

BAB III

GAMBARAN UMUM BPRS SAKA DANA MULIA KUDUS

A. BPRS Saka Dana Mulia Kudus

1. Sejarah Berdirinya BPRS Saka Dana Mulia Kudus

PT. BPRS Saka Dana Mulia diresmikan oleh Bank Indonesia pada tanggal 31 Januari 2013, dan mulai beroperasi pada tanggal 1 Februari 2013 dengan lokasi kantor di Jl. RM. Sosrokartono Ruko Barongan No.3 Kudus. Seiring dengan perkembangan PT. BPRS Saka Dana Mulia, dan dilihat kondisi kantor lama yang kurang representative maka pada tahun 2014 dilakukan perpindahan lokasi kantor di Jl. Jendral Sudirman 857-858 Dersalam Kudus hingga sampai sekarang.

Payung hukum atas pendirian PT. BPRS Saka Dana Mulia adalah berdasarkan Akta Pendirian No.10 Tanggal 04 Januari 2012. Untuk Ijin Prinsip dari Bank Indonesia pada tanggal 27 Desember 2012 melalui keputusan Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia Nomor 14/2762/DPbS dan Ijin Usaha dari Gubernur Bank Indonesia pada tanggal 21 Desember 2012 melalui Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 14/91/ KEP.GBI/DpG/2012.

Sesuai dengan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, kegiatan yang menjadi aktivitas utama

BPRS Saka Dana Mulia adalah : Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa deposito berjangka dan tabungan, menyediakan pembiayaan dan penempatan dana berdasarkan prinsip syariah, sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia dan menempatkan dana dalam bentuk tabungan pada bank lain.

1. Profil, Visi, dan Misi BPRS Saka Dana Mulia Kudus

a. Profil

Nama : BPRS Saka Dana Mulia
Alamat : Jl. Jendral Sudirman 857-858
Dersalam Kudus
Telepon : (0291) 4252111
Tanggal Berdiri : 31 Januari 2013
Tanggal Operasi : 1 Februari 2013
Logo BPRS Saka Dana Mulia :

Gambar 2
Logo BPRS Saka Dana Mulia



b. Visi :

Menjadi BPR Syariah yang sehat dan bermanfaat.

c. Misi :

- 1) Menjalankan operasi bank secara murni syariah
- 2) Melayani masyarakat ekonomi mikro kecil secara optimal dengan mengedepankan pelayanan prima
- 3) Merekrut dan membina pegawai yang handal dan berakhlakul karimah, meningkatkan performance, komitmen dan kompetensi
- 4) Menjalankan SOP secara penuh dengan prinsip *Good Corporate Governance*

