

**STRATEGI *MARKETING* UNTUK MENINGKATKAN VOLUME
PENDAPATAN DI BMT AL-HIKMAH CABANG BANDUNGAN**



TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Diploma Tiga

Disusun Oleh :

Dwi Setiyarini

1505015006

JURUSAN D3 PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG

2018

Dr. Ali Murtadho, M.Ag
Jl. Longok RT 04/01 Donosari
Patebon Kendal

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) Eksemplar
Hal : Naskah Tugas Akhir
An. Dwi Setiyarini

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

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

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

Nama : Dwi Setiyarini

NIM : 1505015006

Judul : Strategi Marketing Untuk Meningkatkan Volume Pendapatan
Di BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan

Dengan ini saya mohon kiranya Tugas Akhir Saudari tersebut dapat
segera dimunaqasahkan. Atas perhatian Bapak, saya menyampaikan
terimakasih

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Semarang, 28 Juni 2018

Pembimbing,



Dr. Ali Murtadho, M.Ag

NIP. 19710830 199803 1 003



KEMENTERIAN AGAMA RI
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 : Dwi Setiyarini

NIM : 1505015006

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

17 Juli 2018

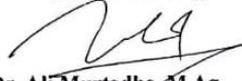
Dapat diterima, sebagai syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya Tahun Akademik 2018.

Semarang, 17 Juli 2018

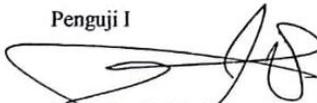
Ketua Sidang


Dr. Johan Arifin, S.E., M.M.
NIP. 197109082002121001

Sekretaris Sidang

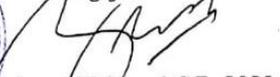

Dr. Ali Murtadho, M.Ag.
NIP. 197108301998031003

Penguji I

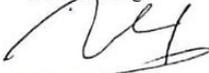

Prof. Dr. H. Mujiyono, M.A.
NIP. 195902151985031005



Penguji II


Rahman El-Junusi, S.E., M.M.
NIP. 196911182000031001

Pembimbing


Dr. Ali Murtadho, M.Ag.
NIP. 197108301998031003

MOTTO

زى حَيَاتى بِرَأْرَة

The Art of My Life is Giving

“ Memberi Adalah Gaya Hidupku”

(Prof. Dr. H. Mujiyono Abdillah, M.A.)

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini Penulis persembahkan kepada :

Bapak Sukadi dan Ibu Wasriyah sebagai orang tua yang tak henti selalu memberi dukungan, kasih sayang dan pengorbanan yang tidak ternilai dengan curahan kasih sayang yang tulus dan pengorbanan yang diberikan agar penulis bisa menuntut ilmu setinggi mungkin, dan ketulusan doanya yang selalu mengiringi langkah-langkah penulis dalam menjalani hidup ini agar menjadi manusia yang bermanfaat.

DEKLARASI

Dengan kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa tugas akhir ini tidak berisikan materi yang telah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain. Demikian juga tugas akhir ini tidak berisi pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 10 Juli 2018

Deklarator



Dwi Setivarini
NIM. 1505015006

ABSTRAK

BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan terletak dilokasi yang strategis yaitu di pasar dengan mayoritas penduduk yang memiliki usaha. Strategi *marketing* disini merupakan bagian dari strategi bauran pemasaran yang berada pada promosi, dimana promosi adalah salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam rangka memasarkan produk maupun jasa. Adapun pokok masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana *Marketing* BMT Al- Hikmah Cabang Bandungan dalam menjalankan beberapa strategi untuk meningkatkan volume pendapatan dan kendala apa yang dihadapi saat menjalankan beberapa strategi tersebut.

Jenis Penelitian Tugas Akhir ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Maka penulis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sebagai prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Sumber data diperoleh melalui sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan datanya melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan dalam menganalisis data menggunakan analisis data deskripif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan beberapa strategi sangat berpengaruh terhadap volume pendapatan di BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan cukup signifikan. Adapun kegiatan *marketing* yang dilakukan oleh BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan yaitu melakukan perencanaan terlebih dahulu kemudian terjun kelapangan serta menentukan produk apa yang akan mereka tawarkan kepada masyarakat dengan memperluas kerjasama dan membangun jaringan pemasaran silaturahmi, maupun *marketing with love* untuk menarik loyalitas anggota/calon anggota serta melakukan strategi jemput bola atau *pick up service*. Sedangkan kendala yang dihadapi dalam menjalankan strategi *marketing* tersebut antar lain cuaca yang tidak menentu, pesaing, dan kurangnya pemahaman *marketing* terhadap produk yang akan mereka tawarkan kepada masyarakat dan calon anggota baru.

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, para sahabat dan umatnya, Amin. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Strategi *Marketing* Untuk Meningkatkan Volume Pendapatan Di BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan”

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini banyak sekali berbagai cobaan, godaan dan rintangan yang penulis hadapi. Namun berkat dorongan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Dr. H. ImamYahya, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
3. Bapak Johan Arifin, S.Ag., M.M selaku Ketua Program Studi D3 Perbankan Syari’ah UIN Walisongo Semarang
4. Bapak Dr. Ali Murtadho, M.Ag, selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan meluangkan waktu dalam proses penyusunan Tugas Akhir
5. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
6. Seluruh Staf dan Karyawan BMT Al-Hikmah khususnya BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan yang telah membantu dalam proses pengumpulan data untuk Tugas Akhir ini
7. Bapak Sukadi dan Ibu Wasriyah sebagai orang tua yang tak henti selalu memberi dukungan, kasih sayang dan pengorbanan yang tidak ternilai dengan curahan kasih sayang

yang tulus dan pengorbanan yang diberikan agar penulis bisa menuntut ilmu setinggi mungkin, dan ketulusan doanya yang selalu mengiringi langkah-langkah penulis dalam menjalani hidup ini agar menjadi manusia yang bermanfaat.

8. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendukung dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

Semoga segala kebaikan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis, menjadi amal jariyah dan ridho Allah SWT bagi semuanya.

Penulis sadar akan kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini, untuk itu kritik dan saran yang membangun senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan Tugas Akhir ini. Selebihnya semoga bermanfaat bagi para pembaca di waktu yang akan datang.

Semarang, 10 Juli 2018

Penulis

Dwi Setiyarini

NIM. 1505015006

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN DEKLARASI.....	vi
HALAMAN ABSTRAK.....	vii
HALAMAN KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN DAFTAR ISI.....	x
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat	6
D. Tinjauan Pustaka	7
E. Metodologi Penelitian	10
F. Sistematika Penulisan.....	13

BAB : II LANDASAN TEORI	16
A. Pengertian Pemasaran	16
B. Pengertian Strategi	24
C. Pengertian Pendapatan	30
 BAB : III GAMBARAN UMUM BMT AL-HIKMAH	
UNGERAN.....	32
A. Sejarah Berdirinya BMT Al-Hikmah Ungaran	32
B. Profil BMT Al-Hikmah Ungaran	35
C. Tujuan dan Sasaran BMT Al-Hikmah Ungaran.....	35
D. Badan Hukum Lembaga Koperasi BMT Al-Hikmah.....	36
E. Visi dan Misi BMT Al-Hikmah Ungaran.....	36
F. Struktur Organisasi dan Susunan Lembaga BMT Al-Hikmah	38
G. Job Description BMT Al-Hikmah Ungaran	41
H. Produk-Produk BMT Al-Hikmah Ungaran.....	55
 BAB IV : ANALISA DAN PEMBAHASAN.....	67
A. Strategi <i>Marketing</i> untuk Meningkatkan Volume Pendapatan di BMT Al-Hikmah Cabang Bandung.....	67
B. Kendala yang dihadapi oleh BMT Al-Hikmah Cabang Bandung dalam Menjalankan Strategi <i>Marketing</i>	76

