

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN SUKARELA
QURBAN (SISUQUR) PADA BMT AL HIKMAH UNGARAN**



TUGAS AKHIR

Diajukan guna Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Gelar Diploma III dalam Ilmu Perbankan Syariah

Oleh :

Zirli Nova Dwi Arini

(1905015008)

PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO

SEMARANG

2022

Riska Wijayanti, M.H

NIP: 199304082019032019

Jl.Purwoyoso 1 No 32 RT. 02 RW. 12, Jerakah, Ngaliyan

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) Eksemplar

Hal : Naskah Tugas Akhir

An. Sdri. Zirli Nova Dwi Arini

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Zirli Nova Dwi Arini

NIM : 1905015008

Judul : **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN SUKARELA QURBAN (SISUQUR) PADA BMT AL HIKMAH UNGARAN”**

Dengan ini saya mohon kiranya Tugas Akhir Saudari tersebut dapat segera dimunaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 17 Juni 2022

Pembimbing



Riska Wijayanti, M.H

NIP. 199304082019032019



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp. (024) 7608454 Semarang 50185
Website: febi.walisongo.ac.id – Email: febiwalisongo@gmail.com

PENGESAHAN

Nama : Zirli Nova Dwi Arini
NIM : 1905015008
Judul : Analisis Strategi Pemasaran Produk Simpanan Sukarela Qurban
(SISUQUR) Pada BMT Al Hikmah Ungaran

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

28 Juni 2022

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya Perbankan Syariah Tahun Akademik 2021.

Semarang, Juni 2022

Ketua Sidang,

Sekretaris Sidang,

Nasrul Fahmi Zaki Fuadi, M.Si
NIP. 198607182019031007

Riska Wijayanti, M.H.
NIP. 199304082019032019

Penguji Utama I,



Penguji Utama II,

Mardhivaturositaningsih, S.E.Sv., M.E.
NIP. 199303112019032020

Irma Istiarani, SE., M.Si.
NIP. 198807082019032013

Pembimbing,

Riska Wijayanti, M.H.
NIP. 199304082019032019

MOTTO

وَاللَّهُ خَيْرُ الرَّزِقِينَ

” Dan Allah Sebaik-baik Pemberi rezeki”

(Q.S Al-Jumu'ah: 11)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT Tuhan semesta alam yang telah menganugrahkan kepada penulis berkat dan rahmat yang melimpah. Sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini untuk memenuhi tugas wisuda Program Studi Diploma III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Ibu saya Ibu Tuhfatun Nasikha yang telah memberikan kasih sayang berupa dukungan materi ataupun do'a sehingga Tugas Akhir ini mampu diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
2. Nenek dan Kakek tersayang Hj Jamilah dan H.Ma'muri yang menjadi penyemangat dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
3. Keluarga besar Bani H Jamburi dan Hj Raodhotul jannah yang selalu memberikan dukungan dimanapun
4. Dosen pembimbing Tugas Akhir, Ibu Riska Wijayanti,. M.H dan segenap jajaran pengurus Prodi D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yaitu Bapak Drs. A. Turmudi, SH., M.Ag, Bapak Choirul Huda, M.Ag, dan Ibu Jepri Nugrawiyati, M.d.I
5. Segenap Karyawan karyawan BMT Al Hikmah Ungaran (Bapak Muhari, Ibu Asroti, Mba Heni) yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir
6. Sahabat-Sahabat dan orang tersayang penulis yaitu Abdul Malik Fajriansyah, Dian Indah Sukmawati, Risma Viana, Nanik Setyowati, Melly Sekarwangi Putri,Tati Nur Hidayah, Ferina Hotifa, Anis Wahidatur Rohma dan sahabat lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan dari kuliah hingga penyelesaian Tugas Akhir ini.
7. Teman-teman kelas D3 Perbankan Syariah angkatan 2019 yang bersama-sama berjuang mulai dari awal kuliah hingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan lancar dan tepat waktu

8. Teman teman Brikov House Shintia, Kurma, Anggita, Tika, Putri dan Dita yang selalu memberikan motivasi kepada penulis
9. Sahabat Sahabati PMII Rayon Ekonomi yang memberikan semangat kepada penulis
10. Rekan-rekan Himpunan Mahasiswa Jurusan (D3) Perbankan Syariah masa bhakti 2019 dan 2020 yang memberikan semangat kepada penulis.
11. Rekan-rekan Dema Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam masa bhakti 2022 yang selalu memberikan semangat
12. Semua pihak yang telah mendukung do'a kepada penulis serta yang telah memberikan bantuan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

DEKLARASI

DEKLARASI

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

Semarang, 10 Juni 2022

Deklarator



NIM. 1905015008

ABSTRAK

Tugas akhir ini berjudul **"Analisis Strategi Pemasaran Produk Simpanan Sukarela Qurban (SISUQUR) di BMT Al Hikmah Ungaran"** Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya produk penghimpunan dana di BMT Al Hikmah Ungaran yang kurang diminati masyarakat umum yaitu produk SISUQUR yang menggunakan akad wadi'ah berdasarkan prinsip ini BMT bebas menggunakan dana yang dihimpun. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pemasaran produk Simpanan Sukarela Qurban (SISUQUR) pada BMT Al Hikmah Ungaran.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yaitu proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif. Penulis mengumpulkan data dengan mewawancarai Ibu Heni selaku admin BMT Al Hikmah Ungaran dan pembimbing magang penulis, mengamati secara langsung terhadap subjek tertentu yang menjadi fokus penelitian dan mendokumentasikan semuanya terkait produk Simpanan Sukarela Qurban (SISUQUR) di BMT Al Hikmah Ungaran terkait dengan penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Produk Simpanan Sukarela Qurban (SISUQUR) pada BMT Al Hikmah Ungaran, dari segi produk, segi tempat, dari segi harga, dari segi promosi, disamping itu menggunakan pelayanan yang baik, ramah serta sopan santun. BMT Al Hikmah Ungaran menggunakan sistem jemput bola dengan mendatangi anggota ke tempat usaha atau rumahnya. Dari segi kendala dalam pemasaran produk Sisugur antara lain yaitu tidak semua masyarakat mampu melakukan ibadah Qurban karena , produk SISUQUR tidak bisa diambil sewaktu waktu, kurangnya jumlah tenaga pemasar yang mempromosikan produk SISUQUR, serta kurangnya jaringan karena didominasi oleh bank syariah dan konvensional yang beroperasi di sekitar BMT Al Hikmah Ungaran.

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, Produk Simpanan Sukarela Qurban (SISUQUR).

ABSTRACT

This final project is entitled "Marketing Strategy Analysis of Qurban Savings Products (SISUQUR) at BMT Al Hikmah Ungaran". In this case, BMT is free to use the collected funds. This study aims to identify the implementation of the marketing strategy of the Qurban Voluntary Savings (SISUQUR) product, the marketing of the Qurban Voluntary Savings (SISUQUR) product at BMT Al Hikmah Ungaran.

The research method used in this research is qualitative research, namely the research process that produces descriptive data. The author collected data by interviewing Mr. Muhari as the head of BMT Al Hikmah Ungaran, observing directly on certain subjects that were the focus of research and documenting everything related to the Qurban Voluntary Savings (SISUQUR) product at BMT Al Hikmah Ungaran related to this research.

Based on the results of the research entitled Marketing Strategy Analysis of Qurban Voluntary Savings Products (SISUQUR) at BMT Al Hikmah Ungaran, in terms of products, in terms of place, in terms of price, in terms of promotion, besides using good, friendly and polite service. BMT Al Hikmah Ungaran uses a ball pick-up system by visiting members to their place of business or home. In terms of constraints in marketing Sisukur products, among others, not all people are able to perform Qurban worship because, SISUQUR products cannot be taken at any time, the lack of a number of marketers promoting SISUQUR products, and the lack of a network because it is dominated by Islamic and conventional banks operating around the area. BMT Al Hikmah Ungaran.

Keywords: Strategy, Marketing, Qurban Voluntary Savings Products (SISUQUR).

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Bismillahirrohmanirrohim

Alhamdulillahirrobbil'alamin, seegala puji bagi Allah SWT yang telah menganugrahkan kepada penulis berkat dan rahmat yang melimpah. Sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan lancer dan tepat waktu. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabil Muhammad SAW yang senantiasa kita sampaikan syafaatnya di hari akhir nanti

Tugas Akhir yang berjudul “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ANGGOTA PRODUK SIMPANAN SUKARELA QURBAN (SISUQUR) PADA BMT AL HIKMAH UNGARAN” ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya dalam Ilmu perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bimbingan, arahan dan dorongan semangat dari berbagai pihak. Maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih sebanyak banyaknya kepada :

1. Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, yaitu Bpk. Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, yaitu Bpk. Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag.
3. Bpk. Dr. A. Turmudzi, M.Ag selaku Ketua Program Studi Diploma III Perbankan syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo.
4. Ibu Riska Wijayanti, M.H selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingannya dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Bpk. Drs. Saekhu, MH selaku Dosen Wali yang selalu memberikan motivasi kepada penulis.
6. Seluruh dosen pengaja Program Studi Diploma III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

7. Pimpinan kantor BMT Al Hikmah Ungaran beserta jajarannya yang telah bersedia memberikan informasi dan ilmunya kepada penulis
8. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan serta doa kepada penulis sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan lancar dan tepat waktu.
9. Sahabat-sahabat yang selalu mendukung dan membantu penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata kesempurnaan sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan Tugas Akhir ini. Harapan penulis semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Semarang, 17 Juni 2022

Penulis,



Zirli Nova Dwi Arini

NIM. 1905015008

DAFTAR ISI

| | |
|--|--------------|
| HALAMAN JUDUL | |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| MOTTO | iii |
| PERSEMBAHAN | iv |
| DEKLARASI | vi |
| ABSTRAK..... | vii |
| KATA PENGANTAR..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 5 |
| C. Tujuan dan Manfaat Penelitian..... | 5 |
| D. Tinjauan Pustaka..... | 6 |
| E. Metodologi Penelitian | 9 |
| F. Sistematika Penulisan..... | 12 |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 14 |
| A. Strategi Pemasaran Produk..... | 14 |
| B. Simpanan | 29 |
| C. Simpanan Sukarela Qurban (SISUQUR) | 31 |
| BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN..... | 39 |
| A. Sejarah Umum BMT AL Hikmah Ungraran | 39 |
| B. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas | 42 |
| C. Ruang Lingkup Usaha..... | 46 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 55 |
| A. Strategi Pemasaran Produk Sukarela Qurban (SISUQUR) di BMT Al Hikmah Ungaran | 55 |
| B. Kendala yang Dihadapi BMT Al Hikmah Ungaran..... | 64 |
| BAB V PENUTUP | 67 |
| A. Kesimpulan..... | 67 |

| | |
|----------------------------------|-----------|
| B. Saran..... | 68 |
| C. Penutup..... | 69 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 70 |
| LAMPIRAN..... | 73 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... | 79 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga Keuangan Syariah bagi Dewan Syariah Nasional (DSN) merupakan lembaga keuangan yang memproduksi produk keuangan syariah dan memiliki izin untuk beroperasi sebagai lembaga keuangan syariah.¹ Saat ini Lembaga Keuangan Syariah (LKS) baik bank maupun non bank telah mengalami pertumbuhan. Pada periode 1992- 1998 hanya ada satu bank syariah di Indonesia. Ditahun 2005 jumlah bank syariah di Indonesia telah meningkat menjadi 20 yang terdiri dari 3 Bank Umum Syariah dan 17 Unit Usaha Syariah, Sementara itu jumlah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) sampai tahun 2004 meningkat jadi 88 Unit.² Saat ini sampai akhir tahun 2021 kemarin telah tercatat terdapat 14 Bank Umum Syariah (BUS), 20 Unit Usaha Syariah (UUS), serta 164 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Syariah Umum (UUS) biasanya hanya ditemukan di perkotaan, sebaliknya LKS non-bank seperti Baitul Mal wa Tanwil (BMT) saat ini banyak berdiri sampai dipedesaan.

Menurut undang- undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah pada Bab 1 ayat 7 disebutkan bahwa Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah serta Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.³ Pasal 1 ayat 12, menyebutkan bahwa prinsip syariah adalah prinsip hukum islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa dibidang syariah. Didirikannya bank syariah bertujuan untuk menghindari bank yang beroperasi yang menggunakan system bunga jadi

¹ Rizal Yaya, Aji Erlangga M, dan Ahim Andurahim, *Akuntansi Perbankan Syariah: Teori dan Praktik Kontemporer*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 30

² Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), Eds. 5, Cet. 9, 25

³ Irham Fahmi, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 21

aktivitas utama bank syariah merupakan melaksanakan menghimpun dan menyalurkan dana warga bersama penyedia jasa keuangan lainnya berdasarkan prinsip syariah.⁴

Lembaga keuangan di Indonesia dibagi jadi 2 yakni Lembaga keuangan Bank dan Lembaga keuangan non Bank. Ada 2 jenis lembaga keuangan non bank antara lain lembaga keuangan non bank konvensional dan lembaga keuangan syariah non bank. Perbandingan antara lembaga konvensional dan lembaga syari'ah ialah dalam konvensional pembagian keuntungannya menggunakan system bunga berbeda dengan syariah pembagiannya didasarkan pada saat awal perjanjian.

Bersamaan dengan pertumbuhan Lembaga Keuangan Syariah persaingan antar Lembaga Keuangan Syariah juga terus meningkat dalam hal pemasaran produk Sebab, banyak bank syariah ataupun bank Lembaga Keuangan Syariah non bank yang menawarkan berbagai bermacam produk dengan keunggulan masing- masing jadi setiap Lembaga Keuangan Syariah perlu lebih kreatif, inovatif dan membutuhkan strategi pemasaran yang efisien, agar produk dari suatu Lembaga Keuangan Syariah dapat menarik nasabah serta tujuan yang diharapkan dapat tercapai.

Pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, penentuan proses produk, promosi dan tempat atau distribusi, sekaligus merupakan peoses sosial dan manajerial untuk mencapai tujuan.⁵ Secara umum tujuan pemasaran bank adalah untuk memaksimalkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.⁶ Sedangkan strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu

⁴ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2010), Eds. 1, Cet. 2, 72

⁵ Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), 5

⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), 66

perusahaan. Dalam strategi pemasaran yang diterapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Sebuah bisnis akan sulit berkembang apabila pelaku usaha tidak mengetahui mengenai bagaimana cara memasarkannya. Pemasaran salah satu hal yang penting dalam pertumbuhan bisnis.

Pentingnya strategi pemasaran dalam sebuah bisnis jika dijalankan dengan baik bermanfaat untuk mengkomunikasikan tentang informasi produk yang dihasilkan kepada konsumen mulai dari kelebihan, fitur, dan sejumlah informasi detail mengenai produk. Strategi pemasaran berperan penting dalam menjaga pertumbuhan usaha dalam jangka waktu panjang. Dengan demikian, strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa sasaran pasar. Dalam hal ini dibutuhkan dua bagian yang sangat penting dan saling berkaitan, untuk mencapai keberhasilan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan, yaitu sasaran pasar yang dituju (target pasar), dan acuan pemasaran yang dijalankan (marketing mix) untuk sasaran pasar tersebut.⁷

Namun, pada kenyataannya tidak semua lembaga keuangan non bank dapat menjalankan strategi dengan maksimal. Pada BMT Al Hikmah Ungaran penerapan strategi pemasaran kurang maksimal pada aspek promosi. Promosi merupakan sebuah strategi yang dilakukan untuk menginformasikan serta mempengaruhi target konsumen untuk akhirnya tertarik pada produk. Promosi penting untuk dilakukan agar calon nasabah tertarik untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Media sosial merupakan alat pemasaran yang paling ampuh karena hampir semua orang dari berbagai latar belakang yang berbeda, sangat aktif menggunakannya. Contohnya berpromosi menggunakan instagram dan facebook. Dengan media sosial dapat menjalin interaksi secara luas dengan berbagai kalangan. Sehingga sangat memberikan pengaruh untuk memasarkan produk perbankan syariah. Dalam hal ini BMT Al Hikmah Ungaran belum menjangkau atau memanfaatkan media sosial

⁷ Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013, 168.

untuk mempromosikan produknya yang mengakibatkan tidak adanya peningkatan jumlah anggota pada Simpanan Sukarela Qurban (SISUQUR). Jika dilihat dari tiga tahun terakhir, perkembangan jumlah simpanan sukarela qurban pada BMT Al Hikmah Ungaran tidak mengalami peningkatan. Berikut adalah perbandingan data jumlah Anggota Simpanan Sukarela Qurban (SISUQUR) dengan Simpanan Lainnya pada BMT Al Hikmah Ungaran dalam tiga tahun terakhir.