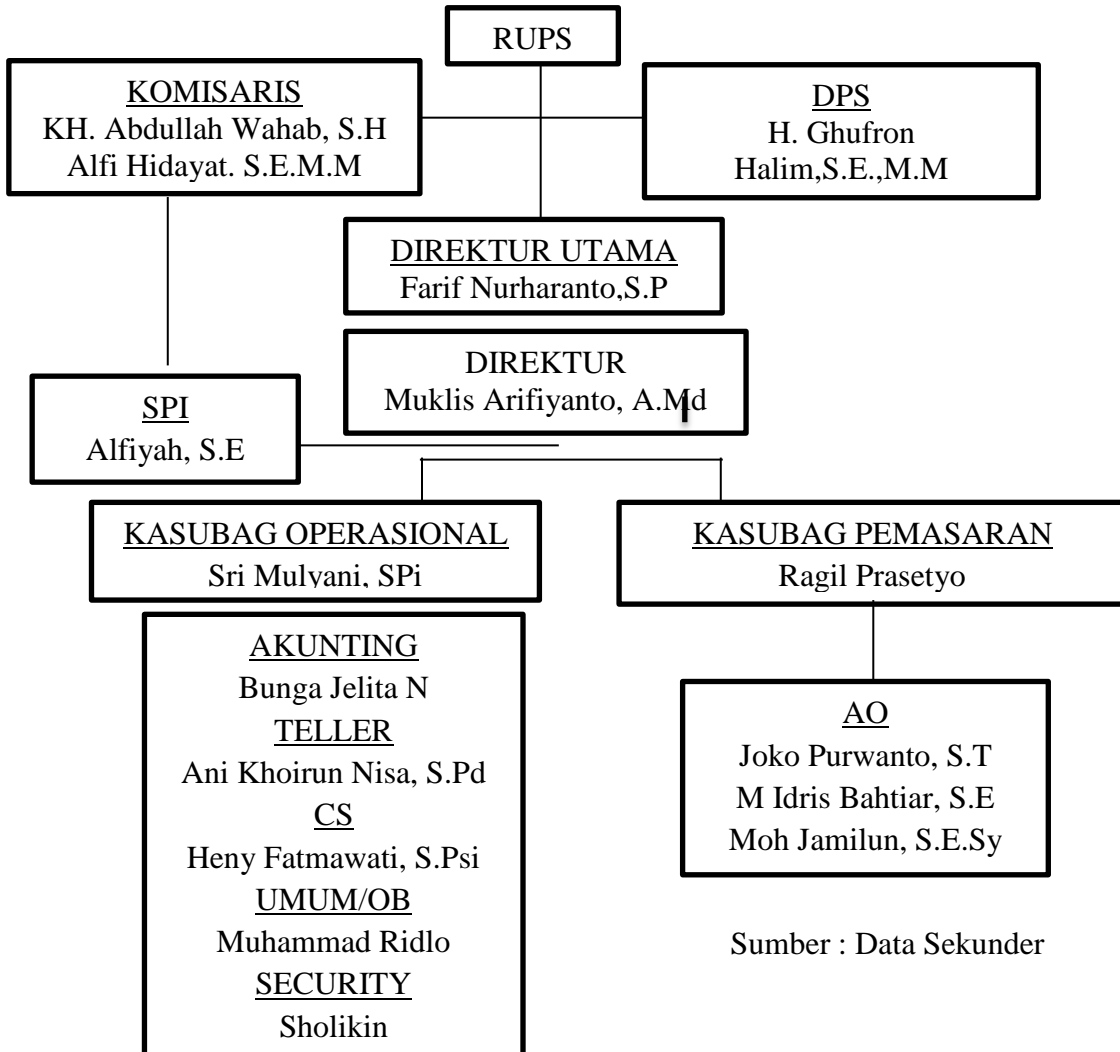
- 5) Menjaga kinerja bank dengan tetap konsisten menjaga kehati-hatian
- 6) Membangun kepercayaan masyarakat luas terhadap bank

2. Struktur Organisasi BPRS Saka Dana Mulia Kudus

Untuk memudahkan tugas BPRS dalam mencapai tujuan yang telah direncanakan, maka disusun suatu struktur organisasi guna mendeskripsikan alur kerja yang harus dilakukan oleh anggota BPRS SDM. Berikut Struktur kepengurusan PT.BPRS Saka Dana Mulia terdiri dari¹ :

¹Group.com/bprs-saka-dana-mulia akses 15 Desember 2015 09:47 WIB

Gambar 3
Struktur Organisasi



Sumber : Data Sekunder

3. Karakteristik Kegiatan Usaha dan Jasa Utama BPRS Saka Dana Mulia Kudus

Kegiatan usaha dan jasa utama PT.BPRS Saka Dana Mulia selalu mengacu pada UU No.21 tahun 2008 pasal 21 tentang Perbankan Syariah dengan karakteristik yang dimiliki antara lain :

- a. Penghimpunan dana masyarakat menggunakan produk tabungan dan deposito dengan system *mudharabah* dimana penyimpan dana berperan sebagai pemilik dana (*shohibul maal*) dan bank sebagai pengelola dana (*mudharib*). Nasabah akan memperoleh bagi hasil dari keuntungan bank atas penyaluran dana pada bulan tersebut. Besarnya bagi hasil masing-masing nisbah ditentukan oleh nisbah yang telah disepakati pada saat akad pembukaan rekening dan saldo rata-rata harian simpanan.
- b. PT. BPRS Saka Dana Mulia menyediakan penyaluran dana berdasarkan prinsip syariah sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.
- c. Penyaluran dana dilakukan dengan menggunakan dua system yaitu *murabahah* dan *musyarakah*.