BAB V : PENUTUP	88
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran.....	89
C. Penutup.....	90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga Keuangan Syariah (LKS) menurut Dewan Syariah Nasional (DSN) adalah lembaga keuangan yang mengeluarkan produk keuangan syariah dan yang mendapat izin operasional sebagai lembaga keuangan syariah (DSN-MUI, 2003). Definisi ini menegaskan bahwa suatu LKS harus memenuhi dua unsur, yaitu unsur kesesuaian dengan syariah Islam dan unsur legalitas operasi sebagai lembaga keuangan. Unsur kesesuaian suatu LKS dengan syariah Islam secara tersentralisasi diatur oleh DSN yang diwujudkan dalam berbagai fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga tersebut. Adapun unsur legalitas operasi sebagai lembaga keuangan diatur oleh institusi yang memiliki kewenangan mengeluarkan izin operasi.¹

Lahirnya lembaga keuangan syariah termasuk “Baitul Maal Wat Tamwiil” yang biasa disebut BMT, sesungguhnya dilatarbelakangi oleh pelarangan *riba* secara tegas dalam Al-Qur’an. Sementara di sisi lain, kendati haramnya *riba* bersifat mutlak dan disepakati oleh setiap pribadi muslim berdasarkan ayat-ayat Al-

¹ Rizal Yaya, *Akutansi Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba Empat, 2012, h. 48.

Qur'an dan *Ijma'*.² Seperti diketahui bersama, BMT adalah lembaga keuangan mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Seiring dengan beragamnya kebutuhan nasabah atas produk penghimpun dan penyaluran dana yang ditawarkan BMT ini dilakukan tidak lain untuk menghindari kemungkinan terjadinya penyimpangan-penyimpangan yang dapat menimbulkan preseden buruk bagi perjalanan panjang BMT ke depan. Tujuan yang ingin dicapai para penggegasnya tidak lain untuk menampung dana umat Islam yang begitu besar dan menyalurkannya kembali kepada umat Islam terutama pengusaha-pengusaha muslim yang membutuhkan bantuan modal untuk pengembangan bisnisnya dalam bentuk pemberian fasilitas pembiayaan kepada para nasabah berdasarkan prinsip syariah, seperti *murabahah*, *mudharabah*, *musyarakah*, *qardl* dan lain-lain.³

Konsep pemasaran (*marketing*) berbeda dengan konsep penjualan. Berdasarkan konsep penjualan, konsumen akan membeli produk (barang atau jasa) hanya jika perusahaan secara agresif mempromosikan atau menjual produk itu, sehingga fokus penjualan lebih menitikberatkan pada aktivitas menjual produk itu melalui promosi yang agresif. Sedangkan berdasarkan konsep pemasaran,

² Yaitu kesepakatan pendapat para ulama mazhab yang menjadi sumber rujukan ketiga nilai-nilai hukum Islam, setelah Alquran dan Sunnah Rasulullah saw, *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, h. 2.

³ Makhalul Ilmi SM, *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2002, h.17.

konsumen akan membeli produk (barang atau jasa) hanya jika nilai yang dirasakan dari produk yang dibayar itu lebih baik atau lebih tinggi dibandingkan pesaing-pesaing lain yang menawarkan produk yang sama. Dengan demikian berdasarkan konsep pemasaran, kita harus berfokus pada kebutuhan dan keinginan dari target pasar, kemudian menyerahkan nilai yang lebih baik kepada konsumen dibandingkan nilai yang ditawarkan oleh pesaing-pesaing kita di pasar.⁴

Perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya menghadapi tantangan atas kejituan perusahaan itu merumuskan maksud dan tujuan bisnisnya, yaitu untuk menciptakan dan memelihara pelanggannya. Terkait dengan ini, Peter Drucker menyatakan bahwa fokus suatu bisnis tidaklah pada laba tetapi pelanggan. Oleh karena itu perusahaan akan mampu menghasilkan dan mendapatkan laba secara berkesinambungan, apabila perusahaan menjalankan konsep pemasaran yang menekankan upayanya pada pelayanan pelanggan yang harus lebih baik dari apa yang dilakukan oleh para pesaingnya. Dalam upaya untuk pencapaian tujuan perusahaan itu, maka perlu diketahui bagaimana nilai pelanggan diciptakan oleh suatu perusahaan dan bagaimana nilai pelanggan yang baik dapat memberikan kepuasan pelanggan. Dengan upaya tersebut diharapkan loyalitas pelanggan dapat ditingkatkan dan peningkatan loyalitas

⁴ Vincent Gaspersz, *All-in-one Marketing Excellence*, Jakarta: PT Niaga Swadaya, 2012, h. 12.

pelanggan yang berkelanjutan dapat dibina melalui rencana keputusan strategi, yang dikenal dengan strategi pemasaran. Keberhasilan dari pelaksanaan kegiatan pemasaran produk suatu perusahaan, umumnya terletak pada keberhasilan perusahaan itu dalam memenuhi pelayanan atas kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk suatu produk sesuai dengan harapan, sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan penjualan dan keuntungan dari pelanggan loyal. Dengan demikian, yang paling strategi dalam pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan atas produknya adalah pasar yang dibidik dan menjadi pasar sasaran, yaitu pelanggan loyal.⁵

BMT berada dibawah naungan koperasi dimana dikenal istilah simpanan wajib dan simpanan pokok, maka dari itu setiap anggota BMT harus membayar simpanan pokok dan simpanan wajib. Simpanan pokok adalah sejumlah uang yang sama banyaknya yang wajib dibayarkan oleh anggota kepada Koperasi pada saat masuk menjadi anggota. Simpanan pokok tidak dapat diambil kembali selama yang bersangkutan masih menjadi anggota. Sedangkan simpanan wajib adalah jumlah simpanan tertentu yang tidak harus sama yang wajib dibayar oleh anggota kepada Koperasi dalam waktu

⁵ Sofjan Assauri, *Strategic Marketing*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012

dan kesempatan tertentu. Simpanan wajib tidak dapat diambil kembali selama yang bersangkutan masih menjadi anggota.⁶

BMT Al-Hikmah memiliki kantor pusat yang beralamat di Mijen Gedanganak Ungaran Kabupaten Semarang. BMT Al-Hikmah memiliki beberapa kantor cabang yang tersebar di daerah Ungaran dan Semarang, salah satunya BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan. BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan terletak dilokasi yang strategis yaitu diruko pasar dengan mayoritas penduduk yang memiliki usaha. Namun disamping itu BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan juga memiliki banyak pesaing. Menanggapi hal tersebut maka diperlukan strategi *marketing* yang harus dilakukan BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan untuk meningkatkan volume pendapatannya.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik ingin membahas mengenai strategi *marketing* yang digunakan BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan dan kemungkinan hasil yang akan dicapainya dengan judul “**STRATEGI *MARKETING* UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENDAPATAN DI BMT AL-HIKMAH CABANG BANDUNGAN**” dengan didasari alasan perkembangan volume pendapatan yang cukup baik, sehingga penulis mengetahui strategi khusus apa dan seberapa besar upaya yang dilakukan oleh BMT untuk meningkatkan volume pendapatannya.