Jumlah Anggota Produk Simpanan

BMT Al Hikmah Ungaran

Tahun 2019-2021

| No | Produk Simpanan | Jumlah Anggota |
|-----------|------------------------|-----------------------|
| 1. | SIRELA | 9.533 |
| 2. | SIHAJI | 133 |
| 3. | SIWADIAH | 1.493 |
| 4. | SIMPEL | 497 |
| 5. | SISUQUR | 121 |

Berdasarkan table diatas bahwa produk SISUQUR di BMT Al Hikmah Ungaran kurang diminati dengan anggota paling kecil yaitu 121 Anggota dibanding dengan produk simpanan lainnya di BMT Al Hikmah Ungaran, agak sulit untuk mengajak mereka bergabung menggunakan simpanan ini pada BMT Al Hikmah sedang petugas marketing pada lapangan yang tak jarang melakukan jemput bola pada proses pemasarannya dan penulis tertarik terhadap strategi pemasaran yang dipakai untuk meningkatkan anggota Sisuqur, Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik untuk meneliti Produk SISUQUR (Simpanan Sukarela Qurban) dengan judul **"ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN SUKARELA QURBAN (SISUQUR) PADA BMT AL HIKMAH UNGARAN"**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran SISUQUR (Simpanan Sukarela Qurban) di BMT Al Hikmah Ungaran?
2. Apa kendala/hambatan yang dihadapi BMT Al Hikmah Ungaran dalam memasarkan produk SISUQUR (Simpanan Sukarela Qurban)?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan di atas, maka tujuan penelitian yang akan dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran SISUQUR (Simpanan Sukarela Qurban) Di BMT Al Hikmah Ungaran
2. Untuk mengetahui kendala/ hambatan yang dihadapi BMT Al Hikmah Ungaran memasarkan produk SISUQUR (Simpanan Sukarela Qurban).

Dari tujuan penelitian yang telah disebutkan diatas, maka penelitian ini mampu memberikan manfaat diantaranya:

1. Bagi penulis
 - a. Memberikan pemahaman baru kepada penulis terkait dengan analisis strategi pemasaran produk SISUQUR di BMT Al Hikmah Ungaran
 - b. Memberikan pengetahuan dan informasi dari dunia praktis yang sangat berguna untuk disinkronkan dengan pengetahuan teoritis yang didapat di bangku perkuliahan
2. Bagi Lembaga
 - a. Dengan adanya penelitian ini semoga dapat menjadi koreksi untuk BMT Al Hikmah untuk kedepannya agar dapat berkembang lagi terutama dalam bidang pemasaran produk SISUQUR

- b. Hasil dari penelitian yang dilakukan di BMT Al Hikmah Ungaran harapannya bisa membantu untuk mensosialisasikan, memperkenalkan, dan mempromosikan mengenai produk-produk di BMT Al Hikmah baik produk Penghimpunan dana, serta produk Penyaluran dana.
3. Bagi Pembaca
 - a. Sebagai sarana sosialisasi, perkenalkan kepada pembaca tentang Simpanan Sukarela Qurban (SISUQUR)
 - b. Sebagai tambahan referensi dan tambaha informasi bagi mahasiswa dan pembaca mengenai Simpanan Sukarela Qurban (SISUQUR)

D. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka dilakukan dengan proses mengkaji atau menelaah karya sastra (literature review), mendalami isi, serta mengamati dan mengidentifikasi pengetahuan, termasuk penjelasan dari berbagai kajian yang ada tentang masalah yang selaras. Hal ini dimaksudkan untuk menyempurnakan materi penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan membandingkan berbagai penelitian sebelumnya. Di sini, penulis memaparkan beberapa penelitian yang difokuskan pada isu-isu yang sejalan dengan simpanan Qurban, antara lain:

1. Skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Faedah Di BRI Syariah KCP Pare Kediri” Ditulis oleh Nurhasanah Fitriani, Program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo tahun 2020.⁸ Dalam penelitian ini memaparkan mengenai upaya untuk dapat meningkatkan dan mempertahankan jumlah nasabah tabungan Faedah. Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui dan menganalisis kendala-kendala yang dihadapi oleh

⁸ Nurhasanah Fitriani “*Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Faedah Di BRI Syariah KCP Pare Kediri*” (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2020)

BRI Syariah KCP Pare dalam memasarkan produk tabungan faedah dan solusi untuk mengatasi kendala tersebut. Faktor penyebab tabungan faedah kurang diminati yaitu belum maksimal dalam menerapkan 7P (place, product, price, promotion, people, process, physical evidence) dalam bidang promosi yang belum memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk memperkenalkan produknya. Sehingga mengakibatkan tidak adanya jumlah peningkatan nasabah pada tabungan faedah.

2. Skripsi yang berjudul "Analisa Pelaksanaan Simpanan Qurban Di BMT Harapan Ummat Kudus" Ditulis oleh Widyastuti (122503020) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo.⁹ Simpanan Qurban merupakan salah satu produk yang untuk anggota perorangan yang berniat beribadah Qurban dengan nisbah bagi hasil bagi nasabah 13% sedangkan bank 87%, tidak jauh berbeda dengan Simpanan Qurban pada BMT lain waktu pengambilan hanya bisa dilakukan satu minggu sebelum hari raya Qurban yaitu bulan Dzulhijjah yang menjadi salah satu faktor yang melatarbelakangi kurangnya peminat produk Simpanan Qurban di BMT Harapan Ummat Kudus.
3. Jurnal yang berjudul "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UD. Jaya Marine Surabaya" Ditulis oleh Stephanie Ceicillia dan Budi Prabowo Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN Veteran Jawa Timur.¹⁰ Informasi yang didapatkan diolah dan diidentifikasi menggunakan teknik Analisis SWOT. Hasil analisis SWOT pada UD. Jaya Marine Surabaya menunjukkan bahwa usaha tersebut memiliki kekuatan yang memadai untuk bisa memanfaatkan peluang yang

⁹ Widyastuti, "Analisa Pelaksanaan Simpanan Qurban Di BMT Harapan Ummat Kudus" (Semarang: UIN Walisongo 2012)

¹⁰ Stephanie Ceicilla, Budi Prabowo, *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UD. Jaya Marine Surabaya* (Surabaya : Jurnal Disrupsi Bisnis), Vol. 4, No.3, Mei 2021 (252-258)

ada. Strategi yang dapat digunakan oleh usaha ini ialah sering melakukan analisis pada kebutuhan dan juga perilaku konsumen, meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan demi kepuasan pelanggan, semakin masif melakukan kegiatan promosi pada sosial media, dan juga bisa melakukan penjualan online secara aktif melalui platform penjualan online yang telah ada.

4. Jurnal yang berjudul “Implementasi Strategi Promosi Di BMT Bina Insan Cendikia Sumberrejo” yang ditulis oleh Aris Zulianto, Eryul Mufidah, Nur Zaeni Safitri Prodi Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Attanwir Bojonegoro.¹¹

Upaya BMT Bina Insan Cendikia Sumberrejo dalam melakukan promosi dengan strategi promosi yang cukup efektif dan efisien untuk menarik minat nasabah KJKS BMT Bina Insan Cendikia Sumberrejo. Strategi promosi yang digunakan, yaitu: dengan cara mendatangi dan mengajak UKM untuk menabung di KJKS BMT Bina Insan Cendikia Sumberrejo, menyebarkan brosur yang sudah ada kepada calon nasabah, melakukan Personal Selling seperti penjual datang kerumah, penjual yang ditugaskan untuk mendatangi pedagang eceran, dan strategi mulut ke mulut yang dilakukan nasabah. KJKS BMT Bina Insan Cendikia Sumberrejo menambah produk baru tidak hanya tabungan dan pembiayaan.

Dalam penelitian ini peneliti berupaya mengembangkan penelitian yang dilakukan pada penelitian sebelumnya mengenai pemasaran produk SISUQR, Dengan menempatkan penelitian pada simpanan qurban sebagai referensi akan menjadi peluang untuk mendalami topik yang sama lebih dalam, namun ada Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah pada obyek penelitian dan fokus penelitian yaitu menganalisis strategi pemasaran produk SISUQR (Simpanan sukarela qurban) pada BMT Al Hikmah Ungaran.

¹¹ Aris Zulianto, Eryul Mufidah, Nur Zaeni Safitri ” *Implementasi Strategi Promosi Di BMT Bina Insan Cendikia Sumberrejo* ” (Bojonegoro : Jurnal Stai Attanwir)

E. Metodologi Penelitian

Dalam penulisan Tugas Akhir ini, beberapa metode yang digunakan penelitian guna mendukung dan memperkuat penulisan atas masalah ataupun tema yang akan diangkat, diantaranya yaitu:

1. Jenis Penelitian

Dalam membahas penelitian mengenai Analisis strategi pemasaran produk simpanan sukarela qurban (Sisuqur) menggunakan metode penelitian melalui pendekatan kualitatif. Bogdan dan Taylor menguraikan metodologi kualitatif merupakan salah satu tata cara penelitian dengan membuahakan data deskriptif dalam bentuk tulisan atau lisan dari orang serta tindakan yang bisa diamati.¹² Arti deskriptif merupakan sebuah proses pencarian kebenaran dengan menginteprestasikan suatu hal dengan tepat yang bertujuan agar memperoleh gambaran secara sistematis, faktual dan akurat perihal fakta-fakta yang terjadi.¹³ Alasan peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif dalam penelitian ini yaitu peneliti meneliti masalah yang membutuhkan analisis studi yang mendalam, seperti bagaimana strategi pemasaran produk SISUQUR pada BMT AL Hikmah Ungaran dengan memerlukan data sebagai berikut:

- a. Data dari BMT Al Hikmah Ungaran yang menjelaskan gambaran sampai sejarah singkat perusahaan.
- b. Data deskriptif tentang Strategi pemasaran simpanan sukarela qurban (Sisuqur)
- c. Data deskriptif mengenai jumlah anggota produk penghimpunan dana (simpanan) BMT Al Hikmah ungaran

¹² Lexy J. Moleong, "*Metodologi Penelitian Kualitatif*", (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009), h.

¹³ Moh Nasir, "*Metode Penelitian*", (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998), h. 63.

- d. Data deskriptif mengenai dana dan anggota produk simpanan sukarela qurban BMT Al Hikmah

2. Sumber Data

Sumber data digunakan untuk mempermudah mengurai masalah dalam penelitian. Sumber data penelitian ini pada dasarnya diambil dengan dua cara yaitu sebagai berikut:

a. Data Primer

Sumber data primer adalah data yang digunakan sebagai sumber informasi yang dicari dari subjek penelitian, untuk memperolehnya yang dilakukan secara langsung dari subjek penelitian.¹⁴ Sumber data primer dalam penelitian ini berupa wawancara dengan pihak BMT dan data dokumentasi yang diperoleh secara langsung dari BMT Al Hikmah Ungaran

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah diperolehnya data dari pihak luar, atau tidak langsung dari subjek penelitian.¹⁵ Data sekunder yang diperoleh dalam penelitian ini meliputi laporan, dokumen dan data arsip, serta buku dan jurnal yang berkaitan dengan simpanan qurban dan segala sesuatu yang berhubungan dengan penelitian ini.

3. Teknik Pengumpulan Data

Penggunaan data yang akurat diharuskan dalam penyusunan Tugas Akhir ini, sehingga hasil penelitian mampu dipertanggungjawabkan. Metode yang digunakan juga harus mendukung seperti:

a. Observasi

Observasi biasanya penulis menggunakan kemampuannya melalui panca indera mata dengan bantuan panca indera

¹⁴ Sifudin Azwar, *“Metodologi Penelitian”*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), h. 91.

¹⁵ Amrudin dan Zainal Asikin, *“Pengantar Metode dan Penelitian Hukum”*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), h. 51.

lainnya.¹⁶ Dalam penelitian ini penulis melakukan observasi dengan mengamati dan melakukan analisis terhadap lokasi penelitian yang diperoleh dari BMT Al Hikmah Ungaran.

b. Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan informasi atau data melalui proses wawancara yang hasilnya berupa jawaban pertanyaan dari informan.¹⁷ Pada penelitian ini, wawancara dilakukan penulis dengan cara lisan atau tatap muka secara langsung antara beberapa pewawancara dalam hal ini penulis melakukan wawancara dengan Manager, Customer Service, dan marketing

c. Dokumentasi

Dokumentasi berupa memori atas peristiwa yang terjadi di masa lampau. Bentuk dari dokumentasi bisa berupa gambar, tulisan, atau laporan data terkumpul tentang keadaan BMT Al Hikmah Ungaran.¹⁸ Penulis mendokumentasikan penelitian untuk memperkuat bukti dengan cara menulis data dalam catatan, notulen yang berkaitan tentang produk simpanan sukarela qurban (Sisuqur).

4. Subyek dan Obyek Penelitian

BMT Al Hikmah Ungaran sebagai Obyek penelitian, sedangkan Analisis Strategi Pemasaran Simpanan Sukarela Qurban (Sisuqur) sebagai Subyek penelitian.

5. Lokasi dan Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian ada di BMT Al Hikmah Ungaran di Jl. Jend. Sudirman, No.12, Mijen, Gedanganak, Kec. Ungaran

¹⁶ M. Burhan Bungiz, "*Metode Penelitian Kuantitatif*", (Jakarta: Kencana Predana Media, 2005), h. 133

¹⁷ Hadi Sutrisno, "*Metodologi Penelitian Research*", (Yogyakarta: Andi Offset, 1989), h. 46.

¹⁸ Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*", (Banudng: Alfabeta, 2009) h. 226-240

Timur, Kabupaten Semarang. dengan waktu dimulainya penelitian yaitu tanggal 17 Januari 2022 hingga 17 Maret 2022.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembelajaran, pemahaman dan pengetahuan tentang topik Tugas Akhir ini, akan diraikan dalam sistematis yang terdiri dari lima bab, yaitu sebagai berikut :

1. Bagian Awal

Dalam bagian Tugas Akhir ini berisi sampul lembar Judul, Motto, Persetujuan Pembimbing, Pengesahan, Persembahan, Deklarasi, Abstrak, Kata Pengantar, dan Daftar isi.

2. Bagian Isi

Isi memiliki bagian bab-bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang Latar Belakang, Perumusan masalah, Tujuan dan Manfaat hasil penelitian, Tinjauan Pustaka, Metodologi Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi tentang landasan teori yang meliputi Pengertian Strategi Pemasaran Produk, Simpanan, Simpanan sukarela Qurban.

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang deskriptif BMT Al Hikmah Ungaran yang meliputi sejarah berdirinya BMT Al Hikmah Ungaran, profil, visi dan misi, struktur organisasi dan produk-produk yang dimiliki.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai analisis strategi pemasaran produk Simpanan sukarela

qurban (Sisuqur), dan kendala/ hambatan apa saja dalam memasarkan produk Simpanan sukarela qurban (Sisuqur) di BMT Al Hikmah.

BAB V PENUTUP

Bab akhir ini menjerangkkn mengenai simpulan, saran dan penutupan atau hasil penyusunan Tugas Akhir.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir laporan tugas akhir, bagian yang dicantumkan penulis ada daftar pustaka, lampiran-lampiran yang berupa foto penulis saat melakukan penelitian dan data riwayat hidup sang penulis.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran Produk

1. Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari kata “Strategeia” yang berarti seni ilmu. Strategi pula mampu dipahami sebagai rencana untuk mengalokasikan dan menggunakan kekuatan militer serta material dalam wilayah-wilayah tertentu buat mencapai tujuan tertentu.¹⁹

Menurut Eric Reidenbach dan M. Ray Grubbs, Strategi adalah suatu pengambilan keputusan yang ditujukan untuk menetapkan dan mengekspresikan tujuan dan sasaran organisasi, mengembangkan kebijakan dan rencana utama untuk mencapai tujuan, dan menentukan perusahaan mana yang akan melaksanakan rencana organisasi itu sendiri.²⁰

Menurut Budiman dalam Uswatun Zamroni strategi adalah suatu sasaran, maksud atau tujuan dan kebijakan serta rencana-rencana penting untuk mencapai tujuan itu, yang menentukan bisnis yang dijalankan atau yang akan dijalankan perusahaan. pada dasarnya strategi memiliki tujuan untuk mempengaruhi keadaan masa depan sesuai dengan harapan atau tujuan yang telah ditetapkan dengan berbagai pendekatan atau metode yang telah direncanakan.