Pada sistem musyarakah, bank berperan sebagai *shohibul maal* dan nasabah sebagai *mudharib*. Nasabah akan mengembalikan pokok pinjaman yang diperoleh sesuai jangka yang telah disepakati dan memberi porsi bagi hasil kepada bank yang besarnya mengacu pada nisbah yang disepakati pada saat akad. Pada system *murabahah* (jual beli) bank berperan sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli. Nasabah akan mengembalikan pokok pinjaman sesuai dengan jangka waktu dan margin keuntungan bank yang telah disepakati.

- d. Untuk menjaga likuiditas, PT. BPRS Saka Dana Mulia menempatkan dananya dalam bentuk tabungan pada bank lain.

B. Produk-produk BPRS Saka Dana Mulia Kudus

PT.BPRS Saka Dana Mulia mempunyai produk sebagai berikut :

1. Penghimpunan dana yaitu:
 - a). Tabungan Masyarakat Syariah iB (Tamasya)

Tabungan masyarakat syariah iB merupakan tabungan dari BPRS Saka Dana Mulia yang dipersembahkan kepada nasabah yang menginginkan kemudahan dalam menabung. Tabungan ini pada dasarnya menggunakan prinsip titipan

(Wadi'ah), sehingga sewaktu-waktu nasabah dapat mengambil saldo tabunganya. Dengan saldo awal 10.000, Bank akan memberikan bonus pada setiap nasabah di akhir bulan.²

b). Deposito Dana Mulia iB untuk jangka waktu 1,3,6 dan 12 bulan

Deposito Dana Mulia iB adalah salah satu produk BPRS SDM yang diperuntukan kepada nasabah yang menginginkan penempatan dananya dalam bentuk investasi yang aman. Bank akan memberikan bagi hasil yang kompetitif setiap bulan yang disesuaikan jangka waktu dan nominal depositonya. Nasabah bebas menentukan jangka waktu penempatan dananya di Bank yaitu untuk jangka waktu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan. Deposito nasabah dapat dijadikan agunan apabila nasabah berkeinginan melakukan proses pembiayaan di BPRS SDM. Minimal dengan dana satu juta rupiah, nasabah bisa mendeposit dana di BPRS SDM.

² Diambil dari brosur BPRS Saka Dana Mulia

c). Tabungan Pendidikan iB

Tabungan pendidikan merupakan tabungan yang ditujukan bagi pelajar. Dengan setoran awal ringan serta kemudahan melakukan setoran berikutnya, diharapkan budaya gemar menabung dan kebiasaan mengelola keuangan bisa tertanam sejak dini.

d). Tabungan Tahapan Masyarakat (TTM iB)

TTM iB merupakan tabungan yang memberikan kenyamanan dan keuntungan. Tabungan ini mengharuskan nasabah untuk menabung secara teratur tiap bulan untuk merencanakan keuangan jangka panjang. Setoran TTM dilaksanakan secara berkala setiap bulan selama jangka waktu 12 bulan dengan jumlah setoran tetap sebesar Rp 100.000 setiap bulannya. Nasabah dapat menyetorkan secara mandiri ke kantor, atau dapat menghubungi pegawai untuk dapat dikunjungi baik dirumah maupun ditempat kerja. Dana setoran TTM iB dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), selain itu disediakan pula beragam hadiah undian bagi nasabah yang beruntung mendapatkannya.

2. Penyaluran dana yaitu:

a). Pembiayaan *Murabahah*

Yaitu suatu penjualan seharga barang tersebut ditambah keuntungan yang disepakati, atau merupakan jual beli barang dengan menyertakan harga perolehan ditambah dengan margin keuntungan yang diinginkan oleh penjual tersebut.³ Pembiayaan yang dilakukan untuk jual beli suatu barang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Pihak nasabah mengajukan pembiayaan kepada bank untuk membelikan suatu barang, ketika bank menyetujuinya maka permintaan nasabah akan dipenuhi dengan harga pokok ditambah margin yang disepakati kedua belah pihak. Selain itu juga setiap pembiayaan di BPRS Saka dana Mulia harus menyertakan jaminan atau agunan yang harus diserahkan kepada bank, misalnya BPKB atau Sertifikat tanah sebagai jaminan sewaktu-waktu terjadi kredit macet, dan agunan tersebut akan dikembalikan sewaktu berakhirnya angsuran pembiayaan. Di BPRS Saka dana Mulia biasanya menggunakan akad *Murabahah Wakalah*, dimana pihak bank mewakilkan