⁶ Republik Indonesia, “Undang-Undang Perkoperasian 1992”, *dalam UU No 25 Tahun 1992*, Jakarta: Sinar Grafika, h. 40.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi permasalahan dalam penulisan penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Strategi *Marketing* yang dilakukan oleh BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan untuk meningkatkan volume pendapatan ?
2. Kendala apa yang dihadapi oleh BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan dalam menjalankan Strategi *Marketingnya* ?

C. Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan dari penulisan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana Strategi *Marketing* yang dilakukan oleh BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan untuk meningkatkan volume pendapatannya.
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi oleh BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan dalam menjalankan Strategi *Marketingnya*.

Dalam melaksanakan suatu penelitian diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Penulis
 - a. Menambah pengetahuan penulis dibidang aplikasi teori pemasaran ke dalam masalah yang berhubungan dengan strategi *marketing* di BMT.

- b. Memberikan penjelasan lebih mengenai teori-teori yang telah diterima selama masa perkuliahan.
2. Bagi Pembaca
Menambah pemahaman wawasan pengetahuan tentang strategi *marketing* dalam memasarkan suatu produk pada BMT.
3. Bagi Almamater UIN Walisongo Semarang
Menambah referensi serta informasi bagi mahasiswa khususnya mahasiswa UIN Walisongo Semarang program studi D3 Perbankan Syariah untuk menunjang penelitian selanjutnya mengenai strategi *marketing*.
4. Bagi BMT Al-Hikmah
 - a. Diharapkan membantu menyelesaikan kendala-kendala yang terjadi dalam memasarkan dan mengembangkan produknya.
 - b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya.

D. Tinjauan Pustaka

Pembahasan tentang strategi pemasaran pada perusahaan jasa keuangan telah banyak dibahas dalam berbagai karya baik berupa makalah, tugas akhir, skripsi, tesis, disertasi, atau buku-buku sebagai judul khusus maupun sebagai sub judul. Tinjauan Pustaka atau *literature review* adalah bahan yang tertulis berupa buku, jurnal yang

membahas tentang topik yang hendak diteliti.⁷ Penulis menelusuri tinjauan pustaka yang memiliki objek penelitian yang hampir sama dengan objek penelitian ini. Penelitian sebelumnya sebagai berikut :

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Anugrah Anggraini dengan judul “Pelayanan Sistem Jemput Bola Dalam Meningkatkan Loyalitas Anggota Pada BMT Amanah Kudus” jenis metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Adapun hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pelayanan sistem jemput bola yaitu keaktifan pihak *marketing* BMT dalam melayani anggota dengan cara aktif menjemput anggota. Dan untuk anggota tidak perlu datang ke kantor tidak masalah, namun bisa dilayani kolektor pihak BMT dengan cara langsung mendatangi ke tempat anggota tersebut. Pelaksanaan pelayanan sistem jemput bola pada BMT Amanah Kudus tidak semua transaksi bisa dilakukan dilapangan, hanya yang sifatnya simpanan dan angsuran saja, tetapi untuk transaksi pengajuan pembiayaan, akad pembiayaan, dan pencairan pembiayaan itu tidak bisa dilakukan di lapangan karena semua harus dilakukan di kantor.⁸

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Ervina Lilis Saadah dengan judul “Sistem Layanan Jemput Bola Dalam Meningkatkan

⁷ J.R Raco, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Grasindo, 2010, h. 104.

⁸ Anugrah Anggraini, “*Evaluasi Pelayanan Sistem Jemput Bola Dalam Meningkatkan Loyalitas Anggota Pada BMT Amanah Kudus*”, <http://eprints.stainkudus.ac.id/568/>

Motivasi Menabung Nasabah Pada BMT Muda (Mandiri Ukhuwah Persada) Kedinding Lor Surabaya” jenis metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Adapun hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa sistem layanan jemput bola merupakan sistem tabungan yang efektif untuk pemasaran, sistem tabungan yang memudahkan nasabah, sistem yang simpel atau sederhana, sistem yang tidak memaksa nasabah untuk selalu menabung, sistem yang menguntungkan, dan sistem yang aman. Motivasi menabung nasabah setelah adanya sistem layanan jemput bola adalah mengacu pada kebutuhan manusia pada umumnya yaitu sesuai dengan teori kebutuhan Maslow. Jika dikaitkan dengan teori tersebut kebutuhan nasabah akan menabung adalah kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, dan kebutuhan rasa cinta memiliki-dimiliki. Sementara untuk kebutuhan selanjutnya yaitu kebutuhan penghargaan dan kebutuhan aktualisasi diri nasabah belum sampai pada tahap tersebut karena notabene nasabah masih tergolong menengah ke bawah, jadi belum terfikirkan untuk motif lebih dari pelayanan yang mudah dalam menabung di BMT Muda (Mandiri Ukhuwah Persada) melalui sistem layanan jemput bola.⁹

⁹ Ervina Lilis Saadah, “*Sistem Layanan Jemput Bola dalam Meningkatkan Motivasi Menabung Nasabah Pada BMT Muda (Mandiri Ukhuwah Persada) Kedinding Lor Surabaya*”, <http://digilib.uinsby.ac.id/9550/>

E. Metodologi Penelitian

1. Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan Jalan Tirtomoyo No. 07 Bandungan Telp 0298 - 711151.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field study research*). Jadi data-data dalam penelitian ini diperoleh melalui studi lapangan dengan cara mengamati, mencatat dan mengumpulkan data dan informasi yang ditemukan dari data sumber. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif.

3. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data atau informasi yang diperoleh melalui pertanyaan tertulis menggunakan kuesioner atau lisan menggunakan metode wawancara. Penelitian primer membutuhkan data atau informasi dari sumber pertama yang biasa disebut responden.¹⁰ Penulis memperoleh data primer ini dari hasil wawancara langsung dengan karyawan di BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan, yaitu berdasarkan wawancara dengan Bapak Amin selaku

¹⁰ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006, h. 16

Manajer Cabang, Ibu Nurjanah selaku *Teller*, Bapak Yudi selaku Marketing.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari hasil studi kepustakaan dan biasanya digunakan oleh para peneliti yang menganut paham pendekatan kualitatif.¹¹ Dalam penelitian ini sumber data sekunder adalah referensi pustaka, yaitu referensi yang memuat berbagai informasi tertulis dari data-data yang diperoleh di BMT Al-Hikmah Cabang Bandung. Selain itu peneliti juga menggali data yang diperoleh dari sumber-sumber lain seperti pustaka berupa jurnal, buku-buku, atau informasi-informasi lain secara erat memiliki keterkaitan dengan topik yang akan dibahas peneliti sebagai pendukung.

4. Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah mengumpulkan data langsung dari lapangan. Data yang diobservasi berupa gambaran tentang sikap, kelakuan, perilaku, tindakan, keseluruhan interaksi antar manusia. Data observasi dapat juga berupa interaksi dalam suatu organisasi atau pengalaman para

¹¹ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif...h.*
17.

anggota dalam berorganisasi.¹² Metode ini penulis melakukan pengamatan langsung di tempat penelitian untuk memperoleh data mengenai strategi *marketing* yang dilakukan untuk meningkatkan volume pendapatan di BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.¹³ Dalam hal ini penulis mewawancarai pihak *marketing* yang terkait di BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan mengenai penerapan strategi *marketing* apa saja untuk meningkatkan volume pendapatannya.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sarana pembantu peneliti dalam mengumpulkan data atau informasi dengan cara membaca brosur, surat-surat, pengumuman, ikhtisar rapat, pernyataan tertulis kebijakan tertentu dan bahan-bahan tulisan lainnya. Metode pencarian data ini sangat

¹² Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif...h.* 112.

¹³ Lexy J.M, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung: Rosda, 2004, h. 186.

bermanfaat karena dapat dilakukan tanpa mengganggu objek penelitian.

5. Metode Analisis Data

Analisis berarti mengolah data, mengorganisir data, memecahkannya dalam unit-unit yang lebih kecil, mencari pola dan tema-tema yang sama. Analisis dan penafsiran selalu berjalan seiring. Analisis data di sini berarti mengatur secara sistematis bahan hasil wawancara dan observasi, menafsirkannya dan menghasilkan suatu pemikiran, pendapat, teori atau gagasan yang baru.¹⁴ Adapun analisis data yang digunakan oleh penulis adalah analisis deskriptif yaitu menganalisa dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan. Teknik ini digunakan untuk mendeskripsikan data-data yang peneliti kumpulkan baik dari hasil observasi, wawancara maupun dokumentasi selama mengadakan penelitian di BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulis dalam penulisan Tugas Akhir, maka penulisan membagi menjadi lima bab dari setiap bab terdiri dari sub-bab yang saling terkait dan berkesinambungan, saling mendukung dan menunjang. Sehingga pembahasan bab

¹⁴ Lexy J.M, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi...*h. 121-122.

merupakan rangkaian berikutnya. Adapun sistematika penyusunan laporan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan mengenai Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat, Tinjauan Pustaka, Metodologi Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini penulis akan menguraikan mengenai Pengertian Pemasaran, Pengertian Strategi dan Pengertian Pendapatan.

BAB III : GAMBARAN UMUM BMT AL-HIKMAH

Pada bab ini akan menguraikan mengenai Sejarah, Profil, Tujuan Dan Sasaran, Badan Hukum, Visi dan Misi, Struktur Organisasi, *Job Description* dan Produk-produk BMT Al-Hikmah Ungaran.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan mengenai Analisis Strategi *Marketing* untuk Meningkatkan Volume Pendapatan di BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan dan Kendala yang dihadapi dalam menjalankan Strategi *Marketing* di BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan.

BAB V : PENUTUP

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

Daftar Pustaka**Lampiran**

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Pemasaran

Istilah pemasaran muncul pertama kali sejak kemunculan istilah barter. Proses pemasaran dimulai sebelum barang-barang diproduksi dan tidak berakhir dengan penjualan. Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran, dan konsumsi. Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi.¹⁵

Menurut Phillip Kotler (Ahli Manajemen Pemasaran), pemasaran (*marketing*) adalah aktivitas manusia yang secara langsung memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen atau pelanggan melalui proses pertukaran atau transaksi. Konsep yang paling mendasar dalam pemasaran yaitu kebutuhan manusia, dimana kebutuhan manusia (*human need*) adalah keadaan seperti perasaan kehilangan dalam diri seseorang. Kebutuhan manusia itu luas dan kompleks yang meliputi kebutuhan dasar, rasa aman, sosial penghargaan, dan aktualisasi diri. Sedangkan keinginan manusia (*human want*) adalah bentuk yang berasal dari kebutuhan

¹⁵ Nandan Limakrisna dan Wilhelmus Hary Susilo, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012, h. 3.

manusia yang dibentuk oleh budaya dan pribadi seseorang. Selain itu menurut *American Marketing Association*, pemasaran adalah kinerja dari aktivitas bisnis yang secara langsung mengalirkan barang dan/atau jasa dari produsen ke konsumen.¹⁶

Dari definisi Kotler, dapat disimpulkan bahwa “konsep inti pemasaran” adalah sebagai berikut:

1. *Need, Wants, dan Demand*

- a. *Needs* (kebutuhan) adalah segala sesuatu yang ingin dipenuhi yang berasal dari dalam diri manusia. Contoh: rasa lapar, rasa haus, kebutuhan seksual, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, kebutuhan aktualisasi diri. *Needs* tidak bisa diciptakan maka produsen harus mampu mengidentifikasi *needs* dan *wants* suatu produk dengan cara melakukan riset pasar.
- b. *Wants* (keinginan) adalah kebutuhan yang dipengaruhi oleh kebudayaan atau individualitas seseorang.
- c. *Demand* adalah keinginan akan produk spesifik yang didukung oleh kemampuan dan kesediaan untuk membelinya.

¹⁶Danang Sunyoto, *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013

2. *Product*

Product adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk dijual. *Product* dalam arti luas, meliputi produk fisik, servis/jasa, orang, organisasi, tempat, ide, *rights* (hak paten). Jenis-jenis *product*:

- a. *Consumers goods*, yaitu produk yang dibeli oleh konsumen untuk penggunaan pribadi;
- b. *Industrial goods*, yaitu produk yang dibeli untuk diolah menjadi barang lain atau untuk dijual kembali.

3. *Customer Value, Cost, dan Satisfaction*

Konsep dasarnya adalah nilai pelanggan (*customer value*). Nilai pelanggan adalah perkiraan konsumen tentang kemampuan total suatu produk untuk memuaskan kebutuhannya. Konsumen akan memilih produk yang memberikan manfaat (*benefit*) yang lebih besar dari pada biaya (*cost*) yang harus dikeluarkannya. Konsumen akan membeli produk dari perusahaan yang dalam persepsi konsumen tersebut menawarkan nilai terhantar pada pelanggan (*customer delivered value*) yang paling tinggi. Nilai terhantar pada pelanggan (*customer delivered value*) adalah sebagai berikut :

- ❖ Selisih antara nilai pelanggan total (*total customer value*) dan biaya pelanggan total (*total customer cost*)

- ❖ Nilai pelanggan total (*total customer cost*) adalah sebandel manfaat yang diharapkan pelanggan dari barang atau jasa tertentu
- ❖ Biaya pelanggan total (*total customer cost*) adalah sebandel pengeluaran yang dikeluarkan pelanggan untuk mendapatkan produk/jasa.

Sedangkan kepuasan bergantung pada kinerja penawaran dibandingkan dengan harapannya terhadap penawaran tersebut. Kepuasan (*satisfaction*) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang ia rasakan dengan harapannya.

4. *Exchange, Transaction, Relationship*

Exchange (pertukaran) adalah cara seseorang mendapatkan segala sesuatu yang mereka butuh dan inginkan. Pertukaran juga dikatakan sebagai perdagangan nilai antara dua pihak atau lebih. Syarat *exchange* yaitu :

- a. Minimal ada 2 pihak;
- b. Memiliki sesuatu;
- c. Dapat berkomunikasi;
- d. Bebas menerima atau menolak penawaran yang ada;
- e. Menginginkan berurusan dengan orang lain.

Pertukaran merupakan inti dari pemasaran. Contoh pertukaran antara konsumen dan produsen, warga dan polisi, anak dengan orang tua yang terjadi antar dua pihak. Pertukaran yang terjadi antar tiga pihak contoh: pertukaran antara sekolah, siswa dan orang tua.