Pada dasarnya, sebuah perusahaan menetapkan strateginya dengan mencocokkan kapabilitasnya dengan peluang yang ada di industri.²¹ Strategi adalah menciptakan posisi yang unik dan berharga, yang menjadi pembeda antara perusahaan ini dari perusahaan lain yang mencakup beragam operasional perusahaan. Jika hanya memiliki satu

¹⁹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : CV. ANDI OFFSET, 2008), 3

²⁰ Eric Reindenbach dan M. Ray Grubbs, *Mengembangkan Produk Baru Perbankan*, (Jakarta: Bumi Aksara. 1994) cet, 1, 226.

²¹ Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan dalam Era Globalisasi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 357.

posisi yang ideal, tidak perlu menyusun distrategi. Perusahaan juga menghadapi hanya satu tuntutan sederhana yaitu memenangkan persaingan untuk menemukan dan menguasai strategi. Setiap ide bagus akan segera ditiru sehingga kinerja akan sangat tergantung pada efektivitas.²²

Inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana menggunakan persepsi yang baik pada benak konsumen, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menguasai satu kata sederhana yang memberi arah realitas pasar sebagai yang pertama dan sebagai yang lebih baik.²³

2. Pengertian Pemasaran

Pemasaran berada di garis depan bisnis untuk tetap hidup karena agar tumbuh dan meningkatkan keuntungan. Para pakar memberikan definisi pemasaran, sebagai pemasaran yang mempunyai pendapat dan argumentasi masing-masing. Philip Kotler (2000:8) mendefinisikan pemasaran sebagai proses sosial dan administratif di mana individu dan kelompok menciptakan, menyerahkan, dan menukarkan produk yang berharga untuk bagi satu dengan yang lain dan menurut William J. Stanton mendefinisikan pemasaran sebagai suatu sistem menyeluruh dari kegiatan bisnis yang berkaitan dengan perencanaan, penetapan harga, periklanan, dan distribusi barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan pembeli.²⁴

Pengertian pemasaran di dalam buku karangan Kasmir yang berjudul *Kewirausahaan* adalah “usaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen melalui penciptaan suatu produk, baik barang atau jasa yang kemudian orang-orang akan membeli dengan cara barter.” Abdul Manap mengartikan pengertian pemasaran yang

²² Usai Usmara, *Pemikiran Kreatif Pemasaran*, (Yogyakarta: Amara Books, 2008), Cet. 1, 32.

²³ Ali Hasan, *Marketing Bank Syari'ah*, Bogor: Ghalia Indonesia, hlm 29.

²⁴ Gita Danupranata, *Buku Ajar Manajemen Perbankan*, Jakarta: Salemba Empat, 2013.

ada dibukunya berjudul Revolusi Manajemen Pemasaran, pemasaran merupakan “suatu proses perencanaan dan pelaksanaan desain, penetapan harga, penentuan proses produk, promosi dan tempat atau distribusi, serta proses sosial dan manajerial untuk mencapai tujuan.”

Pemasaran dapat dikatakan beretika ketika memenuhi dua unsur utama yaitu bersikap lemah lembut dan sopan santun. Promosi harus menggunakan kata-kata yang lembut. Seorang pelaku bisnis harus bersikap ramah dalam melakukan promosi. Allah berfirman dalam Q.S. al-Nahl [16]: 125 yang berbunyi:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْ لَهُمُ
 سَبِيلًا هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ
 أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya : Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

Dalam kaitannya dengan persoalan bisnis, Nabi Muhammad SAW menegaskan bahwa Allah SAW memberikan rahmat kepada seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis.

Perbedaan pemasaran perbankan dengan pemasaran lainnya, yaitu terletak pada karakteristik produk Dimana produk yang dijual bank merupakan jasa dan bukan barang sehingga produk yang dijual sedikit abstrak atau tidak bias dilihat secara nyata tetapi nasabah tetap bisa merasakannya. Karena perbedaan tersebut maka strategi pemasaran yg diterapkan harus tepat, khususnya strategi pemasaran bagi produk dan jasa.²⁵

²⁵ M. Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 5

Secara spesifik pengertian pemasaran bagi lembaga keuangan/jasa keuangan adalah:

- a. Identifikasi pasar yang paling menguntungkan sekarang dan di masa depan.
- b. Mengevaluasi kebutuhan nasabah saat ini dan masa depan.
- c. Membuat target pengembangan usaha serta menciptakan planning buat mencapai target tersebut.
- d. Promosi untuk mencapai target itu.²⁶

Menurut beberapa definisi pemasaran tadi, terlihat jelas bahwa pemasaran bukan hanya sekedar memasarkan produk, melainkan menjual produk untuk dijual. Namun, pemasaran adalah tentang merancang jenis produk, menetapkan harga yang memenuhi kebutuhan konsumen, pemilihan lokasi dan lokasi yang strategis, serta melakukan promosi konsumen yang tepat untuk memenuhi kebutuhan pembeli saat ini dan masa depan, serta proses menanggapi permintaan untuk mengkomunikasikan produk tersebut agar dikenal konsumen.

3. Pengertian Strategi Pemasaran

Pada hakekatnya strategi pemasaran adalah suatu rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran yang memberikan pedoman aktivitas yang dilakukan untuk mencapai tujuan pemasaran. Singkatnya, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan, kebijakan, dan aturan yang memberi arah kepada usaha usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu pada tiap tiap tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.²⁷ Strategi pemasaran juga harus dapat memberikan gambaran jelas dan terfokus tentang apa yang dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang di beberapa pasar sasaran.

²⁶ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, 222

²⁷ Sofjan Assauri, *Manajemen...*, h. 167

Strategi pemasaran sebaiknya merinci segmen segmen pasar yang akan menjadi pusat perhatian perusahaan. Segmen-segmen ini berbeda dengan kebutuhan dan keinginan yang berbeda memberikan tanggapan terhadap pemasaran dan profitabilitas. Perusahaan akan menjadi cerdas bila meletakkan upaya dan energinya ke dalam segmen segmen dimana ia mampu memberikan pelayanan terbaik dari titik pandang kompetitif. Perusahaan perlu mengembangkan strategi pemasaran untuk setiap segmen yang dipilih.

Strategi pemasaran Perbankan Syariah meliputi segmentasi pasar yang lebih menguntungkan, pemilihan target pasar, dan menempatkan 7 P (Marketing Mix) dengan tepat.²⁸

a. Segmentasi pasar (segmentation)

Segmen pasar adalah kelompok besar yang dapat didefinisikan dalam suatu pasar yang memiliki serangkaian persyaratan khusus yang tidak jauh berbeda.

b. Penetapan pasar sasaran (targeting)

Targeting adalah penggunaan alat untuk melakukan pengamatan pasar dan mengevaluasi pasar yang dipilih berdasarkan pemilihan variabel yang direncanakan dan segmen pasar yang dipilih.

c. Pemosisian produk di segmen sasaran (positioning)

Positioning diidentikkan sebagai strategi pemasaran yang dirancang secara khusus untuk menguasai pasar sasaran sehingga konsumen dapat yakin dan termotivasi dengan produk perusahaan

Positioning adalah sesuatu yang akan dilakukan dalam rangka rasa kepercayaan, kesediaan untuk membeli, kualitas yang dirasakan, dan kepuasan konsumen untuk pembelian sukarela Intinya adalah mengarahkan pembeli dan membentuk sebuah sosok yang berbeda dibenak konsumen.

²⁸ Hendro, *dasar-dasar kewirwusahaan*, Jakarta: erlangga, 2011 hal 383

d. Marketing mix

Strategi pemasaran perbankan syariah berdasarkan konsep bauran pemasaran sangat menarik dan juga bertujuan untuk mendorong perkembangan bank syariah di Indonesia. Unsur-unsur bauran pemasaran perusahaan jasa meliputi 7 P, yaitu product, price, place, promotion, people, process dan physical evidence.²⁹

1) Product (produk)

Produk yg didapatkan pada perbankan syariah bukanlah berupa barang namun berupa jasa. Ciri special jasa yang didapatkan harus mengacu pada nilai-nilai syariat atau yang diperbolehkan pada alquran. Supaya bisa lebih menarik minat konsumen terhadap produk dan layanan perbankan yang didapatkan, produk tersebut wajib permanen melakukan taktik differensiasi atau diversifikasi supaya para konsumen mau beralih dan mulai memakai jasa perbankan syariah.

2) Price (harga)

Salah satu faktor yang membedakan perbankan syariah dengan perbankan konvensional. Penetapan harga jual produk sebagai jasa/layanan yang ditawarkan pada bank syariah adalah salah satu faktor penting buat menarik minat nasabah.

3) Place (tempat)

Ini sama pentingnya dalam hal faktor barang dan harga. Bank syariah yang baik tidak akan berhasil memasuki pasar jika tidak didukung oleh lokasi yang baik atau saluran distribusi yang baik untuk menjual jasa yang diberikannya kekonsumen. Jika ingin menembus pasar

²⁹ Gita Danupranata, *buku ajar manajemen perbankan syariah*, Jakarta: salemba empat, 2013 hal 40

dengan baik, maka perlu dilakukan penyebaran unit layanan Bank Syariah di daerah-daerah terpencil.

4) Promotion (promosi)

Dalam pemasaran efektifitas sering digunakan untuk menyampaikan citra merek (merk image) atau supaya lebih dikenal keberadaannya. Setelah konsep gambaran merek telah ada dibenak masyarakat, akan lebih mudah untuk menjual suatu produk, baik dalam bentuk barang atau jasa.

5) People (SDM)

Sumber daya manusia memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah bank syariah. Menempatkan SDM pada tempat yang sesuai dengan kemampuannya dalam membutuhkan strategi pengelola SDM yang cukup baik. Jika strategi dilakukan secara tidak tepat, maka akan berakibat fatal bagi tingkat kepuasan pelanggan dalam jangka panjang.

6) Process (proses)

Proses Inilah salah satu unsur pelengkap di bauran pemasaran perusahaan jasa yang mendapat perhatian serius dalam pengembangan ilmu pemasaran. Bagaimana bank Syariah mengembangkan dan meningkatkan proses atau mekanisme yang efektif dan efisien, mulai dari penawaran produk hingga penanganan pengaduan nasabah di bank syariah

7) Physical evidence (bukti fisik)

Barang jasa perbankan syariah tidak berwujud atau tidak dapat diukur secara akurat, seperti barang berupa komoditas. Layanan perbankan syariah disesuaikan dengan selera mereka yang telah menggunakan layanan perbankan syariah. Metode dan bentuk pelayanan yang

diberikan kepada nasabah bank syariah juga merupakan bukti nyata yang harus dirasakan atau dilihat oleh nasabah sebagai bukti fisik.

Saat memasarkan produk BMT, Pengelola perlu mengingat hal-hal penting berikut ini:

- a. Meluruskan niat Ini merupakan sumber inspirasi dan motivasi bagi seseorang untuk bertindak bahwa meluruskan niat menjadi tempat yang penting. Karena pentingnya menyelaraskan niat tersebut terkait dengan esensi yang menjadi dasar dari semua perilaku manusia, maka meluruskan niat pada hakikatnya sejalan dengan misi yang diembannya. Niat yang jelas pasti akan menghasilkan kebijakan positif untuk membantu dalam proses pencapaian mashlahah, sebagaimana tuntutan syariat. Akibatnya, pengelola BMT perlu mengingatkan mereka tentang pertanyaan apakah niat mereka benar. Jika tidak, perjelas niatnya dengan menegaskan kembali misi BMT ke depannya, dan menetapkan strategi dasar untuk mencapainya.
- b. Memperluas Jaringan Kemitraan ini dapat menjadi upaya strategis untuk menaikkan efektivitas dan efisiensi pemasaran forum di masa yang akan datang. semakin banyak pihak yang terlibat, maka semakin besar juga peluang untuk mempercepat pertumbuhan forum, ini berarti sasaran pemasaran akan semakin lebih dicapai. Demikian pula keberadaan BMT di masyarakat semakin menguat dengan mengalirnya banyak dukungan menurut pihak-pihak yg terjalin kemitraan.

- c. Jemput Bola Sebagai lembaga keuangan yang baru berdiri, BMT membutuhkan promosi dan sosialisasi yang optimal kepada masyarakat. Melalui pendekatan Jemput Bola, pemasar bebas menjelaskan konsep keuangan syariah serta sistem dan prosedur yang mendorong operasional BMT. Jemput Bola juga bisa diartikan sebagai upaya BMT untuk mengembangkan tradisi silaturahmi. Hal ini, menurut Nabi Muhammad SAW, dapat meningkatkan rezeki, memperpanjang umur dan menjauhkan manusia dari dendam dan kebencian. Ketika situasi ini benar-benar terjadi, BMT akan mudah dikenal dan diakui oleh seluruh ummat Islam.³⁰

4. Pemasaran Syariah

Definisi Pemasaran Syariah itu sendiri ialah penerapan disiplin bisnis yang konsisten dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip Syariah, jadi pemasaran Syariah didasarkan pada prinsip Islam yang diajarkan oleh Nabi Muhammad.

Pemasaran syariah bukan hanya sebuah teknik pemasaran yang ditambahkan syariah karena ada nilai-nilai lebih pada marketing syariah saja, tetapi lebih jauhnya marketing berperan dalam syariah dan syariah berperan dalam pemasaran. Pemasaran memegang peranan penting dalam syariah artinya pelaku usaha syariah diharapkan dapat bekerja dan bersikap profesionalis untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, dan pelaku usaha syariah diharapkan dapat bekerja secara professional dalam dunia usaha. Peran syariah dalam pemasaran berarti memahami pentingnya etika dan moral dalam pemasaran, sehingga perusahaan mengubah laju bisnis mereka daripada

³⁰ Makhalul Ilmi SM, *Teori dan Praktek Mikro Keuangan Syari'ah*, Yogyakarta: UII Press, 2002, h. 58-61

melakukannya segera untuk keuntungan pribadi, itu akan menjadi bisnis yang stabil dan berkelanjutan.

Ada beberapa Nilai-nilai pemasaran syari'ah meliputi :

- a. Shidiq, yaitu kejujuran yang dilandasi perkataan, keyakinan, dan tindakan berdasarkan ajaran Islam. Tidak ada satu pun pernyataan yang saling bertentangan. Bahkan pemasar tidak boleh berbohong atau melebih-lebihkan produk yang dijual semata-mata untuk mengejar target penjualan. Dalam pekerjaan dan perilaku, ditampilkan dirinya dalam bentuk integritas dan akurasi, baik dalam ketepatan waktu, janji, pelayanan, pelaporan, pengakuan kelemahan dan kekuatan produk, dan perbaikan selanjutnya.

Contoh implementasi sifat shidiq, Nabi Muhammad SAW selalu dikenal seorang marketing yang jujur dan benar dalam menginformasikan produknya. Bila ada produknya yang memiliki kelemahan atau cacat, maka tanpa ditanyakan Nabi Muhammad langsung menyampaikannya dengan jujur dan benar, tak ada sedikitpun yang disembunyikan. Maksud dari nilai shidiq dalam kegiatan pemasaran dapat diwujudkan dengan pemberian informasi yang disembunyikan mengenai obyek yang dipasarkan, tidak mengurangi dan tidak menambahi. Artinya seseorang yang bekerja sebagai marketing dituntut untuk berkata dan bertindak secara benar, sesuai dengan kondisi produk yang ditawarkan. Berdasarkan Q.S At-taubah ayat 119 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ ﴿١١٩﴾

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah, dan bersamalah kamu dengan orang-orang yang benar”

- b. Fathanah artinya mengetahui, memahami dan menghayati secara mendalam semua yang terjadi dalam tugas dan kewajiban. Fathanah melibatkan penggunaan kecerdasan, baik kecerdasan rasional, rasa, maupun kecerdasan ilahiyah. Seorang pemasar wajib mengetahui semua produk yang ditawarkan termasuk dasar fiqih. Sifat ini akan menumbuhkan kreativitas dan kemampuan membuat berbagai penemuan yg bermanfaat. Sumber daya manusia pada perbankan syariah terutama yg berada pada front liner wajib memahami segala aspek terkait menggunakan perbankan syariah karena merekalah yg sebagai ujung tombak perusahaan baik pada pada juga pada luar perusahaan.