³ Nurul Huda dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoretis dan Praktis*, Jakarta: Prenada Media Group, edisi pertama, 2010, h. 132

pembelian barang kepada si nasabah untuk membeli barang tersebut dengan di pantau oleh Account Officer (AO).

b). Pembiayaan Musyarakah

Yaitu pembiayaan dimana bank dan nasabah sama-sama memiliki kontribusi dana dalam usaha. Pengembalian hasil usaha tergantung pada nisbah bagi hasil yang disepakati nasabah dan bank. Semakin tinggi kinerja usaha nasabah, semakin tinggi pula bagi hasil untuk masing-masing pihak. Keuntungan dalam pembiayaan musyarakah disebut Bagi Hasil

c). Gadai Emas

Yaitu pembiayaan dengan skema dimana pihak bank memberikan pinjaman kepada nasabah atas dasar jaminan, dan atas pemeliharaan jaminan tersebut. Maka bank akan mengenakan biaya pemeliharaan tertentu. Hal yang paling penting diperhatikan adalah metode penentuan biaya pemeliharaan dan sewa tempat penyimpanan barang jaminan (Emas). Pembiayaan gadai emas Termasuk produk baru di BPRS Saka Dana Mulia. Akad yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Akad Qardh, untuk pengikatan pinjaman dana yang disediakan BPRS kepada Nasabah.
2. Akad Rahn, untuk pengikatan emas sebagai agunan atas pinjaman dana.
3. Akad Ijarah, untuk pengikatan pemanfaatan jasa penyimpanan dan pemeliharaan emas sebagai agunan pinjaman dana.

Produk pembiayaan BPRS Saka Dana Mulia :

- a. Pembiayaan Mikro iB, yaitu Pembiayaan bank kepada nasabah dengan akad jual beli, yang diperuntukan kepada nasabah yang telah mempunyai usaha mikro dan membutuhkan pengembangan usahanya. Bank akan mempermudah dalam proses pengajuan dengan persyaratan yang dapat dijangkau oleh nasabah dengan jangka waktu pembiayaan bisa sampai 24 bulan.
- b. Pembiayaan jangka pendek, yaitu pembiayaan bank kepada nasabah dengan akad bagi hasil yang ditujukan kepada sektor pertanian, perkebunan, peternakan, dan perikanan yang memerlukan modal cepat dan secara musiman.
- c. Pembiayaan karyawan iB, yaitu pembiayaan bank kepada nasabah dengan akad jual beli, diperuntukan

bagi karyawan yang bekerja pada instansi kantor atau perusahaan, baik itu PNS maupun karyawan swasta. Nasabah memperoleh dana yang dipergunakan untuk keperluan konsumsi atau pembelian barang dengan jangka waktu pembiayaan bisa sampai 36 bulan.

- d. Pembiayaan perdagangan iB, yaitu pembiayaan bank kepada nasabah dengan akad jual beli yang ditujukan kepada pelaku usaha disektor perdagangan yang membutuhkan dana cepat dan mudah. Nasabah bisa mendapatkan dana untuk modal kerja, dengan jangka waktu pembiayaan bisa sampai 36 bulan.

C. Strategi Pemasaran BPRS Saka Dana Mulia Kudus

Dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah, BPRS SDM memiliki visi dan misi yang menjadi panduan dalam melakukan kegiatan usahanya. Adapun visi BPRS SDM adalah menjadi BPR Syariah yang sehat dan bermanfaat. Tentunya dalam menjalankan pemasaran harus menggunakan strategi yang paling sesuai dengan keadaan perusahaan. Dan semua produk harus disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Hal tersebut dikarenakan ketika suatu perusahaan memiliki atau memilih strategi yang sesuai dengan perusahaan, maka akan menjadikan perusahaan mampu berkembang dan bisa bertahan dalam persaingan.

