ....  
 Jumlah Pengeluaran : Rp. ....  
 Sisa Penghasilan : Rp. ....

Pinjaman Lain  
 Pinjaman Di : .....  
 Jumlah Pinjaman : .....  
 Jangka Waktu : .....  
 Angs. Per bulan : .....  
 Sisa Pokok : .....

**V. DATA AGUNAN**

1. BPKB Mobil/ Motor Merk ..... Tahun ..... No. Pol. .... An. ....  
Hak Milik :  Sendiri  Orang Lain Nama : .....  
Alamat : .....

2. Sertifikat Tanah/ Letter D/ Hak Guna \* ( coret yang tidak perlu )  
Hak Milik :  Sendiri  Orang Lain Nama : .....  
Alamat : .....

3. Kartu Kios Pasar ..... An. .... Nomor .....  
Hak Milik :  Sendiri  Orang Lain Nama : .....  
Alamat : .....

4. Lain - lain  
.....  
.....

**VI. DATA PEMBIAYAAN**

Jumlah Pengajuan : Rp ..... ( ..... )  
Jangka Waktu : ..... Bln/ Thn  
Penggunaan : .....  
Jenis Akad\*(diisi petugas) : MBA/ Ijarah/ QH/ MBA Angs/ MBA Paras

**VII. PERNYATAAN**

1. Saya menyatakan bahwa semua informasi yang diberikan adalah benar, informasi ini diberikan untuk tujuan permohonan pembiayaan dan dengan ini saya mengizinkan KSPPS BMT Al Hikmah untuk mendapatkan dan memeriksa seluruh informasi yang diperlukan.
2. Bersama ini saya memberikan kuasa kepada KSPPS BMT Al Hikmah untuk memotong dari simpanan saya guna melunasi angsuran pembiayaan dan atau kewajiban lainnya jika terjadi penundaan pembayaran.
3. Dengan ini saya menyatakan pula bersedia patuh pada peraturan dan persyaratan yang ditentukan KSPPS BMT Al Hikmah dan saya mengetahui dan menyetujui bahwa BMT berhak menyetujui atau menolak permohonan ini tanpa memberikan alasannya.

Mengetahui Suami/ Istri/ Orangtua

Ungaran, .....  
Pemohon

.....  
Petugas Yang Menerima  
.....

**PENGECEKAN FISIK KENDARAAN**

NAMA : .....  
ALAMAT : .....

Pada hari ini ..... tanggal ..... Telah datang di kantor KSPPS BMT ALHIKMAH Cabang Ungaran Timur dengan membawa sebuah kendaraan roda dua / empat yang akan digunakan sebagai jaminan pembiayaan dan telah dilakukan cek fisik kendaraan sebagai berikut:

Nomor Polisi : .....  
Tahun : .....  
Merk / Type : .....  
Warna : .....  
Nomor Rangka : .....  
Nomor Mesin : .....

Pihak BMT

Calon Pembiayaan

## PEMBIAYAAN MITRA USAHA

Kerjasama Mudharabah / Musyarakah



Fasilitas Pembiayaan diperuntukkan 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 partner dalam mengembangkan usaha anggota tersebut

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

### LAYANAN

## PEMBIAYAAN

#### SYARAT :

- Bersedia menjadi anggota BMT AL HIKMAH.
- Memiliki usaha produktif dan prospektif.
- Bersedia di survey dilokasi usaha yang diajukan.
- Mengisi aplikasi pengajuan pembiayaan yang telah disediakan.
- Melengkapi persyaratan administratif.
  - Ⓞ Foto copy KTP Suami Istri.
  - Ⓞ Foto copy Kartu Keluarga (KK)
  - Ⓞ Foto copy data pendukung usaha.
  - Ⓞ Melampirkan foto copy BPKB Kendaraan, Sertifikat Tanah / Surat Kios / Los Pasar





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

**SIMPANAN WISATA**

**AYO KE...**

**BROMO**

INSYA ALLAH BERANGKAT

**OKTOBER 2020**

**FASILITAS :**

1. Kaos/ T Shirt Cantik
2. Aneka Doorprize Menarik
3. Snack dan Makanan

*Buruan  
Daftar*

**Syarat :**

1. Membuka rekening Simpanan Wisata
2. Menyetor Simpanan sebesar Rp. 100.000,-/per Bulan Selama 12 Bulan ( Sudah termasuk uang saku).
3. Mulai Oktober 2019 s/d September 2020