Contoh implementasi sifat fathanah dalam hal ini pembisnis yang cerdas merupakan pembisnis yang mampu memahami dan mengenal tugas dan tanggung jawab bisnisnya dengan sangat baik, dengan sifat ini pebisnis dapat menumbuhkan kreativitas dan kemampuan dalam melakukan berbagai inovasi yang bermanfaat bagi perusahaan, kita perlu menggunakan sifat ini agar bisa menjadiseorang pebisnis yang sukses. Terutama dalam menghadapi persaingan yang tidak sehat, kotor, corruptes, complicated, kacau balau. Nilai fathonah juga sangat mendukung bagi perusahaan yang melakukan kegiatan pemasaran, jika sebuah perusahaan tersebut mempunyai sumber daya manusia yang fathanah akan membantu

perusahaan meraih profitabilitas yang maksimal. Berdasarkan QS Al-baqarah ayat 269 yang berbunyi

يُؤْتِي الْحِكْمَةَ مَنْ يَشَاءُ وَمَنْ يُؤْتَ الْحِكْمَةَ فَقَدْ أُوتِيَ خَيْرًا كَثِيرًا وَمَا يَذَّكَّرُ إِلَّا أُولُو الْأَلْبَابِ ﴿٢٦٩﴾

Artinya : “Allah menganugerahkan al hikmah (kefahaman dalam tentang al-quran dan as-sunnah) kepada siapa yang dikehendakinya. Dan barang siapa yang dianugerahi hikmah, ia benar-benar telah dianugerahi karunia yang banyak. Dan banya orang-orang yang ber-akal-lah yang dapat mengambil pelajaran (dari firman Allah).”

- c. Amanah, berarti memiliki tugas dan tanggung jawab untuk memenuhi setiap tugas dan kewajiban. Amanah ditunjukkan dalam ihsan (berusaha menghasilkan yang terbaik) dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan prima, dan segalanya. Sifat Amanah harus dimiliki oleh semua orang terutama mereka yang melakukan pekerjaan yang berhubungan dengan pekerjaan masyarakat.

Contoh implementasi sifat amanah seorang pebisnis haruslah dapat dipercaya seperti yang telah dicontohkan Nabi Muhammad dalam memegang amanah. Saat menjadi pedagang nabi Muhammad selalu mengembalikan hak milik atasannya, baik itu berupa hasil penjualan maupun sisa barang yang dipasarkan. Nilai amanah bagi pekerja marketing adalah sosok yang jujur dan dapat dipercaya. Berdasarkan QS AL Ahzab ayat 72 Berbunyi sebagai berikut :

إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ
يَحْمِلْنَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا ﴿٧٢﴾

Artinya : “ sesungguhnya kami telah menawarkan amanat kepada langit, bumi, dan gunung-gunung, tetapi semuanya enggan untuk memikul amanat itu dan mereka khawatir tidak akan melaksanakannya (berat), lalu dipikullah amanat itu oleh manusia. Sungguh, manusia itu sangat zalim dan sangat bodoh”

- d. Tabligh adalah mengajak sekaligus memberi contoh pada pihak lain untuk menerapkan ketentuan ajaran Islam pada setiap gerakan kegiatan ekonomi yang berlangsung sehari-hari. Seorang pemasar syariah memiliki kewajiban untuk memposisikan dirinya tidak hanya sebagai perwakilan bisnis menjadi tetapi turut juga menjadi juru dakwah pada pertumbuhan ekonomi syariah.

Contoh implementasinya yaitu seorang marketing harus mampu menyampaikan keunggulan produk dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran, mempunyai gagasan yang tegas dan mampu mengkomunikasikannya secara tepat dan mudah dipahami oleh siapapun yang mendengarkannya ³¹ Berdasarkan QS AL Maidah ayat 67 berbunyi

﴿ يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا
بَلَغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ
الْكٰفِرِينَ ﴿٦٧﴾

Artinya : “ hai rasul sampaikanlah apa yang diturunkan kepadamu dari tuhanmu. Dan jika tidak kamu kerjakan (apa

³¹ *Ibid*, h. 20-28

yang diperintahkan itu, berarti) kamu tidak menyampaikan amanat-Nya. Allah memelihara kamu dari (gangguan) manusia. Sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang kafir”

5. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan analisis yang terdiri dari empat komponen yaitu Strength (kekuatan), Weakness (kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threats (ancaman). Berikut ini analisis SWOT yang digunakan dalam perbankan menurut Sri Wahyuni³²:

- a. Strength (kekuatan), Kekuatan yang dimaksud adalah suatu keunggulan dalam sumber daya, ketrampilan dan kemampuan lainnya yang relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani oleh perusahaan. Misalnya dalam hal teknologi yang dimiliki, kantor cabang yang berada di setiap kabupaten, mitra kerjasama nasional.
- b. Weaknes (Kelemahan), Kelemahan yang dimaksud juga bisa berupa sumber daya, ketrampilan dan kemampuan yang secara serius menghalangi kinerja efektif suatu perusahaan. Contohnya, tingkat ketrampilan karyawan, kecilnya biaya promosi, belum terpenuhinya kesehatan dari lembaga keuangan tersebut
- c. Opportunities (peluang), Peluang merupakan suatu situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan, misalnya kebijakan yang dikeluarkan pemerintah, tingkat pertumbuhan ekonomi yang relatif tinggi dan sebagainya.
- d. Threats (Ancaman) Ancaman adalah situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Sebagai contoh yakni berkembangnya pasar modal.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi

³² Sri Wahyuni, *Manajemen Strategik Pengantar Proses Berfikir Strategik*, Jakarta 1996, h. 68

Strength (kekuatan), Weakness (kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threats (ancaman) dalam suatu perusahaan. Analisis ini dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal yang terlibat sebagai inputan untuk perencanaan proses. Sehingga proses yang dirancang dapat berjalan optimal, efektif dan efisien.

Keberadaan kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut dipertimbangkan dalam analisis SWOT yang membandingkan antara faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman). Dalam membuat dan menentukan tujuan, sasaran dan strategi-strategi yang akan diambil, di perlukan suatu analisis mendalam serta menyeluruh mengenai lingkungan dimana perusahaan berada.

Matrix SWOT dapat menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan diantisipasi dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrix ini dapat menghasilkan empat set adalah:

1. Strategi SO (Strength-opportunity) Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi ST (Strength-Threats) Strategi ini dibuat berdasarkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengantisipasi ancaman-ancaman yang ada.
3. Strategi WO (Weakness-Opportunity) Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT (Weakness-Threat) Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif, berusaha meminimalkan kelemahan-kelemahan perusahaan serta sekaligus menghindari ancaman-ancaman.

B. Simpanan

1. Pengertian Simpanan

Simpanan adalah dana/uang yang disimpan dalam bentuk tabungan dan deposito oleh anggota, calon anggota, koperasi lain dan/atau anggotanya.³³ Menurut UU Perbankan Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 1 berbunyi “Simpanan adalah dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank berdasarkan perjanjian penyimpanan dana atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu”.

Simpanan atau tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Nasabah jika hendak mengambil simpanannya apat datang langsung ke bank dengan membawa buku tabungan slip penarikan, atau melalui fasilitas ATM.

Fatwa DSN No. 02/DSN-MUI/IV/2000 tertanggal 1 April 2000 tentang Tabungan, memberikan landasan syariah tentang tabungan dalam Surat An-Nisa (4):29

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”

³³ Makhalul Ilmi SM, *Teori dan Praktek Mikro Keuangan Syari'ah*, Yogyakarta: UII Press, 2002, h. 58-61

2. Macam-macam Simpanan

Berbagai sumber dana tersebut pada prinsipnya dikelompokkan menjadi tiga bagian, yaitu dana pihak pertama (modal/equity), dana pihak kedua (pinjaman pihak luar), dan dana pihak ketiga (simpanan).

- a. Dana Pihak Pertama sangat diperlukan untuk BMT terutama pada awal pendiriannya. Namun dana ini bisa terus berkembang seiring dengan pertumbuhan BMT. Sumber dana pihak pertama bisa dikelompokkan :

- 1) Simpanan Pokok Khusus

Simpanan Pokok Khusus yaitu simpanan modal penyertaan, bisa dimiliki perorangan maupun lembaga, besaran setiap simpanan tidak wajib sama untuk meningkatkan jumlah simpanan pokok ini, BMT bisa menghubungi para aghiya maupun lembaga Islam. Simpanan hanya dapat ditarik setelah jangka ketika satu tahun atas simpanan ini, penyimpan akan menerima sebagian dari laba/SHU dalam setiap akhir tahun sesuai dengan modalnya.

- 2) Simpanan Pokok

Simpanan pokok yang wajib dibayar ketika sebagai anggota BMT. Besarnya simpanan pokok harus sama pembayarannya bisa saja dicicil, agar bisa menarik lebih banyak jumlah anggota untuk berpartisipasi. Sebagai bukti keanggotaan, simpanan pokok ini tidak boleh ditarik, selama masih sebagai anggota, namun jika simpanan ditarik, maka otomatis keanggotaannya dinyatakan berhenti.

- 3) Simpanan Wajib

Simpanan ini sebagai sumber modal yg mengalir terus setiap waktu. Besar kecilnya sangat tergantung dalam kebutuhan permodalan dan anggotanya. Besarnya simpanan harus akan turut diperhitungkan pada pembagian SHU.

b. Dana Pihak Ke II

Dana tersebut berasal dari pinjaman pihak luar. Nilai dana tersebut tidak terbatas, Artinya yang terpenting adalah kemampuan masing-masing BMT dalam menanamkan kepercayaan calon investor. Pihak luar yang dimaksud adalah pihak yang memiliki system yang sama yaitu bagi hasil, baik perbankan maupun non perbankan. Oleh karena itu, sedapat mungkin, BMT hanya akan mengakses sumber pendanaan yang dikelola sesuai syariah.

c. Dana Pihak Ke III (DP III)

Dana yang dikelola BMT adalah simpanan sukarela dari para anggota BMT, ditinjau menurut cara pengembaliannya asal dana ini bisa dibagi sebagai dua, yakni simpanan lancar (Tabungan), & simpanan tidak lancar (Deposito).

- 1) Tabungan adalah simpanan anggota BMT dan dapat ditarik sewaktu-waktu (kapan saja). BMT tidak dapat menolak permintaan pengembalian ini.
- 2) Deposito adalah simpanan anggota BMT dan hanya dapat ditarik pada saat jatuh tempo. Periodenya bisa sefleksibel mungkin. Misalnya 2, 4, 5, dst, tergantung keinginan para anggota.³⁴

C. Simpanan Sukarela Qurban (SISUQUR)

1. Pengertian Qurban

Kurban (Bahasa Arab: *قرين*, transliterasi: Qurban), yang berarti dekat atau mendekatkan atau disebut juga Udhhiyah atau Dhahiyah secara harfiah berarti hewan yang disembelih. Sedangkan ritual kurban adalah salah satu ibadah pemeluk agama Islam, di mana hewan ternak disembelih dilakukan dipersembahkan kepada Allah. Ibadah kurban dilakukan pada bulan Dzulhijah pada penanggalan Islam, yakni pada

³⁴ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal wat Taamwil*, Yogyakarta: UII Press, 2004, h.155.

tanggal 10 (hari nahar) dan 11, 12 dan 13 (hari tasyrik) bertepatan dengan Hari Raya Idul Adha.³⁵

2. Simpanan Sukarela Qurban (SISUQUR)

Simpanan sukarela qurban yang didesain spesifik khusus mempersiapkan dana untuk melakukan ibadah qurban. Simpanan ini bertujuan memotivasi para anggota buat semangat berqurban. Simpanan Sukarela Qurban memakai akad wadi`ah, anggota menjadi penitip yang menaruh hak pada BMT buat memakai atau memanfaatkan dana titipannya. Sebab itu, BMT bertanggung jawab atas keutuhan barang titipan tadi dan pengembaliannya dalam waktu sebelum Hari Raya Idul Adha akan dilaksanakan.

Berikut manfaat dan fasilitas Simpanan sukarela qurban (SISUQUR) :

- a. Diperuntukkan anggota perorangan / lembaga
- b. Syarat pembukaan simpanan yang sangat mudah
- c. Bebas biaya adminstrasi bulanan
- d. Menggunakan akad wadi`ah
- e. Memperoleh bagi hasil simpanan yang akan ditambahkan secara otomatis setiap bulan.
- f. Pembukaan rekening minimum Rp. 25.000,-
- g. Setoran selanjutnya minimum Rp. 10.000,-
- h. Saldo minimum yang harus dipelihara Rp. 10.000,-
- i. Hanya dapat diambil pada saat akan melaksanakan ibadah qurban.

Syarat :

- a. Mengisi aplikasi pendaftaran anggota BMT
- b. Mengisi aplikasi pembukaan rekening SISUQUR
- c. Menyerahkan Foto copy KTP / SIM yang masih berlaku

³⁵ [https://id.wikipedia.org/wiki/Kurban_\(Islam\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Kurban_(Islam)) diakses pada tanggal 7 juni 2022 pukul 12.20

- d. Bagi anggota baru wajib membayar simpanan pokok sebesar Rp. 25.000,- dan simpanan wajib sebesar Rp. 10.000,-³⁶
3. Akad yang digunakan Simpanan Sukarela Qurban
- a. Akad Wadi'ah

Wadi'ah itu diambil menurut lafadh wad al-sya'i (menitipkan sesuatu). Dinamakan sesuatu yang dititipkan seorang pada yg lain buat menjaganya bagi dirinya, Oleh lantaran itu, secara bahasa, wadi'ah berarti sesuatu yg diletakkan dalam selain pemiliknya supaya dipelihara atau dijaga.³⁷

Ada 2 definisi wadi'ah yg dikemukakan sang pakar fikih. Pertama, ulama mazhab Hanafi mendefinisikan wadi'ah menggunakan “mengikutsertakan orang lain pada memelihara harta, baik menggunakan ungkapan yang jelas, tindakan, juga isyarat”. Kedua, ulama mazhab Maliki, mazhab Syafi'i & mazhab Hanbali, mendefinisikan wadi'ah “mewakikan orang lain buat memelihara harta tertentu menggunakan cara tertentu.” Dalam bahasa Indonesia wadi'ah berarti “titipan”.³⁸

Wadi'ah merupakan memanfaatkan sesuatu di tempat bukan pada pemiliknya untuk dipelihara. Dalam bahasa Indonesia disebut “titipan”. Akad wadi'ah merupakan suatu akad yang bersifat tolong-menolong antara sesama manusia³⁹

Hal-hal yang harus diperhatikan dalam al-wadi'ah sebagai berikut :

- 1) Penerima simpanan disebut yad al-amanah yang artinya tangan amanah. penyimpan tidak bertanggung jawab atas segala kehilangan atau kerusakan barang titipan selama hal itu bukan

³⁶ Brosur Layanan Simpanan KSPPS BMT AL HIKMAH Ungaran

³⁷ Yadi Janwari, *Fikih Lembaga Keuangan Syariah*, Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 2015, h. 2

³⁸ Sutan Remy Sjahdeni, *Perbankan Syariah Produk-Produk dan Aspek-aspek Hukumnya*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014, h. 351.

³⁹ Hasan Ali, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, Jakarta: PT Grafindo Persada, 2003, h.

akibat berdasarkan kelalaian atau kecerobohnya pada memelihara barang titipan.