Relationship marketing adalah proses menciptakan, mempertahankan, dan memperbaiki hubungan yang kuat yang berdasarkan nilai, dengan pelanggan dan pemegang saham lainnya.

5. *Market*

Market (pasar) terdiri atas semua pelanggan potensial yang memiliki *needs & wants* tertentu serta mau dan mampu turut dalam pertukaran untuk memenuhi *needs & wants*.

Marketing, mengandung arti aktivitas manusia yang ditujukan untuk memuaskan *needs & wants* konsumen/pasar melalui *exchange*.

Marketer (pemasar) adalah seseorang yang secara aktif mencari sumber daya dari pihak lain dan bersedia menawarkan sesuatu sebagai gantinya.

Untuk menjalankan usaha pemasarannya, perusahaan akan membuat *marketing management*, yaitu *analysis, planning, implementation & control* dari program-program pemasaran

(berupa *product, price, place, promotion*) agar pertukarannya dengan target *market* dapat berjalan dengan lancar. Tugas seorang tenaga pemasaran adalah membangun *marketing* program untuk mencapai tujuan perusahaan yang diinginkan.¹⁷

Untuk tujuan pemasaran menurut Peter Drucker, adalah membuat agar penjual berlebih-lebihan dan mengetahui serta memahami konsumen dengan baik sehingga produk atau pelayanan cocok dengan konsumen tersebut dan laku dengan sendirinya. Dengan berkembangnya masyarakat maka keinginan anggota masyarakat berkembang pula. Di lain pihak para produsen mengambil langkah khusus untuk menggerakkan keinginan masyarakat terhadap produknya. Para produsen mempromosikan produknya sebagai sebuah pemuas dari salah satu atau lebih kebutuhan manusia. Sedangkan tujuan dari pemasaran adalah :

- a. Untuk membantu agar perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan dan pangsa pasar.
- b. Menambah keuntungan perusahaan.
- c. Menunjukkan cara bagaimana melayani pelanggan secara efisien.
- d. Membimbing perusahaan-perusahaan agar dapat meningkatkan kualitas hidup dari konsumennya.

¹⁷Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2013, h. 37.

- e. Menyediakan mekanisme penyesuaian melalui bauran pemasaran agar perusahaan yang bersangkutan dapat terjamin kelangsungan hidupnya.¹⁸

Pada dasarnya pemasaran adalah proses perencanaan dan eksekusi dari konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi ide-ide, barang dan/atau jasa, melalui pertukaran yang memenuhi kepuasan individu konsumen dan tujuan-tujuan organisasi. Secara sederhana dan singkat dapat dikatakan bahwa pemasaran adalah segala sesuatu yang memuaskan kebutuhan konsumen melalui menawarkan nilai tambah kepada konsumen. Proses-proses pemasaran adalah :

- (1) Memahami nilai yang diinginkan konsumen (*consumer value*),
- (2) Menciptakan nilai itu ke dalam proses pemasaran,
- (3) Menyerahkan nilai itu kepada konsumen, dan
- (4) Meningkatkan terus-menerus nilai itu kepada konsumen.¹⁹

Ada empat karakteristik syariah marketing yang dapat menjadi panduan bagi para pemasar, yaitu sebagai berikut:

¹⁸ Bambang Hermanto, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: MM Teknologi ITB, 1993

¹⁹Vincent Gaspersz, *All-in-one Marketing Excellence...*h. 3.

1. Teistis (*rabbaniyah*)

Salah satu ciri khas syariah marketing yang tidak dimiliki dalam pemasaran konvensional yang dikenal selama ini adalah sifatnya yang religius (*diniyyah*). Sesuai dengan Q.S. Al-Fath : 29

مُحَمَّدٌ رَسُولُ اللَّهِ ۗ وَالَّذِينَ مَعَهُ أَشِدَّاءُ عَلَى الْكُفَّارِ رُحَمَاءُ بَيْنَهُمْ تَرَاهُمْ
 رُكَّعًا سُجَّدًا يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّنَ اللَّهِ وَرِضْوَانًا سِيمَاهُمْ فِي وُجُوهِهِمْ مِّنْ
 أَثَرِ السُّجُودِ ۗ ذَٰلِكَ مَثَلُهُمْ فِي التَّوْرَةِ ۗ وَمَثَلُهُمْ فِي الْإِنْجِيلِ كَرَرَعٍ أُخْرَجَ
 شَطَطُهُ فَأَزَّزَهُ فَأَسْتَغْلَظَ فَاسْتَوَىٰ عَلَىٰ سَوْفِهِ ۖ يُعَجِّبُ الزَّرْعَ لِيَغِيظَ
 بِهِمُ الْكُفَّارَ ۗ وَعَدَّ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ مِنْهُمْ مَغْفِرَةً
 وَأَجْرًا عَظِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya :

“Muhammad itu adalah utusan Allah dan orang-orang yang bersama dengan Dia adalah keras terhadap orang-orang kafir, tetapi berkasih sayang sesama mereka. kamu Lihat mereka ruku' dan sujud mencari karunia Allah dan keridhaan-Nya, tanda-tanda mereka tampak pada muka mereka dari bekas sujud. Demikianlah sifat-sifat mereka dalam Taurat dan sifat-sifat mereka dalam Injil, Yaitu seperti tanaman yang mengeluarkan tunasnya Maka tunas itu menjadikan tanaman itu kuat lalu menjadi besarlah Dia dan tegak Lurus di atas pokoknya; tanaman itu menyenangkan hati penanam-penanamnya karena Allah hendak menjengkelkan hati orang-orang kafir (dengan kekuatan orang-orang mukmin). Allah menjanjikan kepada orang-orang yang beriman dan

mengerjakan amal yang saleh di antara mereka ampunan dan pahala yang besar.

2. Etis (*akhlaqiyyah*)

Keistimewaan lain dari syariah *marketing*, selain karena teistis (*rabbaniyah*), juga karena ia sangat mengedepankan masalah akhlak (moral, etika) dalam seluruh aspek kehidupannya. Juga bisa diartikan etos kerja, dimana merupakan refleksi sikap hidup seseorang yang mendasar dalam menghadapi kerja dan harus didasarkan pada niat beribadah karena Allah dalam rangka mencari ridho Allah.

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

Syariah *marketing* bukanlah konsep yang eksklusif, fanatis, anti modernitas, dan kaku. Syariah *marketing* adalah konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasaan dan keluwesan syariah islamiah yang melandasinya.

4. Humanistis (*al-insaniyyah*)

Keistimewaan syariah *marketing* yang lain adalah sifatnya yang humanistis universal.²⁰ Singkat kata humanistis berarti memanusiakan manusia dengan menghargai.

B. Pengertian Strategi

Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis berskala besar, menggerakkan semua sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual dalam

²⁰Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah...*h. 65.

bisnis. John A. Byrne mendefinisikan strategi sebagai sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan yang direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan. Jack Trout merumuskan bahwa inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik di benak konsumen, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana di kepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama, kemudian menjadi yang lebih baik.²¹

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, Strategi adalah ilmu siasat perang atau akal (tipu muslihat) untuk mencapai suatu maksud.²² Namun dalam perkembangannya kata ini sering dipakai dalam pengertian yang lebih luas sebagai cara yang ditempuh seseorang atau organisasi untuk mencapai tujuan yang dicita-citakan. Jadi “strategi memasarkan produk BMT” mengandung pengertian sebagai cara yang ditempuh dalam rangka menawarkan dan menjual kepada masyarakat produk-produk BMT. Sedangkan ‘dalam bingkai syariah’ dikandung maksud agar cara tersebut diwujudkan dalam bentuk tindakan dan langkah-langkah kebijakan

²¹ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010, h. 29.