Menurut kotler, ada dua jenis perusahaan yaitu perusahaan yang berpusat pada pelanggan dan berpusat pada pesaing⁴. Adapun di BPRS SDM lebih condong kepada orientasi pelanggan, karena BPRS SDM memiliki tujuan penting yaitu ingin semua produk diterima di masyarakat luas, mampu memberikan kepuasan kepada masyarakat, dan ingin memberikan pelayanan yang terbaik bagi masyarakat. Namun, hal itu juga tidak menutup kemungkinan bagi perusahaan untuk para pesaing yang datang. Perusahaan akan terus memantau berbagai pesaing yang datang dengan cara mengoptimalkan pelayanan dan *upgrade* terus pada pesaing yang datang. Dengan cara memberikan pelayanan yang baik kepada para nasabah diharapkan nasabah akan melakukan pembelian kembali kepada produk kita dan loyal.⁵

Strategi pemasaran di BPRS Saka Dana Mulia:

- a) Produk, produk yang ada di BPRS SDM pada dasarnya adalah sama dengan produk-produk di seluruh BPRS. Karena BPRS mengikuti UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah dan ketentuan-ketentuan dari Bank Indonesia. yaitu produk pembiayaan dan tabungan.

⁴ Philip kotler dkk, *Manajemen Pemasaran: Perspektif Asia*, PT. Indeks kelompok Gramedia. 2004, edisi ketiga, h. 308.

⁵ Wawancara penulis kepada Bapak Mukhlis sebagai Direksi di BPRS Saka Dana Mulia pada 14 Desember 2015. 11:09 WIB

Apabila BPRS meluncurkan produk baru, hal itupun harus diketahui dan disahkan oleh pihak Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Produk-produk yang ada di BPRS SDM merupakan produk yang sudah dikembangkan dan diinovasikan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Inovasi produk berasal dari ide-ide pihak perusahaan dan dipadukan dengan respon masyarakat. Dengan begitu, produk yang diluncurkan BPRS memiliki peluang besar dalam pemasarannya. Jadi, produk atau penciptaan produk di BPRS SDM tidak serta merta meluncurkan inovasi baru, melainkan sudah melalui tahapan yang matang dan diterima oleh masyarakat.

Berkaitan dengan merek, perusahaan memberikan merek pada produk dengan nama yang unik, dan mudah diingat oleh masyarakat. Namun, perubahan merek juga bisa terjadi tergantung bagaimana mencari peluang pasar.

Produk di BPRS SDM juga banyak variasi dan atribut. Deposito di BPRS SDM, dalam upaya penempatan dana deposito, BPRS SDM memberikan bonus kepada nasabah yang mendepositokan dananya sesuai dengan jumlah dana yang disetor.

- b) Promosi, yang dilakukan di BPRS SDM adalah melalui peran penting para marketing. Peran distribusi dan promosi dalam sebuah perusahaan sangat penting untuk memasarkan produk-produk BPRS SDM, sehingga pada bidang marketing kinerja karyawan juga harus dioptimalkan untuk keberlangsungan BPRS SDM. Menyalurkan produk-produk bank dengan cara strategi promosi yang lebih efisien dan efektif. Adapun beberapa promosi yang dilakukan BPRS SDM sebagai berikut:⁶
- a. *Personal selling*, Marketing/ Account Office (AO) memasarkan produk BPRS SDM dengan *door to door* atau mencari nasabah dengan menawarkan langsung mengunjungi rumah-rumah dan terjun lapangan. Dengan cara memperkenalkan produk-produk BPRS SDM dan memberi penjelasan tentang produk. Karena dengan memperkenalkan produk secara langsung pada calon nasabah, mereka akan lebih memahami dan mudah menangkap informasi daripada hanya sekedar membaca di brosur atau promosi lain. Selain itu, BPRS SDM juga membuat surat penawaran kerja sama kepada sekolah (bidikan

⁶ Wawancara penulis kepada Bapak Mukhlis sebagai Direksi di BPRS Saka Dana Mulia pada 14 Desember 2015 11:09 WIB

pada produk tabungan pendidikan), karena potensi lebih besar ketika kita memiliki banyak *link* di tempat sasaran.