- 2) Untuk menggunakan dana yang dititipkan, perlu terlebih dahulu harus mendapat izin dari pemilik dana dan perlu diperhatikan bahwa pengguna dana menjamin dana tersebut akan dikembalikan secara penuh. Demikian prinsip yad al-amanah menjadi yad adh-dhamanah.
- 3) Akibat diterapkannya prinsip yad adh-dhamanah merupakan bank dan koperasi memperoleh semua laba/keuntungan dari penggunaan uang, tetapi sebaliknya jika terjadi kerugian maka juga wajib ditanggung bank dan koperasi.⁴⁰

Rukun Wadi'ah :

- 1) Pelaku akad, yaitu penitip (mudi'/muwaddi') dan penyimpan/penerima titipan (muda'/mustawda')
 - 2) Objek akad, yaitu barang yang dititipkan
 - 3) Shighah, yaitu ijab dan qabul
- b. Landasan Syariah Wadi'ah

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا﴾

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya...”(an-Nisaa’ : 58)

﴿وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِيَ الْأَمَانَاتِ وَيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا﴾

“...jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya...” (al-Baqarah : 283)

⁴⁰ Hery Sutanto, et al. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2013, h. 179.

c. Akad Wadi'ah Yad Dhamanah

Wadi'ah yad dhamanah adalah akad titipan dimana pihak yang bertanggung jawab atas barang memberikan wewenang dan kesempatan kepada pihak yang bertanggung jawab atas barang tersebut untuk menggunakan barang titipan atau dana untuk tujuan tertentu. Jika membutuhkan barang atau dana, orang yang menitipkan barang atau dana tersebut harus bisa menyerahkan sepenuhnya. Yang dititipi juga berhak mendapatkan imbalan atas layanan yang diberi dan jika mungkin mendapatkan bonus kepada yang menitipkan barang atas manfaat yang diperoleh dari penggunaan barang atau dana yang dititipkan bahwa bonus mungkin tidak disepakati dalam akad.⁴¹

Wadi'ah yad dhamanah adalah akad penyimpanan barang atau dana dimana penerima titipan dapat memiliki barang atau dana titipan dengan atau tanpa izin pemilik dan harus bertanggung jawab terhadap kehilangan atau kerusakan barang atau uang titipan. Segala manfaat dan keuntungan yang diperoleh melalui penggunaan barang atau dana titipan adalah hak penerima titipan dana.⁴²

Beberapa aturan Wadi'ah Yad Dhamana antara lain:

- 1) Penyimpan mempunyai hak untuk menginvestasikan aset yang dititipkan
- 2) Penitip memiliki hak untuk mengetahui bagaimana asetnya diinvestasikan
- 3) Penyimpan menjamin hanya nilai pokok jika modal berkurang karena merugi
- 4) Setiap laba yg diperoleh penyimpan bisa dibagikan menjadi hibah atau hadiah (bonus). Hal itu berarti bahwa penyimpan

⁴¹ Muhammad Rifqi, *Akuntansi Keuangan Syariah*, Yogyakarta: P3EI Press, 2010, h. 38.

⁴² Syafi'i Antonio, *Bank...*, h. 5

tidak mempunyai kewajiban mengikat buat menunjukkan laba yang diperolehnya.

5) Penitip tidak memiliki hak suara

Prinsip ini memungkinkan penitip untuk mencampurkan asetnya dengan aset simpanan lainnya dan menggunakannya secara menguntungkan untuk tujuan produktif. Penyimpan berhak memperoleh manfaat dari keuntungan yang dititipkan dan bertanggung jawab penuh atas risiko kerugian yang mungkin timbul. Selain itu, deposan juga diperbolehkan untuk secara sukarela menawarkan bonus kepada pemilik aset tanpa perjanjian yang mengikat terlebih dahulu.⁴³

d. Fatwa DSN Wadi'ah

Dewan Syariah Nasional telah mengeluarkan ketentuan terkait simpanan yang telah diatur dalam Fatwa DSN No. 02/DSNMUI/IV/2000.27 dalam fatwa ini, terdapat ketentuan mengenai simpanan yang berdasarkan wadi'ah, yaitu:

- 1) Dana yang disimpan pada bank adalah bersifat simpanan
- 2) Simpanan ini bisa diambil kapan saja (on call) atau berdasarkan kesepakatan.
- 3) Tidak ada imbalan yang disyaratkan kecuali dalam bentuk pemberian (athaya) yang bersifat sukarela dari pihak bank.

e. Implementasi Wadiah di BMT

Baitul Mal wa Tamwil (BMT) adalah balai usaha mandiri terintegrasi yang isinya berintikan bayt al-mal wa tamwil dengan kegiatan yang meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil, seperti mempromosikan dan mendukung kegiatan tabungan. perusahaan yang produktif untuk ditingkatkan. Membiayai kegiatan ekonomi mereka. Dari pengertian tersebut, maka alasan didirikannya BMT adalah untuk menumbuhkan kegiatan

⁴³ Ascarya, *Akad...*, h. 44-45

menabung, khususnya bagi anggota BMT dan pengusaha yang menjadi nasabah BMT.

Akad yg dipakai BMT untuk wadi`ah. Wadi`ah pada BMT diartikan menggunakan akad penitipan uang berdasarkan pihak yg memiliki uang (anggota atau nasabah) pada BMT menjadi sebagai pihak yang diberi kepercayaan dengan tujuan menjaga keselamatan, keamanan, dan keutuhan uang itu.

Wadi`ah yad dhamanah biasanya dipakai pada BMT. Wadi`ah yad dhamanah adalah titipan dimana BMT dengan atau tanpa seizin penitip dapat mengambil keuntungan dari dana titipan dan bertanggung jawab atas kehilangan atau kerusakan uang titipan. Semua manfaat dan keuntungan dari penggunaan titipan jadi hak BMT. Tetapi demikian, pihak BMT yg sudah memakai uang titipan tersebut, tidak dilarang untuk memberikan semacam insentif berupa bonus dengan catatan tidak disyaratkan dalam akad dan jumlahnya tidak ditetapkan dalam nominal persentase secara advance.

Dalam menerapkan wadi`ah di BMT dalam bentuk tabungan atau titipan harus memenuhi persyaratan sebagai berikut :

- 1) BMT bertindak sebagai penyimpan dan nasabah bertindak sebagai pemilik dana titipan.
- 2) Uang titipan disetor penuh pada BMT dan ditetapkan dengan jumlah nominal
- 3) Uang titipan dapat diambil setiap saat
- 4) Imbalan atau bonus yang menjanjikan kepada nasabah tidak diperbolehkan
- 5) BMT menjamin pengembalian uang yang disetorkan oleh anggota Dengan demikian, bisa dipahami bahwa anggota BMT atau pengusaha yang menitipkan uang pada BMT bertindak

menjadi muwaddi' atau rab almal dan BMT itu sendiri bertindak menjadi wadi'ah.⁴⁴

⁴⁴ Yadi Janwari, *Fikih...*, h. 9-13

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Umum BMT AL Hikmah Ungraran

KSPPS BMT Al-Hikmah merupakan lembaga yang bergerak dibidang ekonomi swadya masyarakat yang berbentuk yang dapat tumbuh dan berkembang di wilayah kecamatan Ungaran. KSPPS BMT Al-Hikmah ini lahir dengan diawali adanya pertemuan antara tokoh-tokoh masyarakat Babadan dan sekitarnya pada tanggal 24 September 1998 di masjid Wahyu Langensari. Dari pertemuan tersebut di hadiri 30 orang yang bersedia dan siap menjadi anggota atau pendiri koperasi tersebut. KSPPS BMT Al- Hikmah ini memiliki sebuah tujuan untuk menciptakan sebuah lembaga perekonomian masyarakat sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi umat Islam. selain itu sasaran utam adalah para pedagang dan pengusaha kecil di wilayah kecamatan Ungaran. Tidak lupa KSPPS BMT Al-Hikmah juga menysasar masyarakat umum lapisan bawah di kecamatan Ungaran yang belum atau tidak mendapatkan fasilitas keuangan yang ada disekitar kecamatan Ungaran.

KSPPS BMT Al-Hikmah memiliki unit usaha yaitu unit simpan pinjam dengan menggunakan sistem bagi hasil. Namun dalam hal ini terwujudnya kegiatan usaha yang mencapai pada kesejahteraan hidup umat adalah salah satu sasaran yang ingin dicapai oleh BMT Al-Hikmah. Koperasi KSPPS BMT Al-HIKMAH mulai kegiatan perekonomiannya di komplek pasar Babadan Blok B-26, pada tanggal 15 Oktober 1998. Modal yang digunakan pada awalnya adalah senilai Rp. 1.500.000. Modal awal didapatkan dari simpanan pokok, simpanan pokok khusus, dan simpanan wajib. Selanjutnya para pengelola KSPPS BMT Al-HIKMAH di berikan kepada empat orang yang telah mendapatkan pembelajaran melalui Proyek Penanguhan Pekerja Trampil (P3T) di asrama haji Donohudan, Solo.

Pada saat ini, KSPPS BMT Al-Hikmah mengalami perubahan yang signifikan dari tahun ke tahun. Selama 22 tahun berdiri, banyak sekali

mengalami perubahan diantaranya banyaknya anggota yang menyimpan dananya, selain itu meningkatnya jumlah minimal simpanan yang harus disetorkan anggota kepada pihak BMT Al-Hikmah. Sedangkan pada unit pembiayaan yang telah disalurkan juga mengalami penambahan aset dan yang kemudian menambahkan laba atau keuntungan setiap bulannya. Tetapi juga dibarengi dengan adanya kerugian tetapi tidak signifikan setiap bulannya. Namun pada masa pandemi Covid-19 ini, banyak sekali terjadi pembiayaan yang macet dikarenakan banyaknya anggota yang terkena dampak adanya pandemi Covid-19 ini.

Dari latar belakang usaha, pendidikan yang diperoleh status sosial masyarakat, asal daerah, tingkat kepercayaan terhadap BMT AL-Hikmah sangat berpengaruh terhadap berkembangnya BMT Al-Hikmah sampai pada saat ini. Selain faktor-faktor dari anggota BMT Al-Hikmah terdapat juga peran para pegawai atau karyawan BMT Al-Hikmah yang senantiasa dengan sabar, tekun dan ulet yang kemudian memberikan dampak positif terhadap kemajuan dan cita dari BMT Al-Hikmah. Kini BMT AL- HIKMAH telah menempati kantor pusat di Jl. Jend. Sudirman No.12 Mijen Gedanganak Ungaran Timur Kabupaten Semarang, dengan kantor cabang :

- a. Komplek pasar Babadan Blok E 23-25 Ungaran Barat 50518.
- b. Komplek Terminal Pasar Karangjati No.11 Kec. Bergas. (Sudah ditutup)
- c. Jl. Sanban-Jimbaran RT.01/01 Ds. Samban Bawen.
- d. Jl.TirtomoyoNo.07 Bandungan, Telp. 0298-521414
- e. Jl. Raya Gunungpati-Boja Ds. Ngabean No.05 Gunungpati Kota Semarang Telp. 024-6932092.

1. Tujuan dan Sasaran

Adapun tujuan dari BMT Al-Hikmah Ungaran adalah sebagai berikut :

- a. Menyelamatkan kelompok-kelompok usaha lapisan masyarakat kebawah dan situasi krisis ekonomi.
- b. Menambah modal kerja bagi masyarakat lapisan paling bawah dan kecil.

- c. Mengembangkan kelompok usaha masyarakat agar lebih produktif.

Adapun sasaran dari BMT Al-Hikmah Ungaran adalah sebagai berikut:

- 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 pinjaman kepada anggotanya yang melaksanakan usaha untuk modal kerja dengan prosedur yang mudah dan murah.

2. Visi dan Misi BMT AL Hikmah Ungaran

Visi :

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

Misi :

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

3. Badan Hukum Lembaga KSPPS BMT Al-Hikmah

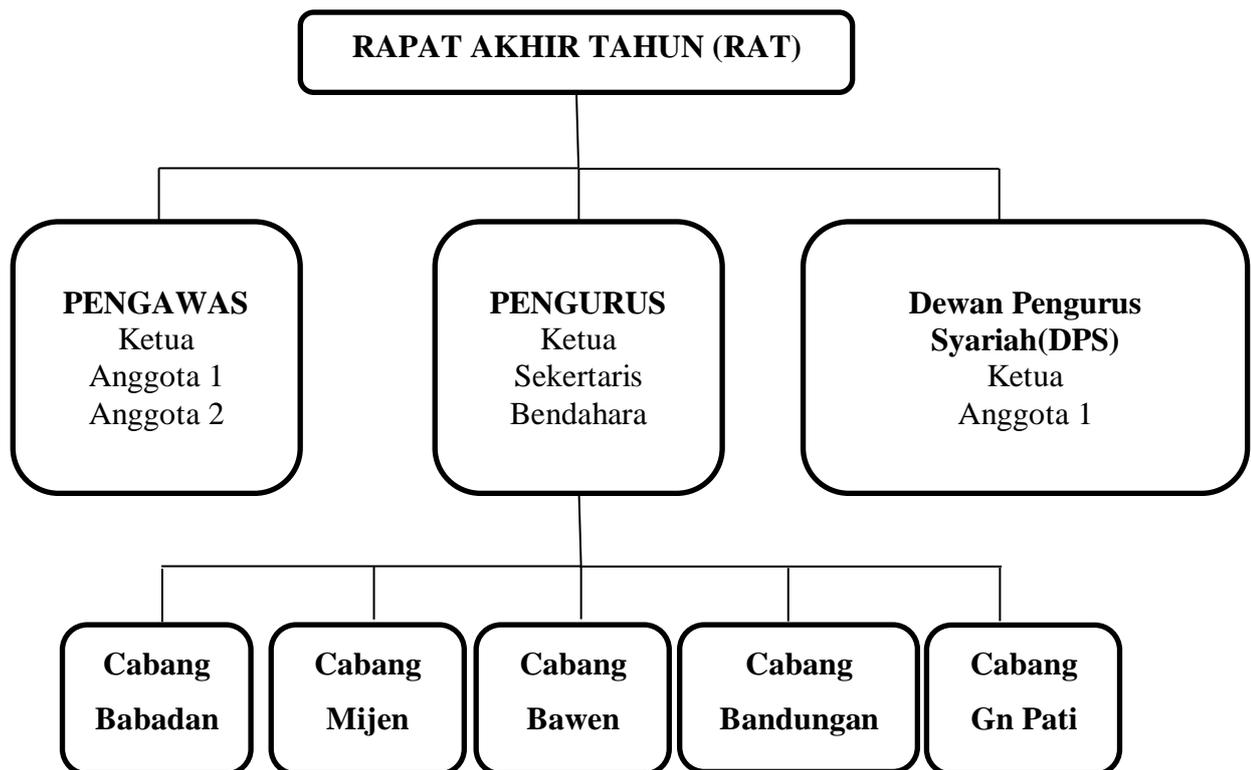
KSPPS BMT Al-Hikmah merupakan usaha milik masyarakat, bukan badan usaha milik perseorangan, golongan, atau kelompok tertentu yang dibentuk karena kesadaran masyarakat terhadap pentingnya suatu pengelolaan perekonomian yang sangat kompleks.

KSPPS BMT Al-Hikmah mempunyai badan hukum koperasi seta mendapatkan akta pendirian No : 047/BH/KDK.II.I/III/1999 tanggal

02 Maret 1999 dan telah mengalami perubahan Anggaran Dasar menjadi Tingkat Jawa Tengah. Koperasi ini berbentuk koperasi syariah yang berlandaskan kepada hukum Islam yang berlaku.

B. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas

1. Struktur Organisasi BMT AL Hikmah Ungaran



Keterangan :

| PENGURUS | | |
|----------|------------|------------------------|
| 1. | Ketua | H. Muhari, S. Ag., M.M |
| 2. | Sekretaris | Awing Fragtiyo, S.E. |
| 3. | Bendahara | Asroti, S. Pd.I. |

| PENGAWAS | | |
|-----------------|-----------|-------------------------|
| 1. | Ketua | Gatot Indratmoko, S. E. |
| 2. | Anggota 1 | Drs. H. Abu Hanafi |
| 3. | Anggota 2 | Ichsan Ma'arif, S. E. |

| Dewan Pengawas Syariah (DPS) | | |
|-------------------------------------|-----------|-------------------------------|
| 1. | Ketua | Drs. Toni Irianto |
| 2. | Anggota 1 | Prof. DR. Muh Saeroji, M. Ag. |

| Karyawan Kantor Cabang | | |
|-------------------------------|-------------------|---------------------------|
| 1. | Cabang Babadan | Yuni Fatmawati |
| | | Salamti Nurul Aryanti |
| | | Zulaikhan Yahya |
| 2. | Cabang Mijen | Asroti |
| | | Heni Fajar Rukmiyati, SE. |
| | | Sayfur Rohman |
| | | Syaifuddin |
| | | Dian Irfani |
| 3. | Cabang Bawen | Sefi Apriliana |
| | | Adit |
| 4. | Cabang Bandungan | Nur Janah |
| | | Masyuhdi |
| 5. | Cabang Gunungpati | Khandis Muhandis |
| | | Abdul Hamid |

2. Uraian Tugas

a. Pengurus

- 1) Merencanakan kebijakan umum BMT yang telah dibuat sebelumnya pada Rapat Anggota.
- 2) Melakukan pengawasan operasional BMT dalam bentuk :

- a) Menyetujui pembiayaan dalam jumlah tertentu.
- b) Mengawasi tugas Manager atau pengelola.
- 3) Mengelola serta menetapkan komite pembiayaan.
- 4) Melaporkan perkembangan BMT kepada anggota dalam Rapat Anggota.

b. Dewan Pengurus Syariah (DPS)

Melakukan pengawasan, pengevaluasian, dan memberi pengarahan dalam pengelolaan BMT.

c. Pengawas

- 1) Mengawasi kegiatan operasional BMT, seperti mempersiapkan rekomendasi produk baru BMT.
- 2) Menyatakan secara berkala bahwa jalannya BMT diawasi sesuai dengan ketentuan syariah.

d. General Manager

- 1) Melakukan penjabaran mengenai peraturan umum dari BMT yang telah disusun dewan pengurus yang kemudian disetujui oleh pihak BMT.
- 2) Melakukan penyusunan terhadap program kerja dan anggaran, proyeksi financing yang kemudian disampaikan kepada dewan pengurus guna memperoleh persetujuan RAT.
- 3) Melakukan persetujuan terhadap aliran dana yang disalurkan agar sesuai dengan batas yang telah ditentukan.
- 4) Melakukan pengelolaan dan melakukan pengawasan terdapat pengeluaran biaya harian.

e. Manager

- 1) Membuat prakiraan mengenai kondisi lingkungan dan prakiraan pandangan kedepannya..
- 2) Mengawasi kinerja karyawan.

f. Admin Pembiayaan

- 1) Melayani pelayanan pembiayaan terhadap nasabah.
- 2) Menerima berkas pengajuan pembiayaan.

- 3) Membuat analisis pembiayaan.
- 4) Melakukan penyuluhan terhadap anggota yang mengajukan pembiayaan agar tidak mengalami kredit macet.
- 5) Melaksanakan administrasi baik pembayara maupun pembiayaan..
- 6) Membuat dan menyusun laporan terhadap perkembangan pembiayaan.

g. Teller

- 1) Melakukan pelayanan pelayanan baik penyetoran, penarikan maupun pembayaran pembiayaan yang dilakukan oleh anggota.
- 2) Menghitung transaksi atau jumlah keuangan yang dilakukan setiap hari.
- 3) Mempersiapkan, mengatur dan mengawasi pengeluaran uang bai tunai maupun non tunai yang telah disetujui sebelumnya oleh manajer cabang.
- 4) Melengkapi kelengkapan seperti menandatangani slip dan formulir baik sesudah atau sebelum diberikan kepada anggota kemudian tidak lupa untuk mendokumentasikannya.

h. Customer Service (CS)

- 1) Memberikan pelayanan kepada nasabah dalam memberikan informasi produk kepada calon anggota.
- 2) Mendukung anggota untuk menyelesaikan proseduk pembukuan rekening simpanan.
- 3) Membantu anggota dalam menutup rekening simpanan.
- 4) Memberikan informasi tentang saldo simpanan anggota.
- 5) Menyiapkan buku simpanan untuk anggota.
- 6) Membuat arsip untuk menyimpan pembukuan rekening simpanan anggota.
- 7) Memberikan layanan informasi perbankan lainnya kepada anggota, yaitu untuk mengatasi masalah transak anggota.

i. Marketing

- 1) Bertanggungjawab kepada manajer pemasaran atas semua pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya.
- 2) Melakukan peagihan terhadap anggota yang mengajukan pembiayaan di BMT.
- 3) Menerima simpanan dari anggota yang menyimpan tetapi tidak dapat datang ke kantor untuk melakukan penarikan.
- 4) Mensosialisasikan produk BMT kepada masyarakat.
- 5) Menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat yang membutuhkan dana untuk mengembangkan bidang usaha atau yang lainnya.

C. Ruang Lingkup Usaha

1. Produk Penghimpunan Dana (Simpanan)

a. Simpanan Sukarela Lancar (SiRela)

Simpanan Sukarela Lancar adalah simpanan anggota masyarakat yang berdasarkan akad wadiah yad dhamanah. Atas ijin penitip dana yang tersimpan di rekening SIRELA dapat digunakan oleh BMT Al-Hikmah. Penarikan maupun penyeteroran dapat dilakukan oleh pemegang rekening setiap saat.

Fitur :

- 1) Untuk anggota perorangan.
- 2) Persyaratan pembukuan simpanan yang sangat ringan.
- 3) Bebas biaya administrasi bulanan.
- 4) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah atau akad titipan.
- 5) Memperoleh bagi hasil simpanan yang akan ditambahkan secara otomatis setiap bulan.
- 6) Minimum pembukaan rekening Rp 10.000
- 7) Setoran berikutnya minimum Rp 10.000
- 8) Saldo minimum yang harus dipertahankan Rp 10.000

- 9) Penyetoran dan penarikan simpanan dapat dilakukan sewaktu-waktu pada jam kerja.

Syarat :

- 1) Mengisi formulir pendaftaran anggota BMT.
- 2) Mengisi aplikasi pembukaan rekening SI RELA.
- 3) Fotocopy KTP/SIM yang masih berlaku.
- 4) Untuk anggota baru harus membayar simpanan pokok sebesar Rp 25.000 dan simpanan wajib Rp 10.00

b. Simpanan Pelajar (SIMPEL)

Simpanan Pelajar merupakan simpanan bagi para pelajar dan mahasiswa yang menginginkan memiliki rekening simpanan yang akan terus bertumbuh dan berpeluang untuk mengajukan beasiswa bagi yang berprestasi. Fitur :

- 1) Untuk pelajar dan mahasiswa.
- 2) Persyaratan pembukuan simpanan yang sangat ringan.
- 3) Bebas biaya administrasi bulan.
- 4) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah.
- 5) Memperoleh bagi hasil simpanan yang akan ditambahkan secara otomatis setiap bulan.
- 6) Minimum pembukaan rekening Rp 10.000
- 7) Setoran berikutnya minimum Rp 10.000
- 8) Saldo minimum rekening Rp 10.000
- 9) Penyetoran dan penarikan simpanan dapat dilakukan sewaktu-waktu pada jam kerja.
- 10) Dapat mengajukan beasiswa bagi pelajar atau mahasiswa yang berprestasi.

Syarat :

- 1) Mengisi formulir pendaftaran anggota BMT.
- 2) Mengisi aplikasi pembukaan rekening SIMPEL.
- 3) Fotocopy Kartu Pelajar atau Kartu Mahasiswa.

4) Bagi anggota baru wajib membayar simpanan pokok Rp 25.000

c. Simpanan Sukarela Qurban (SISUQUR)

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

Fitur :

- 1) Diperuntukkan bagi anggota perorangan.
- 2) Syarat pembukaan simpanan yang sangat ringan.
- 3) Bebas biaya administrasi bulanan.
- 4) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah.
- 5) Memperoleh bagi hasil simpanan yang akan ditambahkan secara otomatis setiap bulan.
- 6) Pembukaan rekening minimum Rp 25.000
- 7) Setoran selanjutnya minimum Rp 10.000
- 8) Saldo minimum yang harus dipelihara Rp 10.000
- 9) Hanya dapat diambil pada saat akan melakukan ibadah Qurban.

Syarat :

- 1) Mengisi aplikasi pendaftaran anggota BMT.
- 2) Mengisi aplikasi pembukaan rekening SI SUQUR.
- 3) Menyerahkan fotocopy KTP atau SIM yang masih berlaku.
- 4) Anggota baru wajib membayar simpanan pokok sebesar Rp 25.000

d. Simpanan Ibadah Haji (SI HAJI)

Simpanan Ibadah Haji merupakan inovasi baru daei BMT Al-Hikmah khusus melayani masyarakat muslim yang berencana menunaikan Ibadah Haji.

Fitur :

- 1) Untuk anggota perorangan berusia 18 tahun keatas.
- 2) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah.
- 3) Bekerjasama dengan Bank Syariah Mandiri dalam online SISKOHAT Kementerian Agama.
- 4) Tersedia fasilitas Dana Talangan Haji hingga senilai Rp 22.500.000
- 5) Bebas biaya administrasi bulanan.
- 6) Pembukaan awal rekening Rp 50.000
- 7) Setoran berikutnya minimal Rp 50.000
- 8) Biaya penutupan rekening penyetoran porsi Haji Rp 10.000
- 9) Gratis biaya penutupan rekening (jika setelah penyetoran porsi Haji).
- 10) Memperoleh bagi hasil simpanan yang akan diakumulasikan sebagai tambahan pembayaran biaya Ibadah Haji.
- 11) Penarikan simpanan dapat dilakukan setelah jangka waktu yang telah disepakati atau anggota sudah siap untuk melaksanakan Ibadah Haji.

e. Simpanan Ibadah Umroh (SI UMROH)

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

Fitur :

- 1) Untuk anggota perorangan yang berencana melaksanakan ibadah umroh.
- 2) Melakukan setoran bulanan sesuai tanggal yang diinginkan oleh anggota.
- 3) Jumlah setoran setiap bulan tidak berubah (tetap) dan sesuai dengan jangka waktu yang diinginkan.

- 4) Memperoleh bagi hasil simpanan yang akan diakumulasikan sebagai tambahan dalam pembayaran ibadah umroh.
- 5) Bebas administrasi bulanan.
- 6) Penarikan simpanan dapat dilakukan setelah jangka waktu yang telah disepakati atau anggota sudah siap untuk melaksanakan ibadah umroh.

f. Simpanan Suka Rela Berjangka (SI SUKA)

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

Fitur :

- 1) Untuk anggota perorangan atau lembaga.
- 2) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah mutlaqah (bagi hasil).
- 3) Pilihan jangka waktu fleksibel 3, 6, 9, 12, dan 24 bulan.
- 4) Tidak dikenakan biaya administrasi.
- 5) Bagi hasil yang optimal dengan nisbah yang kompetitif
- 6) Bagi hasil langsung menambah saldo simpanan harian.
- 7) Jangka waktu dapat diperpanjang otomatis (automatic roll over).
- 8) Setoran minimal Rp 500.000
- 9) Dapat souvenir menarik untuk simpanan dengan jangka waktu 12 dan 24 bulan.
- 10) Dapat dijadikan pembiayaan di KSPPS BMT Al-Hikmah.

g. Simpanan Wadiah Berhadiah (SIWADIAH)

Merupakan simpanan wajib dengan fitur yang diperuntukkan bagi anggota, simpanan dengan jangka waktu tertentu yang dapat ditarik sebelum jatuh tempo.

Syarat :

- 1) Menyetor simpanan si wadiah sebesar Rp 200.000 setiap bulan.

- 2) Setiap anggota diperbolehkan untuk mendaftar lebih dari satu kesempatan.
- 3) Jangka waktu penyetoran simpanan sela 24 bulan.
- 4) Pengundian hadiah dilaksanakan dalam 3 tahap pada periode 8, 16, dan 24.
- 5) Setiap anggota dipastikan mendapat hadiah sesuai dengan undian.
- 6) Setiap anggota berhak mendapatkan fcc/ujrah/bonus pada akhir periode simpanan.

2. Produk Pembiayaan

a. Pembiayaan Multi Barang dengan Prinsip Jual Beli Murabahah

Akad Murabahah adalah akad jual beli atas barang tertentu dimana penjual menetapkan dengan jelas bahwa barang yang diperjualbelikan termasuk harga pembelian barang tersebut kepada pembeli yang kemudian mensyaratkan atasnya laba atau keuntungan dalam jumlah tertentu.

Keuntungan pembiayaan pemilikan sepeda motor di KSPPS BMT Al-Hikmah diantaranya :

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

- 8) Apabila menyelesaikan pembiayaan sebelum jangka waktu akan diperoleh potongan dan tidak akan dikenakan pinalti.
- 9) Fasilitas asuransi TLO (optimal).

b. Pembiayaan Multi Jasa Dengan Prinsip Ijarah

Akad Ijarah adalah akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa untuk jangka waktu tertentu dengan pembayaran sewa atau upah tanpa diikuti pemindahan kepemilikan. Fasilitas ini untuk anggota yang terkendala dalam membayar biaya pendidikan, biaya sewa rumah maupun biaya rumah sakit dan biaya perjalanan.

BMT Al-Hikmah siap membantu membayarkan kebutuhan anggota dan mengembalikan pembiayaan dan jasa secara angsuran atau sesuai tempo kesepakatan.

Syarat :

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

c. Pembiayaan Multi Jasa (Kerjasama Mudharabah/Musarakah)

Fasilitas pembiayaan diperuntukkan bagi anggota yang menginginkan modal dalam mengembangkan usahanya sehingga menjadi lebih besar dan menguntungkan. BMT Al-Hikmah

bersedia menjadi mitra sebagai pemodal atau bermitra sebagai partner dalam mengembangkan usaha anggota tersebut.

Syarat :

- 1) Bersedia menjadi anggota KSPPS BMT Al-Hikmah.
- 2) Memiliki usaha produktif dan berprospektif.
- 3) Bersedia di suvey dilokasi usaha yang diajukan.
- 4) Mengisi aplikasi pengajuan pembiayaan yang telah disediakan.
- 5) Melangkasi persyaratan :
 - a) Fotocopy KTP suami istri.
 - b) Fotocopy Kartu Keluarga (KK).
 - c) Fotocopy Surat Nikah.
 - d) Melampirkan jaminan asli dan fotocopy BPKB Kendaraan, Sertifikat Tanah atau Surat Kios/Los Pasar.

3. Produk Jasa

a. Si Gadai

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

Keunggulan :

- 1) Mudah
Cukup membawa barang yang akan digadai dengan bukti kepemilikan dan identitas diri.
- 2) Cepat
Uang cair dalam waktu 30 menit.
- 3) Aman
Memberikan jaminan keamanan terhadap barang yang dititipkan.
- 4) Berkah

Dikelola dengan sistem syariah yang berlandaskan atas dasar prinsip tolong menolong.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Produk Sukarela Qurban (SISUQUR) di BMT Al Hikmah Ungaran

Lembaga keuangan syariah seperti BMT Al Hikmah membutuhkan strategi pemasaran yang tidak hanya mencari keuntungan, tetapi juga mampu menjadi lembaga berfungsi sosial. Lembaga keuangan mikro seperti BMT Al Hikmah menyadari perlunya bersaing dalam pemasaran barang dan jasa. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran produk dan jasa BMT. Salah satu produk yang diluncurkan oleh BMT Al Hikmah Ungaran adalah produk Simpanan Sukarela Qurban. Produk ini untuk anggota atau calon anggota yang ingin berkorban sehingga memuaskan keinginannya untuk burkurban.

Berikut ini adalah strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT Al Hikmah dengan mengembangkan bauran pemasaran yang terdiri dari empat unsur yaitu produk, tempat, harga dan promosi khususnya untuk produk simpanan qurban dengan strategi yang menarik dan mempertahankan loyalitas para anggota atau mitra Untuk informasi lebih lanjut tentang strategi ini sebagai berikut

1. Dari segi produk

Produk berarti barang dan jasa yang diberikan untuk Sasaran. Produk yang baik adalah produk yang dibutuhkan konsumen karena itu harus jeli dalam mengamati kebutuhan konsumen. Selain itu, Islam mengajarkan untuk memperhatikan kualitas dan keberadaan produk tersebut. Tidak membodohi kualitas dengan menunjukkan hal-hal baik di luar dan menyembunyikan hal-hal buruk di dalam. Dibidang produk, BMT Al Hikmah Ungaran akan lebih banyak menawarkan produk Sisuqur kepada semua golongan, meningkatkan kualitas produk simpanan qurban bagi anggota lama dan baru, guna meningkatkan minat anggota untuk menabung dalam persiapan Ibadah Qurban.