²² W. J. S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, cet. 6, Jakarta: Balai Pustaka, 1983, h. 965.

yang sejalan dengan prinsip-prinsip syariah, dan tidak boleh keluar kecuali tunduk mengikuti prinsip-prinsip tersebut.²³

Fungsi dari strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Untuk itu, terdapat enam fungsi yang harus dilakukan secara simultan, yaitu:

1. Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain.
2. Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya.
3. Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang, sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
4. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang.
5. Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi ke depan.
6. Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu.

Dari fungsi pertama, maka strategi dirumuskan sebagai tujuan yang diinginkan, dan mengkomunikasikan, tentang apa yang

²³Makhalul Ilmi SM, *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah...*h.57.

akan dikerjakan, oleh siapa, bagaimana pelaksanaan pengerjaannya, untuk siapa hal tersebut dikerjakan, dan mengapa hasil kinerjanya dapat bernilai. Selanjutnya untuk mengetahui, mengembangkan dan menilai alternatif-alternatif strategi, maka perlu dilihat sandingan yang cocok atau sesuai antara kapabilitas organisasi dengan faktor lingkungan, dimana kapabilitas tersebut akan digunakan. Strategi mencoba menghubungkan suatu organisasi dengan individu-individu, dan organisasi lainnya, dimana seluruh hal tersebut di atas dipengaruhi lingkungan yang luas, yang mencakup perubahan teknologi, realita ekonomi dan nilai-nilai sosial budaya.

Dengan menghubungkan kapabilitas organisasi dengan lingkungan yang terkait, maka fungsi strategi berikutnya adalah mengeksploraasi kesuksesan yang dimiliki organisasi, sambil sekaligus menyelidiki terdapatnya peluang-peluang baru. Fungsi ini menghasilkan strategi eksplorasi dan strategi eksploitasi. Strategi eksplorasi mencoba menciptakan nilai baru dan sumber-sumber daya yang tidak biasa atau asing serta aktivitasnya.

Fungsi strategi berikutnya adalah menghasilkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang, khususnya sumber dana dan sumber-sumber daya lain yang diolah atau digunakan. Fungsi yang penting dalam hal ini adalah dihasilkannya sumber-sumber daya nyata yang penting, tidak hanya pendapatan tetapi juga reputasi, komitmen karyawan, identitas merek dan sumber daya yang tidak berwujud lainnya.

Strategi membantu pengkoordinasian dan pengarahan aktivitas organisasi, menunjukkan bagaimana para individu bekerja sama dengan yang lain. Strategi harus menyiapkan keputusan yang cocok atau sesuai dan tentunya hal ini sangat penting bagi upaya untuk pencapaian maksud dan tujuan organisasi. Selanjutnya fungsi terakhir dari strategi adalah proses yang terus-menerus berjalan bagi penemuan maksud dan tujuan untuk menciptakan dan menggunakan sumber-sumber daya, serta mengarahkan aktivitas pendukungnya.

Pola fungsi dari strategi harus dijalankan dengan mengikuti pemahaman kondisi yang baru dan akan dihadapi, serta menilai implikasinya terhadap banyak tindakan. Semua hal tersebut harus diperhatikan secara menyeluruh dan dinilai secara satu kesatuan atas suatu strategi yang diambil atau diterapkan.²⁴

Dalam manajemen strategis Mintzberg mengemukakan 5P dalam buku Fandy Tjiptono yang sama artinya dengan strategi, yaitu : Perencanaan (*plan*), Pola (*pattern*), Posisi (*position*), Perspektif (*perspective*) dan Permainan atau Taktik (*Play*).

a. Strategi adalah Perencanaan (*plan*)

Adalah sebuah program atau langkah terencana (*a directed course of action*) untuk mencapai serangkaian tujuan

²⁴Sofjan Assauri, *Strategic Management-Ed.2*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013, h. 7.

atau cita cita yangtelah ditentukan; sama halnya dengan konsep strategi perencanaan.

b. Strategi adalah Pola (*pattern*)

Adalah sebuah pola perilaku masa lalu yang konsisten, dengan menggunakan strategi yang merupakan kesadaran daripada menggunakan yang terencana ataupun diniatkan. Hal yang merupakan pola berbeda dengan berniat atau bermaksud maka strategi sebagai pola lebih mengacu pada sesuatu yang muncul begitu saja.

c. Strategi adalah Posisi (*position*)

Yaitu menempatkan produk tertentu ke pasar tertentu yang dituju. Strategi sebagai posisi menurut Mintzberg cenderung melihat ke bawah, yaitu ke suatu titik bidik dimana produk tertentu bertemu dengan pelanggan, dan melihat keluar yaitu meninjau berbagai aspek lingkungan eksternal.

d. Strategi adalah Perspektif (*perspective*)

Adalah mengeksekusi strategi berdasarkan teori yang ada ataupun menggunakan insting alami dari isi kepala atau cara berpikir ataupun ideologis.

e. Strategi adalah Permainan atau Taktik (*Play*)

Merupakan sebuah manuver spesifik untuk mengelabui atau mengecoh lawan (*competitor*).²⁵

²⁵Sofjan Assauri, *Strategic Management-Ed.2...h. 5.*

C. Pengertian Pendapatan

Pendapatan diartikan sebagai suatu aliran uang atau daya beli yang dihasilkan dari penggunaan sumber daya properti manusia.²⁶ Menurut Winardi (1989), pendapatan (*income*), secara teori ekonomi adalah hasil berupa uang atau hasil material lainnya yang dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa-jasa manusia bebas. Dalam pengertian pembukuan pendapatan diartikan sebagai pendapatan sebuah perusahaan atau individu.²⁷

Selain itu tujuan khusus yang ingin dicapai perusahaan dalam pelaksanaan siklus pendapatan yaitu: Mencatat permintaan penjualan secara tepat dan akurat; Memverifikasi kelayakan kredit konsumen; Memberikan barang atau jasa pada waktu yang tepat dan cara yang benar; Mencatat dan mengklasifikasikan penerimaan kas secara tepat dan akurat; Membukukan penjualan dan penerimaan kas ke dalam akun konsumen dengan tepat; Mengamankan kas sampai dilakukan penyetoran barang. Sedangkan fungsi siklus pendapatan yaitu:

- a. Mendapatkan pesanan dari pembeli
- b. Mencatat dan memproses data penjualan
- c. Menyiapkan barang yang akan dijual kepada pembeli

²⁶Campbell R. Macconnel and Stanley R. Brue, *Economics Principles, Problems, and Policies*, New York: McGraw-Hill Higher Education, 2002, h. G-12.

²⁷Winardi, *Kamus Ekonomi*, Bandung: CV. Mandar Maju, 1989, h. 245.