- b. *Advertising*, BPRS SDM mempromosikan produk dengan memasang iklan berupa media cetak, brosur, banner, promo-promo, kalender, mengikuti event-event, dan menjadi sponsor di acara perlombaan. Sekreatif mungkin BPRS mempromosikan produk-produknya dengan memperhitungkan biaya yang dikeluarkan. Dan promosi yang dilakukan harus efektif dan efisien.
 - c. *Publicity*, yaitu promosi berupa pemuatan berita terkait BPRS SDM yang dimuat di website yang beralamatkan www.girimuriagroup.com . karena BPRS SDM merupakan cabang dari Giri Muria Group (GMG).
- c) Personil/orang, seluruh karyawan di BPRS SDM sebagai marketing. Baik OB, AO, security, teller, CS, akunting, dan seluruh karyawan lain di tugaskan untuk mencari nasabah di sela-sela jam kerja. Jadi setiap karyawan juga dilatih sebagai marketing meskipun mereka bukan bagian marketing. Misalnya para tetangga atau keluarga mereka di ajak menabung di BPRS SDM. Dengan begitu, target

pasar akan semakin terlampaui dengan mudah. Karena manfaatnya untuk membesarkan perusahaan. Selain hal tersebut, pelatihan juga diadakan untuk meningkatkan kualitas personil di BPRS Saka Dana Mulia. Juga ditunjang dengan pelatihan-pelatihan, seperti pelatihan menyampaikan informasi yaitu dengan diadakannya kuliah pagi bagi seluruh karyawan BPRS SDM. Kegiatan tersebut dilakukan pada saat doa bersama sebelum memulai aktivitas kerja. Target akan tercapai apabila semua sarana yang dibutuhkan juga memadai.

- d) Layanan Konsumen, perusahaan menyediakan kemudahan bagi karyawan untuk melayani nasabah, salah satunya adalah Penyediaan Infrastruktur yang memadai. Merupakan salah satu hal penting untuk kelancaran karyawan dalam memasarkan produk. Selain memasarkan produk secara *door to door*, kemampuan karyawan dalam menyampaikan informasi pada calon nasabah dan nasabah juga diperdalam. Yaitu dengan diadakannya training setiap pagi bagi karyawan.
- e) Harga, harga di BPRS SDM disesuaikan dengan jenis produk serta pelayanannya. Adapun penentuan harga disesuaikan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi harga. Seperti tingkat persaingan, sumber daya yang

digunakan, kapasitas jasa, dan sebagainya. Serta tingkat nisbah bagi hasil yang ditentukan perusahaan. Ada beberapa produk yang tidak dikenai biaya administrasi seperti produk tabungan pendidikan iB, TTM iB.

Dari wawancara penulis kepada direksi BPRS Saka Dana Mulia , strategi-strategi lain yang digunakan sebagai berikut :

a). Strategi Internal

Ada beberapa strategi internal, antara lain:

- 1) Tenaga Sumber Daya Insani (SDI) harus dikuatkan, dengan begitu unsur-unsur lain juga dikuatkan sehingga akan berpengaruh terhadap kegiatan kerjanya. Serta pemahaman tentang segala hal yang di BPRS SDM bagi para karyawan juga dipahamkan dan diperdalam, karena kita tidak tahu seperti apa calon nasabah yang akan kita hadapi. Jadi persiapan dan kematangan dalam melayani nasabah sudah ada. Yaitu dengan mengadakan pelatihan-pelatihan baik dari kantor ataupun dari instansi lain.
- 2) Brand, kekuatan nama BPRS Saka Dana Mulia. Yakni kita menguatkan nama BPRS Saka Dana

Mulia yang dibuktikan dengan gedung, dan layanan pada Front Office yang baik.

- 3) Menyerap apa yang diinginkan masyarakat. Menawarkan sebuah produk atau layanan yang menjadi keinginan nasabah. Jika tujuan yang diharapkan berjalan maka akan mudah untuk berkembang. Maksudnya apa yang kami tawarkan pada masyarakat akan banyak diminati oleh mereka sehingga produk tersebut akan laku dipasaran.

b). Strategi External

Dari segi external BPRS Saka Dana Mulia Kudus lebih condong pada pemasaran atau lapangan. Pemasaran merupakan ladang untuk berperang. Jadi karyawan harus tahu terlebih dahulu luas dan posisi ladang perusahaan. Yaitu dengan menggunakan analisis SWOT. Kalau sudah di lapangan, para AO atau marketing akan tahu dengan sendirinya dan akan memahami karakteristik lingkungan perusahaan dan secara otomatis AO dapat lebih tanggap dalam memenuhi target atau harapan perusahaan.