Berdasarkan hasil penelitian, penulis dapat menganalisis produk Sisukur (Simpanan Sukarela Qurban) BMT Al Hikmah cukup baik meskipun kurang diminati masyarakat dikarenakan produk sisukur dapat membantu masyarakat yang ingin mewujudkan niat qurban dengan produk Sisukur ini. Pihak BMT Al Hikmah Ungaran juga tidak menutupi dalam memperkenalkan produk Sisukur sampai akadnya dan meningkatkan kualitas produknya, sehingga pemasaran produk Sisukur dapat dikatakan baik dalam pelaksanaannya.

2. Dari Segi Tempat

Lokasi dan operasional, serta sarana dan prasarana menjadi pendukung yang sangat penting karena konsumen memiliki akses yang mudah ke lokasi yang ada dan distribusi yang mudah. BMT Al Hikmah Ungaran berlokasi strategis dan dekat dengan kawasan perbelanjaan setempat, jalan raya dan beberapa sekolah. Untuk pendistribusian BMT Al Hikmah Ungaran, kami bekerja sama dengan pengajian jamaah ibu ibu, pedagang pasar dan kelompok PKK desa untuk memudahkan anggota mengelola atau mendistribusikan kepada mereka yang sangat membutuhkan daging qurban. BMT AL HIKMAH juga memiliki lima kantor, yang dapat menjadi peluang bagi BMT AL HIKMAH untuk meningkatkan keanggotaannya. Selain itu, tempat harus bersih, rapi dan nyaman agar anggota yang datang ke BMT dapat merasa nyaman.

Berdasarkan hasil penelitian dapat penulis menganalisis bahwa strategi tempat/operasional berdasarkan BMT Al Hikmah Ungaran relatif strategis lantaran meliputi semua area yg sebagai sasaran yaitu sekitar wilayah pasar & kampung-kampung sekitar sehingga BMT Al Hikmah Ungaran gampang dijangkau anggota atau calon anggota. Distribusinya telah baik lantaran mencari wilayah yang tertinggal yang belum bisa jatah qurban dan

bekerjasama dengan lembaga pengajian, pedagang pasar dan perpaduan PKK pada kampung agar pemasarannya tepat sasaran.

3. Dari Segi Harga

Pada brosur BMT Al Hikmah Ungran, menjelang Hari Raya Idul Adha Simpanan Sukarela Qurban dapat ditarik pada bentuk uang atau hewan qurban sesuai kemauan anggota. Hingga anggota bebas menentukan pilihan mana yang diinginkannya sesuai dengan jumlah nominal yg disimpan. Adapun kondisi yg ditetapkan BMT Al Hikmah Ungaran dalam produk Simpanan Sukarela Qurban menjadi berikut:

- a. Minimum pembukaan rekening Rp 25.000
- b. Setoran berikutnya minimum Rp 10.000
- c. Minimum yang harus dipelihara Rp 10.000
- d. Fotocopy KTP atau SIM yang masih berlaku
- e. Bebas biaya administrasi bulanan.

Dilihat dari biaya yang dikenakan untuk produk Simpanan Sukarela Qurban, simpanan ini sangat terjangkau bagi masyarakat umum. Dengan biaya Rp. 10.000,- simpanan ini sangat murah sehingga bisa menarik masyarakat yang ingin menyimpan dananya di BMT Al Hikmah Ungaran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis dapat menganalisis bahwa harga produk Sisuqur di BMT Al Hikmah Ungaran murah dan sangat terjangkau, dengan tujuan membantu anggota untuk memenuhi kebutuhan Qurban, sesuai akadnya dan dapat dianalisa dengan baik. BMT Al Hikmah Ungaran juga menggunakan akad titipan dimana BMT Al Hikmah Ungaran sebagai penerima titipan dan member adalah pemilik titipan. BMT dapat menggunakan uang yang ditip dan harus bertanggung jawab atas kehilangan uang titipan. Keuntungan yang diperoleh menjadi hak BMT. Pihak BMT dapat memberikan imbalan atau bonus kepada anggota,

tetapi dengan catatan tidak disyaratkan dalam akad dan jumlahnya tidak ditetapkan dalam nominal persentase. Anggota berhak memilih sesuai dengan pilihan yang diinginkan. Artinya, dapat membeli sendiri hewan kurban atau mengalihdayakan pemotongan dan distribusinya ke BMT AlHikmah Ungaran.

4. Dari Segi Promosi

Promosi merupakan salah satu bagian berdasarkan bauran pemasaran yg abesar peranannya. BMT Al Hikmah Ungaran pada memasarkan produk Sisuqur menggunakan cara antara lain:

- a. Brosur/iklan yang menarik, sehingga warga bisa mudah mengetahui bahwa adanya forum keuangan mikro syariah misalnya BMT Al Hikmah Ungaran menggunakan produk juga jasa layanannya khususnya produk Simpanan Sukarela Qurban. Lantaran konsep BMT Al Hikmah Ungaran itu sendiri adalah Lembaga keuangan syariah yang segmen umumnya masyarakat kecil menengah kebawah.
- b. Service (Pelayanan), BMT Al Hikmah Ungaran melakukan pendekatan kepada anggota yang sudah menjadi nasabah dengan ramah serta sopan santun, hal ini memungkinkan merasa nyaman dan secara tidak langsung akan mempromosikan atau bercerita ke anggota lainnya atau calon anggota dari mulut ke mulut yang belum menjadi anggota, bahwa pelayanan BMT Al Hikmah sangat baik sehingga menarik calon anggota agar dapat menjadi anggota/nasabah.
- c. Tenaga pemasaran/dilapangan dengan sistem antar jemput bola, maksudnya dari strategi antar jemput bola ini dengan mengunjungi anggota ke lingkungan mereka, sehingga masyarakat sekitar lebih mudah tertarik untuk menjadi anggota pada BMT Al Hikmah Ungaran.

- d. Publisitas untuk menarik calon anggota dilakukan melalui bazar, senam, dan donor darah yang secara tidak langsung mempromosikan produk-produk BMT Al Hikmah
- e. Bukti Fisik, Terdiri dari adanya logo atau simbol BMT Al Hikmah, fasilitas yang dimiliki, seragam karyawan, laporan, kartu nama. Dengan adanya bukti fisik masyarakat sekitar akan lebih tau tentang BMT Al Hikmah⁴⁵.
- f. Dalam promosi ini BMT AL HIKMAH akan menawarkan souvenir pada produk tertentu sebagai kenang-kenangan bagi anggota yang setia.⁴⁶

Berdasarkan hasil penelitian bisa penulis analisis bahwa aktivitas promosi yang dilakukan oleh BMT Al Hikmah Ungaran cukup baik. Pemasaran produk ini dapat menggunakan dengan brosur karena sangat memudahkan calon anggota untuk mengingat dan memahami produk sisuqur yang ada di BMT Al Hikmah Namun brosur ini bukan hanya sekedar dibagi-bagikan ke masyarakat/pasar tetapi juga berisi penjelasan terlebih dahulu mengenai syarat yang mesti dipenuhi serta jumlah setoran awal dan minimumnya produk Sisuuqur ini tetapi hal ini kurang optimal dikarenakan kurangnya SDM yang memperkenalkan produk simpanan sukarela ini. Sistem jemput bola yang dilakukan BMT Al Hikmah Ungaran cukup relative efektif dimana karyawan langsung mendatangi calon anggota ke tempat usaha atau rumah mereka. Dengan demikian promosi ini telah melekat dan friendly terhadap calon anggota. Selain menggunakan system jemput bola, dan BMT Al Hikmah Ungaran menggunakan service (pelayanan) yang baik

⁴⁵ Dr. Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta : Rajawali Pers, 2012, h. 214

⁴⁶ M. Nur Rianto , *Dasar – Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung : Alfabeta, 2012, h.

tidak melupakan juga strategi pemasaran dilakukan oleh Rasulullah SAW, seperti bereprilaku baik dan simpatik (siddiq), mempunyai kecerdasan dan intelektualitas (fatanah) dalam memasarkan produknya, komunikatif dan transparan (tabligh), bersikap rendah hati dan suka menolong (khidmah), Amanah dapat dipercaya terhadap anggota dan juga dengan sesama karyawan. Sehingga dapat diketahui bahwa strategi promosi yang dilaksanakan oleh BMT Al Hikmah Ungaran cukup baik dan dipromosikan sesuai syariat Islam.⁴⁷

Sedangkan teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui potret BMT dan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman produk simpanan qurban di BMT Al Hikmah Ungaran digunakan matrik SWOT, sehingga bisa diketahui langkah-langkah untuk menetapkan strategi pemasaran dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang guna mengatasi kelemahan dan ancaman yang terjadi. Tahap-tahap proses analisis SWOT adalah sebagai berikut :

1. Identifikasi faktor eksternal dan internal

Identifikasi ini diperlukan untuk mengetahui faktor yang berpengaruh terhadap kemajuan BMT

- a. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang mempengaruhi perkembangan perbankan dan eksternal BMT yang meliputi faktor peluang dan ancaman.

- b. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor yang dimiliki oleh BMT yang meliputi faktor kekuatan dan kelemahan yang sangat berpengaruh terhadap perkembangan suatu BMT.

⁴⁷ Wawancara dengan Bapak Muhari, Selaku Kepala BMT Al Hikmah Ungaran 10 Juni 2022 Pukul 12.00

2. Analisis dengan matrix SWOT

Analisis dengan matrik SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman sebagai faktor eksternal dapat disesuaikan dengan kekuatan dan peluang sebagai internal yang dimiliki oleh perusahaan.

| | | |
|--|--|--|
| | <p>Strenght (S)</p> <p>Daftar semua kekuatan yang dimiliki</p> | <p>Weakness (W)</p> <p>Daftar semua kelemahan yang dimiliki</p> |
| <p>Opportunities (O)</p> <p>Daftar semua peluang yang dapat diidentifikasi</p> | <p>Strategi SO</p> <p>Gunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk Memanfaatkan peluang yang ada</p> | <p>Strategi WO</p> <p>Atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada</p> |
| <p>Threats (T)</p> <p>Daftar semua ancaman yang dapat diidentifikasi</p> | <p>Strategi ST</p> <p>Gunakan semua kekuatan untuk menghindari dari semua ancaman</p> | <p>Strategi WT</p> <p>Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman</p> |

Konsep SWOT adalah suatu analisis yang dibangun secara keseimbangan yang berkekuatan menyatu dan bersifat saling mendukung. Seperti pada strategi SO. Strategi yang bersifat agresif, memacu pertumbuhan perusahaan. Strategi WO diperoleh ketika manajemen mencoba memanfaatkan peluang bisnis yang tersedia untuk mengurangi

bahkan mengeliminasi kelemahan perusahaan yang ada. Strategi ST serupa dengan strategi WO karena kedua variabel yang ada tidak maksimal. Strategi ST lahir dari analisis manajemen yang hendak menggunakan kekuatan dan keunggulan yang dimiliki untuk menghindari efek negatif dari ancaman bisnis yang dihadapi. Strategi WT pada dasarnya lebih merupakan strategi bertahan yakni strategi bisnis yang masih mungkin ditemukan dan dipilih dengan meminimalisasi kelemahan dan menghindari ancaman bisnis

3. Matrik SWOT Produk Simpanan Sukarela Qurban pada BMT Al Hikmah Ungaran

| | | |
|-----------------------|---|---|
| | <p>Strenght (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Identitas merek BMT Al Hikmah Ungaran sebagai lembaga pemberdayaan ekonomi umat yang mandiri dengan landasan syariah 2. Setoran minimum dapat dimulai dari Rp 10.000,- 3. Lokasi BMT yang strategis 4. Perspektif dan minat masyarakat muslim mengenai qurban yang masih rendah | <p>Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Promosi produk kurang 2. Tidak dapat diambil sewaktu waktu 3. Kurangnya SDM dan Jaringan |
| Opportunities (O) | Strategi SO | Strategi WO |
| 1. Adanya kepercayaan | 1. Mengoptimalkan kinerja karyawan | 1. Meningkatkan kualitas dan |

| | | |
|---|---|--|
| <p>masyarakat pada BMT Al Hikmah Ungaran</p> <p>2. masyarakat Ungaran mayoritas beragama Islam</p> <p>3. BMT berlokasi di pasar dan perkampungan</p> | <p>BMT Al Hikmah Ungaran</p> <p>2. Mempertahankan dan meningkatkan variasi produk</p> <p>3. Memperkuat image di masyarakat dengan menekankan prinsip syariah</p> <p>4. Meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah</p> | <p>kuantitas sumber daya manusia yang berkompeten di bidang ekonomi syariah</p> <p>2. Meningkatkan fasilitas yang berbasis teknologi</p> |
| Threats (T) | Strategi ST | Strategi WT |
| <p>1. Kondisi pesaing yang semakin ketat</p> <p>2. Banyaknya pilihan produk dari Lembaga keuangan lain</p> <p>3. kekuatan nasabah untuk memilih BMT lain cukup tinggi</p> | <p>1. mengembangkan variasi produk agar menarik</p> <p>2. pemanfaatan modal dengan tepat untuk mengembangkan fasilitas di BMT</p> <p>3. mempertahankan ciri khas produk yang berbasis syariah</p> | <p>1. Mengadakan program-program untuk meningkatkan kompetensi karyawan</p> <p>2. Menetapkan strategi bisnis baru</p> <p>3. Melakukan strategi promosi yang lebih giat di semua media untuk meningkatkan pangsa pasar.</p> |

B. Kendala yang Dihadapi BMT Al Hikmah Ungaran

Adapun hambatan/kendala yang dihadapi BMT Al Hikmah Ungaran dalam memasarkan produk Sisuqur (Simpanan Sukarela Qurban) sebagai berikut:

1. Kurangnya Pengetahuan Mengenai Pentingnya Qurban

Berdasarkan hasil penelitian penulis dapat menganalisis bahwa masyarakat/anggota kurang tertarik untuk menabung pada produk Sisuqur karena kurangnya pengetahuan/persepsi mengenai pentingnya qurban namun dengan ibadah qurban masyarakat diharapkan harus menjadi sarana untuk membentuk kedermawanan social/sosialisai sebagai solusi mengatasi kemiskinan dan membangun kesejahteraan sosial. Jadi, ibadah qurban merupakan salah satu cara untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT dengan melalui rasa kasih sayang terhadap sesama manusia khususnya fakir miskin yang membutuhkan. Dengan ibadah qurban ini, maka hubungan batin dan persaudaraan antara golongan ekonomi menengah keatas dengan golongan ekonomi menengah kebawah akan terjalin erat, baik, dan harmonis.

2. Simpanan Sukarela Qurban tidak dapat diambil sewaktu waktu

Simpanan Qurban Amanah ini tidak dapat diambil sewaktu-waktu karena untuk kebutuhan Ibadah Qurban. Jika ada keperluan mendesak misalnya membutuhkan dana cepat, anggota tidak bisa mengambil dananya.

Berdasarkan hasil penelitian penulis bisa menganalisis bahwa produk Sisuqur pada BMT Al Hikmah Ungaran tidak dapat diambil sewaktu-waktu karena hanya dapat diambil untuk keperluan qurban saja. Hal ini mengakibatkan masyarakat enggan menyimpan dananya pada produk Sisuqur ini. Simpanan ini khusus untuk masyarakat/anggota yang ingin berminat merealisasikan niatnya berqurban. Pihak BMT Al Hikmah Unngaran mengelola dana yang disetorkan dalam produk Sisuqur secara profesional dan

sesuai syari'ah dan saat menjelang Idul Adha anggota boleh meminta dana tersebut dan pihak BMT Al Hikmah memberikan bonus dengan syarat tidak diperjanjikan di awal.

3. Kurangnya SDM yang melaksanakan kegiatan pemasaran

Dalam hal ini kendala pada jumlah tenaga kerja di lapangan dalam mempromosikan produk dan ini menjadi salah satu kendala internal dalam BMT Al Hikmah Ungaran untuk memasarkan produknya. Dengan sedikitnya jumlah SDM tersebut, produk yang dijual BMT Al Hikmah Ungaran ini, khususnya produk Simpanan Sukarela Qurban jadi kurang meluas.