- d. Menyelenggarakan catatan piutang
- e. Memindahbukukan transaksi ke buku besar
- f. Menyusun laporan keuangan dan laporan lain yang diperlukan.²⁸

²⁸Dhawy Scientist, Tujuan dan Fungsi Siklus Pendapatan, <https://dhawyscientist.wordpress.com>, diakses tanggal 23 April 2018

BAB III

GAMBARAN UMUM BMT AL-HIKMAH UNGARAN

A. Sejarah Berdirinya BMT Al-Hikmah Ungaran

KJKS (Koperasi Jasa Keuangan Syariah) BMT Al-Hikmah adalah sebuah lembaga swadaya ekonomi masyarakat yang tumbuh dan berkembang di wilayah kecamatan Ungaran. Lahirnya Koperasi BMT ini diawali adanya pertemuan tokoh-tokoh masyarakat Babadan dan sekitarnya pada tanggal 24 September 1998 di masjid Wahyu Langensari melalui rapat yang dihadiri 30 orang yang siap menjadi anggota pendiri. Tujuan Koperasi BMT ini untuk menciptakan sebuah lembaga perekonomian masyarakat sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi umat islam, dengan sasaran utama para pedagang dan pengusaha kecil serta masyarakat umum lapis bawah di kecamatan Ungaran. Salah satu unit usahanya ialah unit simpan pinjam dengan menggunakan sistem bagi hasil. Adapun target yang hendak dicapai ialah terbentuknya pusat perekonomian umat melalui kegiatan usaha mencapai kesejahteraan hidup umat.

Meniti keberangkatannya, Koperasi BMT Al-Hikmah mulai beroperasi di komplek Pasar Babadan Blok E 26, pada tanggal 15 Oktober 1998 dengan modal awal sebesar Rp. 1.500.000.00 (Satu Juta Lima Ratus Ribu Rupiah). Modal awal tersebut berasal dari simpanan yang disetorkan para anggota berupa simpanan pokok,

simpanan pokok khusus, dan simpanan wajib. Pengelolaan Koperasi BMT Al-Hikmah dipercayakan kepada 4 (Empat) orang pengelola yang telah mendapatkan pelatihan melalui Proyek Penanggulangan Pekerja Trampil (P3T) di asrama haji Donohudan, Solo. Sampai saat ini tercatat 18 orang yang mengelola koperasi BMT Al-Hikmah.²⁹

Pada tanggal 02 Desember 2009 dalam perkembangannya, BMT Al-Hikmah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Selama sembilan belas tahun berdiri, anggota yang menanamkan modal pun meningkat yang diikuti dengan meningkatnya jumlah nominal simpanan yang harus disetorkan. Untuk pembiayaan yang disalurkan juga mengalami peningkatan asset dan tentunya meningkat pula rugi laba setiap bulannya. Kemajuan dan perkembangan Koperasi BMT Al-Hikmah yang berdiri dengan latar belakang jenis usaha, asal daerah yang berbeda, pendidikan dan status sosial yang berbeda menunjukkan kepercayaan masyarakat yang cukup besar terhadap keberadaan Koperasi BMT Al-Hikmah Ungaran. Sehingga dirasa perlu perluasan wilayah dengan dibukanya kantor cabang Karangjati. PAD BMT Al-Hikmah mulai disahkan menjadi Koperasi BMT Al-Hikmah dengan bentuk usahanya KSU (Koperasi Serba Usaha) pada tanggal 05 Maret 2010.

Tanggal 05 Maret 2010 PAD BMT Al-Hikmah disahkan sehingga berubah menjadi Koperasi BMT Al-Hikmah dengan bentuk

²⁹*Company Profile* KJKS BMT Al-Hikmah.

usaha KSU (Koperasi Serba Usaha). Tanggal 06 Februari 2012 resmi menempati kantor pusat di Jl. Sudirman No. 12 Mijen Gedanganak Ungaran Timur. Dan pada tahun 2012 tersebut dibuka dua kantor cabang di Bawen dan Bandungan. Sampai saat ini jumlah semua kantor ada 7 buah. Dan mulai September 2016 PAD dari Koperasi menjadi KSPPS BMT Al-Hikmah.

Atas kepercayaan masyarakat dan didukung teknologi komputerisasi, KJKS BMT Al-Hikmah mengalami perkembangan visi dan misinya. Untuk mengembangkan KJKS BMT Al-Hikmah hingga tahun 2015 ini telah mempunyai kantor kas atau cabang pelayanan sejumlah 7 tempat, yaitu :³⁰

a. Kantor Pusat

Lantai 2 Jln. Jendral Sudirman No. 12 Mijen Gedanganak Ungaran Timur Telp (024) 6924415

b. Kantor Cabang

Cabang Ungaran Lantai 1 Jln. Jendral Sudirman No. 12 Mijen Gedanganak Ungaran Timur Telp. (024) 6924415, Cabang Babadan Komplek Pasar Babadan Blok E 23-25 Ungaran Barat Telp. (024) 6922743, Cabang Karang jati Komplek Terminal Pasar Karang jati No. 11 Bergas Telp. (0298) 525657, Cabang Bawen Dsn. Secang RT 01/01 Ds. Samban Bawen Telp. (024) 70603355, Cabang Bandungan Jln. Tirtomoyo No. 07 Bandungan

³⁰ *Company Profile* KJKS BMT Al-Hikmah.

Telp. (0298) 711151, Cabang Gunungpati Jln. Raya Gunungpati-Boja Ds. Ngabean No.05 Gunungpati Semarang Telp. (024) 6932092.

B. Profil BMT Al-Hikmah Ungaran

Nama Koperasi : KJKS BMT AL-HIKMAH
Nama Pimpinan : Muhari, S.Ag
Alamat : Jl. Jend. Sudirman No. 12 Mijen Gedanganak
Kecamatan : Ungaran
Kabupaten : Semarang
Provinsi : Jawa Tengah
Telp./Fax : 024 – 6924415
Email : bmtalhikmahsmg@yahoo.co.id³¹

C. Tujuan dan Sasaran BMT Al-Hikmah Ungaran

1. Tujuan
 - a) Menyelamatkan kelompok-kelompok usaha lapisan masyarakat menengah kebawah dari situasi krisis ekonomi.
 - b) Menambah modal kerja bagi masyarakat lapisan paling bawah dan kecil.
 - c) Mengembangkan kelompok usaha masyarakat agar lebih produktif.
2. Sasaran
 - a) Tersedianya dana permodalan untuk anggota.

³¹ *Company Profile* KJKS BMT Al-Hikmah.

- b) Menghimpun dan menyalurkan kepada anggotanya yang melaksanakan aktivitas 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.