**Kantor Pusat :**

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

Mijen : Jl. Jenderal Sudirman No.12 Lt.1 Mijen, Gedanganak Ungaran Timur  
50519 Telp/Fax 024-6924415  
Babadan : Komplek Ps. Babadan Blok E 23-25 Ungaran Barat 50518 Telp. 024 -  
6922743  
Karangjati : Komplek Terminal Ps. Karangjati No. 11 Kec. Bergas 50552 Telp. 0298 -  
525657  
Bawen : Jl. Samban - Jimbaran RT 01/01 Ds. Samban Bawen Telp. 0298 - 521414  
Bandungan : Jl. Tirtomoyo No.07 Bandungan Telp. 0298 - 711151  
Gunungpati : Jl. Raya Gunungpati - Boja Ds. Ngabean No.05 Gunungpati Kota  
Semarang Telp. 024-6932092


**BMT 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 : bmtalikhmahung@yahoo.co.id

**SI WADIAH**  
 SIMPANAN  
 WAJIB BERHADIAH



**GRAND PRIZE  
 SEPEDA  
 MOTOR**

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 penyeteran 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

## SIHAJI/UMROH

Simpanan Ibadah Haji/ Umroh

Simpanan Ibadah Haji/ umroh merupakan inovasi baru BMT AL HIKMAH yang dikhususkan bagi Anda Masyarakat Muslim yang berencana menunaikan Ibadah Haji/ Umroh.

### FITUR :

- Diperuntukkan bagi anggota perorangan usia 10 tahun keatas.
- Berdasarkan prinsip syariah dengan akad Mudharabah.
- Bekerjasama dengan Bank Syariah Mandiri dalam Online dengan SIKOHAT Kementerian Agama.
- Tersedia fasilitas pembiayaan Dana Talangan Haji / umroh sampai dengan Rp. 25 juta dari BMT AL HIKMAH (syarat ketentuan & berlaku)
- Bebas biaya administrasi bulanan. Pembukaan rekening awal minimum Rp. 500.000,-
- Setoran berikutnya minimum Rp. 50.000,-
- Memperoleh Bagi Hasil Simpanan yang akan diakumulasikan sebagai tambahan dalam pembayaran biaya Ibadah Haji/ Umroh.
- Penarikan simpanan dapat dilakukan setelah jangka waktu yang telah disepakati atau anggota sudah siap untuk melaksanakan Ibadah Haji/ Umroh.

## SISUKA

Simp. Suka Rela Berjangka

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 muthlaqah (bagi hasil)
- Pilihan jangka waktu fleksibel 6,12 dan 24 bulan.
- Tidak dikenakan biaya administrasi.
- Bagi hasil yang optimal dengan nisbah yang kompetitif.
- Bagi hasil langsung menambah saldo Simpanan Harian.
- Jangka waktu dapat diperpanjang otomatis (automatic roll over).
- Setoran Minimal Rp. 500.000,-
- Dapat dijadikan jaminan pembiayaan di BMT AL HIKMAH.

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

### Kantor Cabang :

- Mijen : Jl. Jenderal Sudirman No.12 Lt.1. Mijen  
Gedanganak Ungaran Timur 50519  
Telp/Fax 024-6924415
- Babadan : Komplek Ps. Babadan Blok E 23-25  
Ungaran Barat 50518 Telp. 024 - 6922743
- Karangjati : Komplek Terminal Ps. Karangjati No. 11  
Kec. Bergas 50552 Telp. 0298 - 525657
- Bawen : Jl. Samban - Jimbaran RT 01/01 Ds. Samban  
Bawen Telp. 0298 - 521414
- Bandungan : Jl. Tirtomoyo No.07 Bandungan  
Telp. 0298 - 711151
- Gunungpati : Jl. Raya Gunungpati - Boja Ds. Ngabean No.05  
Gunungpati Kota Semarang  
Telp. 024-6932092

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

Kantor Pusat :  
Jl. Jenderal Sudirman No.12 Lt.2, Mijen  
Gedanganak Ungaran Timur 50519  
Telp/Fax 024-6924415  
email:bmtalikhmahmg@yahoo.co.id

LAYANAN  
SIMPANAN

BMT AL HIKMAH



## SIRELA

Simp. Sukarela Lancar

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

### FITUR :

- Diperuntukkan bagi anggota perorangan / lembaga.
- Syarat pembukaan simpanan yang sangat ringan.
- Bebas biaya administrasi bulanan.
- Berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah yadlomanah.
- Memperoleh Bagi Hasil Simpanan 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,-
- Penyetoran dan Penarikan Simpanan dapat 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 Simpanan Pokok sebesar Rp. 25.000,- dan simpanan wajib sebesar Rp. 10.000,-



## SIMPEL

Simpanan Pelajar

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 pelajar yang berprestasi.