Berdasarkan hasil penelitian penulis dapat menganalisis kekurangan SDM/tenaga pemasar yang menjual produk terutama produk Sisuqur ini. Namun semua pegawai BMT Al Hikmah Ungaran dapat menjual atau memasarkan produk pinjaman dan kredit sekaligus, tetapi focus utamanya adalah simpanan sukarela lancar, simpanan wajib berhadiah serta pembiayaan murabahah untuk produk Sisuqur ini belum banyak mendapat perhatian padahal dalam pemasaran sangat berpengaruh terhadap perkembangan besar berkembang produk-produk yang ada pada BMT Al Hikmah . Hal membuat produk Sisuqur di BMT Al Hikmah Ungaran menjadi kurang diminati oleh masyarakat luas.

4. Kurangnya jaringan dalam memasarkan produk

Hal ini dikarenakan oleh didominasinya Koperasi yang beroperasi disekitar BMT Al Hikmah Ungaran dan mempengaruhi minat masyarakat dalam pemasaran produk serta jasa yang justru membuat masyarakat lebih berminat memilih Koperasi daripada BMT. Hal ini dikarenakan ditutupnya beberapa cabang BMT Al Hikmah, sehingga banyak masyarakat yang menjadi kurang percaya terhadap kontinuitas BMT Al Hikmah Ungaran.

Berdasarkan hasil penelitian yang dapat penulis analisis bahwa BMT Al Hikmah perlu lebih memperluas jaringan dengan menjalin kerjasama saling menguntungkan dengan berbagai pihak sepanjang tidak mengingkari prinsip-prinsip syari'ah yang sejak awal ditetapkan sebagai landasan utama BMT supaya masyarakat lebih cenderung menyimpan dananya di BMT Al Hikmah Ungaran.

Adapun data perkembangan penghimpunan dana Simpanan Sukarela Qurban pada BMT Al Hikmah Ungaran dari tahun 2019 sampai 2021 adalah :

**Laporan perkembangan Penghimpunan dana
Simpanan Sukarela qurban
Tahun 2019 – 2021**

| Tahun | Jumlah Anggota | Jumlah Dana |
|-------|----------------|-------------|
| 2019 | 39 | 36.925.756 |
| 2020 | 41 | 41.131.618 |
| 2021 | 41 | 41.757.729 |

Berdasarkan tabel penghimpunan dana Simpanan Sukarela Qurban mengalami kenaikan setiap tahunnya. Namun kenaikannya tidak signifikan hanya sedikit saja karena promosi yang tidak terlalu maksimal. Walaupun penghimpunan dana produk ini tidak sebesar produk lain, seperti pembiayaan murabahah dan simpanan lainnya namun sudah berkembang tiap tahunnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan, yaitu:

1. Strategi Pemasaran Produk Simpanan Sukarela Qurban

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT Al Hikmah Ungaran khususnya produk Sisuqur (Simpanan Sukarela Qurban) yaitu dengan mengembangkan bauran pemasaran yang terdiri dari empat unsur yaitu

- a. Dari segi produk, Meningkatkan kualitas produk kepada anggota baik lama maupun anggota baru.
- b. Dari segi tempat, Terletak di lokasi yang strategis karena mencakup seluruh area yang menjadi target
- c. Dari segi harga, Setoran minimum dapat dimulai Rp. 10.000,-.
- d. Dari segi promosi, dengan brosur-brosur/iklan yang menarik dan mudah dipahami, memberikan pelayanan yang baik, ramah dan sopan santun agar anggota merasa nyaman, serta dengan menggunakan sistem jemput bola, dilakukan melalui kegiatan senam, dan donor darah dan adanya bukti fisik keberadaan BMT yang Terdiri dari adanya logo atau simbol BMT Al Hikmah

Hasil dari analisis SWOT dengan metode matrix SWOT dari BMT Al Hikmah Ungaran adalah :

- a. Strategi SO Mengoptimalkan kinerja karyawan BMT Harum, mempertahankan dan meningkatkan variasi produk dengan penerapan teknologi terbaru, meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah

- b. Strategi WO Meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia yang berkompeten dibidang ekonomi syariah
 - c. Strategi ST Mengembangkan variasi produk agar menarik, pemanfaatan modal dengan tepat untuk mengembangkan fasilitas di BMT.
 - d. Strategi WT, Mengadakan program-program untuk meningkatkan kompetensi karyawan
2. Kendala dalam memasarkan Produk Simpanan Sukarela Qurban

Kendala yang dihadapi BMT Al Hikmah Ungaran dalam memasarkan produk Simpanan Sukarela Qurban adalah

- a. Kurangnya Pengetahuan masyarakat tentang berqurban, karena ada banyak pelajaran yang dapat dipetik dari Ibadah Qurban,
- b. Simpanan Sukarela Qurban ini tidak bisa diambil sewaktu-waktu karena diperuntukkan untuk kebutuhan Ibadah Qurban. Jika ada keperluan mendesak seperti membutuhkan dana cepat maka tidak dapat mengambil dananya,
- c. Sedikitnya jumlah SDM yang memasarkan produk Simpanan Sukarela Qurban ini sehingga produk ini belum diketahui luas oleh masyarakat,
- d. Minimnya jaringan dalam memasarkan produk

B. Saran

Berdasarkan penelitian tersebut, maka penulis memberikan beberapa saran yang bermanfaat untuk perkembangan dan kemajuan BMT Al Hikmah, sebagai berikut:

1. Dengan memasarkan produk Simpanan Sukarela Qurban lebih memaksimalkan kinerja dan kualitas layanan agar masyarakat

sekitar dapat mengetahui produk yang tersedia dan dapat menarik minat masyarakat untuk menjadi mitra BMT Al Hikmah Ungaran.

2. Perlunya sosialisasi produk Simpanan Sukarela Qurban kepada masyarakat luas
3. Meningkatkan keterampilan dan kualitas SDM melalui pelatihan
4. Mempererat hubungan antar BMT Al Hikmah Ungaran dengan untuk menciptakan suasana kekeluargaan serta menjalin komunikasi yang baik.
5. Menambahkan media iklan saat mempromosikan BMT Al Hikmah Ungaran seperti Twitter, Instagram yang sedang digandrungi banyak orang saat ini.
6. BMT Al Hikmah Ungaran perlu memperhatikan kepuasan anggota agar anggota tidak berpindah ke lembaga keuangan lainnya

C. Penutup

Dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT, karena dapat menyelesaikan tugas akhir ini, walaupun dalam bentuk yang sangat sederhana. Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna semua itu karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun penulis sangat harapkan untuk kesempurnaan tugas akhir ini.

Akhirnya penulis mohon maaf atas segala kesalahan dan menghaturkan terima kasih kepada pihak yang membantu dan memberikan dorongan semangat selama penyusunan tugas akhir ini. Semoga Allah SWT meridhoi dan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016)
- Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013)
- Ali hasan, *Marketing Bank Syari'ah*, Bogor: Ghalia Indonesia
- Amrudin dan Zainal Asikin, "*Pengantar Metode dan Penelitian Hukum*", (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012)
- Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2010)
- Aris Zulianto, Eryul Mufidah, Nur Zaeni Safitri " *Implementasi Strategi Promosi Di BMT Bina Insan Cendikia Sumberrejo* " (Bojonegoro : Jurnal Stai Attanwir)
- Brosur Layanan Simpanan KSPPS BMT AL HIKMAH Ungaran
- Dadan Munттаqien, *Aspek Legal Lembaga Keuangan Syari'ah*, Yogyakarta: Safiria Insani Press. 2008.
- Dr. Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta : Rajawali Pers, 2012,
- Eric Reindenbach dan M. Ray Grubbs, *Mengembangkan Produk Baru Perbankan*, (Jakarta: Bumi Aksara. 1994)
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : CV. ANDI OFFSET, 2008)
- Gita Danupranata, *buku ajar manajemen perbankan syariah*, Jakarta: salemba empat, 2013
- Gita Danupranata, *Buku Ajar Manajemen Perbankan*, Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Hadi Sutrisno, "*Metodologi Penelitian Research*", (Yogyakarta: Andi Offset, 1989)
- Hasan Ali, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, Jakarta: PT Grafindo Persada, 2003
- Hendro, *dasar-dasar kewirwusahaan*, Jakarta: erlangga, 2011
- Hery Sutanto, et al. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2013

[https://id.wikipedia.org/wiki/Kurban_\(Islam\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Kurban_(Islam)) diakses pada tanggal 7 juni 2022 pukul 12.20

Irham Fahmi, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Bandung: Alfabeta, 2016)

Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), Eds. Revisi,

Khoirul Anam “*Analisis Strategi Pemasaran Tabungan Taharah Di PT. BPRS PNM Binama Semarang*” (Semarang: UIN Walisongo 2014)

Lexy J. Moleong, “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009)

M. Burhan Bungiz, “*Metode Penelitian Kuantitatif*”, (Jakarta: Kencana Predana Media, 2005)

M. Nur Rianto , *Dasar – Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung : Alfabeta, 2012

Makhalul Ilmi SM, *Teori dan Praktek Mikro Keuangan Syari’ah*, Yogyakarta: UII Press 2002. Moh Nasir, “*Metode Penelitian*”, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998), h. 63.

Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal wat Taamwil*, Yogyakarta: UII Press, 2004,

Muhammad Rifqi, *Akuntansi Keuangan Syariah*, Yogyakarta: P3EI Press, 2010,

Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*,

Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-dasar Ekonomi Islam*,

Nurhasanah Fitriani “*Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Faedah Di BRI Syariah KCP Pare Kediri*” (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2020)

Nurul Huda, et al., *Keuangan Publik Islami Pendekatan Teoritis dan Sejarah*,

Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan dalam Era Globalisasi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011)

Ratih Retnaningtyas “*Penerapan Akad Mudharabah Pada Produk Sisuqur (Simpanan Sukarela Qurban) BMT Al Hikmah Ungaran* (Semarang, UIN Walisongo 201)

Rizal Yaya, Aji Erlangga M, dan Ahim Andurahim, *Akuntansi Perbankan Syariah: Teori dan Praktik Kontemporer*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014)

- Sifudin Azwar, "*Metodologi Penelitian*", (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998)
- Stephanie Ceicilla, Budi Prabowo, *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UD. Jaya Marine Surabaya* (Surabaya : Jurnal Disrupsi Bisnis), Vol. 4, No.3, Mei 2021
- Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*", (Bandung: Alfabeta, 2009)
- Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012)
- Sutan Remy Sjahdeni, *Perbankan Syariah Produk-Produk dan Aspek-aspek Hukumnya*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014,
- Usai Usmara, *Pemikiran Kreatif Pemasaran*, (Yogyakarta: Amara Books, 2008)
- Warkum Sumitro, *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait (BMI dan Takaful di Indonesia)*, (Jakarta:Raja Grafindo Persada,2002)
- Wawancara dengan Bapak Muhari, Selaku Kepala BMT Al Hikmah Ungaran 10 Juni 2022 Pukul 12.00
- Widyastuti, "*Analisa Pelaksanaan Simpanan Qurban Di BMT Harapan Ummat Kudus*" (Semarang: UIN Walisongo 2012)
- Yadi Januari, *Fikih Lembaga Keuangan Syariah*, Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 2015,

LAMPIRAN



BMT AL HIKMAH
UNGERAN KAB. SEMARANG
BKI NO. 04200000011110000 TGL. 2 MARET 1999

Layanan
Simpanan



SISUQUR
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 SISUQUR
- Menyediakan 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,-

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

Hubungi :

UNIT JASA KEUANGAN SYARIAH (UJKS)
BMT AL HIKMAH



SiSuqur
Simpanan Qurban



Kantor Pusat : Komplek Pasar Babaden Blok E. 23 - 25 Ungaran Barat Kab. Semarang Kp. 50518 Telp/Fax 024 - 6922 743
Kantor Cabang : Komplek Terminal Pasar Karangjati Blok 11 Kec. Bergas 50552 Telp. 0298 - 525657
email : bmtalikhmahmg@yahoo.co.id



SLIP PENARIKAN

Tanggal / /

| JENIS PENARIKAN | | Nama : | | Jumlah Penarikan | |
|-----------------------------------|------------------------------------|------------------|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Si Reli | <input type="checkbox"/> Si Wadiah | : | | Rp. | |
| <input type="checkbox"/> Si Suka | <input type="checkbox"/> S. Pokok | : | | Terbilang | |
| <input type="checkbox"/> Si Suqur | <input type="checkbox"/> S. Wajib | Alamat : | | : | |
| <input type="checkbox"/> Saras | <input type="checkbox"/> Simsus | : | | : | |
| <input type="checkbox"/> Simpel | <input type="checkbox"/> CR | No. Rek. : | | : | |
| <input type="checkbox"/> Si Haji | <input type="checkbox"/> _____ | Cabang : | | : | |
| Supervisor | | Kasir | | Tanda Tangan Penarik | |
| | | | | Ket. : <small>Lembar 1 : BMT 2 : Anggota</small> | |



SLIP SETORAN

Tanggal / /

| JENIS SETORAN | | Nama : | | Jumlah Setoran | |
|---|--------------------------------------|--------------------|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Si Reli | <input type="checkbox"/> Si Wadiah | : | | Rp. | |
| <input type="checkbox"/> Si Suka | <input type="checkbox"/> Simp. Pokok | : | | Terbilang | |
| <input type="checkbox"/> Si Suqur | <input type="checkbox"/> Simp. Wajib | Alamat : | | : | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Saras | <input type="checkbox"/> Simsus | : | | : | |
| <input type="checkbox"/> Simpel | <input type="checkbox"/> Adm. Pemby | No. Rek. : | | : | |
| <input type="checkbox"/> Si Haji | <input type="checkbox"/> _____ | Cabang : | | : | |
| Supervisor | | Tanda Tangan Kasir | | Tanda Tangan Penyetor | |
| | | | | Ket. : <small>Lembar 1 : BMT 2 : Anggota</small> | |

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 :



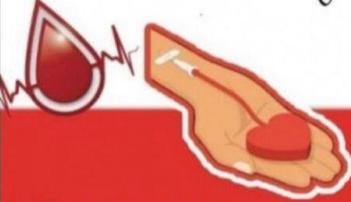


AYO IKUTI !!



DONOR ARAH

"Sekantong Darah Sejuta Harapan"



Jum'at, 17 Juni 2022
13.00-14.30 WIB

Kantor Pusat BMT Al Hikmah
Jl. Jend. Soedirman 12 Mijen, Gedanganak, Ungaran



BMT AL HIKMAH
UNGARAN KAR. SEMARANG



Palang
Merah
Indonesia

LAMPIRAN PERTANYAAN SAAT WAWANCARA

1. Pertanyaan kepada Manager
 - a. Produk apa saja yang ada di BMT Al Hikmah Ungaran
 - b. Produk apa yang kurang diminati masyarakat
 - c. Bagaimana sejarah berdirinya BMT Al Hikmah Ungaran
2. Pertanyaan kepada Marketing
 - a. Bagaimana mekanisme pelaksanaan produk simpanan sukarela qurban (SISUQUR)
 - b. Kendala apa saja yang dihadapi dalam memasarkan produk simpanan sukarela qurban (SISUQUR)
3. Pertanyaan kepada Customer Service
 - a. Berapa jumlah data anggota produk penghimpunan dana pada tahun 2019-2021
 - b. Data jumlah asset anggota produk simpanan sukarela qurban pada tahun 2019-2021
 - c. Data jumlah anggota simpanan sukarela qurban pada tahun 2019-2021

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS DIRI

Nama : Zirli Nova Dwi Arini
NIM : 1905015008
Tempat dan Tanggal Lahir : Brebes, 13 November 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Belum Kawin
Agama : Islam
Alamat : Ds Jagalempeni Rt 05/03 Kec Wanasari
Kab Brebes
No HP : 085643942213
Email : azirliarn@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

TK Tashwirul Afkar : 2005 – 2006
MI Assalafiyah : 2006 – 2012
MTs As Syamsuriyyah : 2012 – 2015
SMA N 1 Wanassari : 2015 – 2018

C. PENGALAMAN MAGANG

BMT AL HIKMAH UNGARAN : 17 Januari 2022 – 17 Maret 2022

Demikian riwayat hidup ini saya buat dengan sebanar-benarnya
untuk digunakan sebagai mestinya

Semarang, 17 Juni 2022

Penulis

Zirli Nova Dwi Arini
NIM. 1905015008