### FITUR :

- Diperuntukkan bagi pelajar / mahasiswa.
- Syarat pembukaan simpanan yang sangat ringan.
- Bebas biaya administrasi bulanan.
- Berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah yadlomanah.
- Memperoleh Bagi Hasil Simpanan 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,-
- Penyetoran dan Penarikan Simpanan dapat dilaksanakan 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 Simpanan Pokok sebesar Rp. 25.000,- dan simpanan wajib minimal sebesar Rp. 10.000,-

## SISUQR

Simpanan Sukarela Qurban

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

### FITUR :

- Diperuntukkan bagi Anggota perorangan / lembaga
- Syarat pembukaan simpanan yang sangat ringan.
- Bebas biaya administrasi bulanan.
- Berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah.
- Memperoleh Bagi Hasil Simpanan 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 Aqiqah.

### SYARAT :

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



### PERSYARATAN PENDAFTARAN HAJI

- FC. KTP Suami dan Istri sebanyak 3 lembar
- FC. Kartu Keluarga (KK) sebanyak 1 lembar
- FC. Akte Kelahiran/ Ijazah/ Buku Nikah sebanyak 1 lembar
- Surat Keterangan sehat dari PUSKESMAS setempat
- Foto Warna Background Putih 3x4 dan 4x6 masing-masing sebanyak 5 lembar. khusus untuk calhaj laki-laki foto TIDAK MENGENAKAN TUTUP KEPALA (Peci/ Kupluk/ dll).
- Usia minimal 12 Tahun keatas
- Buku Rekening
- FC. NPWP (jika Ada)

Semoga menjadi haji mabrur, usaha yang dilakukan, dosa yang diampuni  
amal sholeh yang diterima, penerimaan yang tidak menanti,  
Hai, Dzat Yang Mengetahui sesuatu dalam dada,  
keluarkan kami dari kegelapan menuju cahaya.

Kantor Pusat :

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

Mijen : Jl. Jenderal Sudirman No.12 Lt.1, Mijen, Gedanganak  
Ungaran Timur 50519 Telp/Fax 024-6924415

Babadan : Komplek Ps. Babadan Blok E 23-25 Ungaran Barat  
50518 Telp. 024-6922743

Karangjati : Komplek Terminal Ps. Karangjati No.11 Kec. Bergas  
50552 Telp. 0298-525657

Bawen : Jl.Samban-Jimbaran RT 01/01 Ds. Samban Bawen  
Telp. 0298-521414

Bandungan : Jl.Tirtomoyo No.07 Bandungan Telp. 0299-711151

Gumungpati : Jl. Raya Gumungpati - Beja Ds. Ngabean No.05  
Gumungpati Kota Semarang Telp. 024-6932092

2,5 jt

BUNDUK BISA MENGGANTAR HAJI atau UMROH

Hubungi:

### PEMBIAYAAN TALANGAN HAJI

**Ketentuan:**

- Sudah terdaftar sebagai anggota KSPPS BMT Al-Hikmah
- Pembiayaan dengan akad Ijarah Multijasa
- Pembiayaan Tanpa Jaminan
- Uang Muka / Down Payment/ Urbun Minimal Rp. 2,5 Jt Belum Termasuk Biaya Administrasi & Pembukaan Rekening
- Ujrah Pembiayaan setara 1,25% perBulan Flat
- Jangka waktu Maksimal 60 bulan (5 th)

Uang Muka	Talangan	Adm & Simpi	ANGSURAN				
			1 Tahun	2 Tahun	3 Tahun	4 Tahun	5 Tahun
2.500.000	22.500.000	650.000	2.156.250	1.218.750	906.250	750.000	656.250
3.000.000	22.000.000	650.000	2.108.333	1.191.667	886.111	733.333	641.667
3.500.000	21.500.000	650.000	2.060.417	1.164.583	865.972	718.667	627.083
4.000.000	21.000.000	650.000	2.012.500	1.137.500	845.833	700.000	612.500
4.500.000	20.500.000	650.000	1.964.583	1.110.417	825.694	683.333	597.917
5.000.000	20.000.000	650.000	1.916.667	1.083.333	805.556	666.667	583.333

**Fasilitas:**

1. Pengurusan rekening Bank Syariah
2. Pendampingan ke KEMENAG sampai mendapat Porsi Haji

### PEMBIAYAAN TALANGAN UMROH

**Ketentuan:**

- Sudah terdaftar sebagai anggota KSPPS BMT Al-Hikmah
- Pembiayaan dengan akad Ijarah Multijasa
- Pembiayaan Menggunakan Jaminan
- Uang Muka / Down Payment/ Urbun Minimal Rp. 2,5 jt
- Belum Termasuk Biaya Administrasi & Pembukaan Rekening
- Ujrah Pembiayaan setara 1,5% perBulan Flat
- Jangka waktu Maksimal 60 bulan (5 th)

Uang Muka	Talangan	Setor & Amal	ANGSURAN				
			1 Tahun	2 Tahun	3 Tahun	4 Tahun	5 Tahun
2.500.000	22.500.000	650.000	2.212.500	1.275.000	962.500	800.250	712.500
3.000.000	22.000.000	650.000	2.163.333	1.246.667	941.111	789.333	696.667
3.500.000	21.500.000	650.000	2.114.167	1.218.333	919.722	770.417	680.833
4.000.000	21.000.000	650.000	2.065.000	1.190.000	898.333	752.500	665.000
4.500.000	20.500.000	650.000	2.015.833	1.161.667	876.944	734.583	648.917
5.000.000	20.000.000	650.000	1.966.667	1.133.333	855.556	716.667	633.333

## PEMBIAYAAN MULTI BARANG

Dengan Prinsip Jual Beli Murobahah

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 HIKMAH

- Melayani Semua Jenis Sepeda Motor Pabrik Jepang (HONDA, YAMAHA, SUZUKI, KAWASAKI).
- Persyaratan Mudah dengan proses cepat.
- Uang muka minimal 30% dari harga kendaraan yang diinginkan.
- Margin diperhitungkan dari harga pokok dikurangi dengan uang muka yang disetorkan.
- Total angsuran lebih ringan dibandingkan dengan Dealer / Leasing.
- Jangka Waktu Maksimal sampai dengan 3 tahun.
- Fasilitas Asuransi TLO (optional).



## PEMBIAYAAN MULTI JASA

Dengan Prinsip Jasa Ijarah

Fasilitas Pembiayaan diperuntukkan bagi Anggota yang terkendala dalam membayar Biaya Pendidikan, Biaya Sewa Rumah, Biaya Sewa Tempat Usaha, Biaya Perawatan Rumah Sakit, Biaya Perjalanan dan Biaya Lain yang diperlukan. BMT AL HIKMAH siap membantu membayar kebutuhan Biaya tersebut dan anggota mengembalikan pembiayaan dan jasanya secara angsuran atau tempo sesuai dengan kesepakatan.

### SYARAT :

- Bersedia menjadi anggota BMT AL HIKMAH.
- Memiliki usaha dan atau penghasilan tetap.
- Mengisi aplikasi pengajuan pembiayaan yang telah disediakan.
- Bersedia di survey apabila pihak KJKS BMT memerlukan.
- Melengkapi persyaratan administratif.
  - Foto copy KTP Suami Istri
  - Foto copy Kartu Keluarga (KK)
  - Foto copy Surat Nikah
  - Melampirkan foto copy BPKB Kendaraan, Sertifikat Tanah / Surat Kios / Los Pasar.
  - Untuk Jaminan BPKB Kendaraan dilengkapi dengan foto copy STNK, sedangkan untuk jaminan sertifikat dilengkapi dengan SPPT terbaru dan Surat Keterangan dari Kelurahan.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lina Wahyuningsih  
Tempat, Tanggal Lahir : Grobogan, 9 Februari 2000  
Nama Ibu : Suwanti  
Nama Ayah : Yasmadi  
Tempat Tinggal : Ds. Kebonagung Rt. 06 Rw. 02 Kec.  
Tegowanu Kab. Grobogan, Jawa Tengah  
E-mail : [linawhy09@gmail.com](mailto:linawhy09@gmail.com)

### PENDIDIKAN FORMAL

1. SD Negeri Potroyudan Jepara
2. SMP Negeri 1 Tanggunharjo Grobogan
3. SMK Garuda Nusantara Demak
4. Tamatan UIN Walisongo Semarang Jurusan D3 Perbankan syariah

### PENGALAMAN

1. Magang/ PKL di Unit Pengelola Kegiatan (UPK) Kec. Mranggen Kab. Demak selama 2 bulan
2. Magang/ PKL di BMT Al-Hikmah Ungaran Ungaran selama 2 Bulan

Semarang, 2 Juni 2020

Saya yang bersangkutan



Lina Wahyuningsih

1705015036