D. Badan Hukum Lembaga Koperasi BMT Al-Hikmah Ungaran

Landasan idealnya yaitu Al-Qur'an dan Sunnah. Landasan formal berdasarkan UU Dasar Negara Republik Indonesia yaitu dalam landasan operasionalnya UU Nomor 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian serta permen dan kepmen yang berkaitan dengan perkoperasian. Sedangkan landasan kerja yaitu AD (Anggaran Dasar), ART (Anggaran Rumah Tangga), SOM (Standar Operasional Manajemen), SOP (Standar Operasional Prosedur) dan Peraturan Khusus.³²

E. Visi dan Misi BMT Al-Hikmah Ungaran

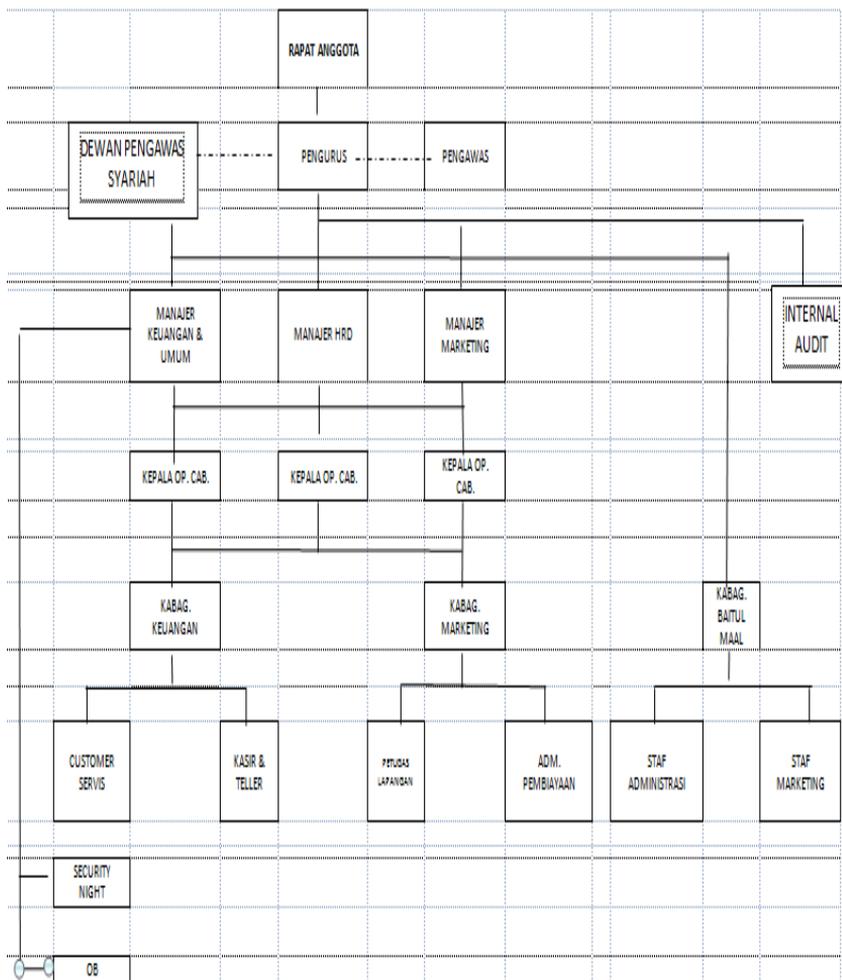
1. Visi
“Menjadi lembaga keuangan syari’ah yang sehat, professional, dan terpercaya di Jawa Tengah”
2. Misi
 - a. Meminimalkan *Non Performing Financing* (NPF)
 - b. Memperbaiki struktur permodalan

³² *Company Profile* KJKS BMT Al-Hikmah.

- c. Meningkatkan penghimpunan dana anggota dan calon anggota
- d. Meningkatkan pendapatan koperasi
- e. Meningkatkan SDM yang handal dan kompeten
- f. Meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap koperasi BMT
- g. Meningkatkan pengelolaan koperasi secara profesional.

F. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran

1. Struktur Organisasi BMT Al-Hikmah Ungaran



1. Susunan Lembaga BMT Al-Hikmah Ungaran

Dewan Pengawas

Ketua : Gatot Indratmoko, SE

Anggota 1 : Drs. H. Abu Hanafi

Anggota 2 : Drs. Toni Irianto

Dewan Pengurus

Ketua : Muhari S.Ag

Sekretaris : Ichsan Ma'arif, ST

Bendahara : Asroti S.Pd

Pengelola³³

a. Kantor Pusat

1) Staff Umum : Isna Ira Setyawati, SE

2) Staff Umum : Nur Khasan

b. Kantor Cabang Mijen Gedanganak

1) Manager Cabang : MD. Burhanudin M, S.Pd

2) Pengelola :

a. Mudhofar

b. Heni Fajar Rukiyanti, SE

c. Sayfur Rohman

d. Dani Mahardika Safik

e. Badi Aliana

f. Saefudin

³³ *Company Profile* KJKS BMT Al-Hikmah.

- c. Kantor Cabang Babadan
 - 1) Manager Cabang : Awing Fraptiyo, SE
 - 2) Pengelola :
 - a. Abdurrohim
 - b. Yuni Fatmawati, SE
 - c. Nurul Huda Amrullah
 - d. Salamti Nurul Ariyani
 - e. Ridwanullah
- d. Kantor Cabang Karangjati
 - 1) Manager Cabang : Mujana
 - 2) Pengelola :
 - a. Ahwat Adi Wibowo
 - b. Abdul Chamid
 - c. Fahrul Saktiana
- e. Kantor Cabang Bawen
 - 1) Manager Cabang : Supandriyo, A.Md
 - 2) Pengelola :
 - a. Zulikhan Yahya
 - b. Dian Irfani, A.md
- f. Kantor Cabang Bandungan
 - 1) Manager Cabang : Sulamin
 - 2) Pengelola :
 - a. Mahyudi
 - b. Nur Jannah

- c. Aditya
- g. Kantor Cabang Gunung Pati
 - 1) Manager Cabang : Eko Susilo, SE
 - 2) Pengelola :
 - a. Kharis M, A.Md
 - b. Nida Ulwiyah, S.Hi

G. *Job Description* BMT Al-Hikmah Ungaran

Berikut ini uraian pembagian tugas masing-masing jabatan di BMT Al-Hikmah Ungaran :³⁴

1. Rapat Anggota

Rapat Anggota merupakan pemegang kekuasaan tertinggi dalam KSPPS.

Rapat Anggota dihadiri oleh anggota, pengurus, pengawas, dan tamu undangan. Rapat Anggota membahas antara lain:

- a. Kebijakan umum di bidang organisasi, manajemen dan usaha KSPPS
- b. Pemilihan, pengangkatan, dan pemberhentian Pengurus dan Pengawas.
- c. Penyusunan rencana kerja, RAPB KSPPS, serta pengesahan laporan keuangan.
- d. Pertanggungjawaban Pengurus dalam pelaksanaan tugasnya.
- e. Pembagian Sisa Hasil Usaha.

³⁴ *Company Profile* KJKS BMT Al-Hikmah.

f. Penggabungan, peleburan, pembagian, dan pembubaran KSPPS.

g. Perubahan Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga.

Untuk melindungi kepentingan KSPPS, anggota, dan pihak ketiga, maka terhadap kelalaian pelaksanaan Rapat Anggota yang dilakukan pengurus dapat dikenakan tindakan berupa teguran dan peringatan tertulis dari anggota.

2. Pengurus

a. Memimpin organisasi dan usaha KSPPS

b. Menyelenggarakan RAT tepat waktu

c. Terlaksananya hasil keputusan yang diamanatkan oleh RAT

d. Tercukupinya rasio modal

e. Menyusun / merumuskan kebijakan umum, mengajukan Rencana Kerja (RK) dan Rencana Anggaran Pendapatan dan Belanja (RAPB) KSPPS untuk mendapat persetujuan Rapat Anggota

f. Menyelenggarakan rapat pengurus untuk evaluasi bulanan perkembangan kinerja lembaga dan menentukan serta membuat kebijakan strategi yang terkait dengan lembaga.

g. Menerima laporan keuangan yang dapat dipertanggungjawabkan pelaksanaan tugas yang dijalankan pengelola setiap bulan

h. Pengurus KSPPS dipilih dari dan oleh anggota dalam rapat anggota untuk masa jabatan 5 tahun dan dapat dipilih kembali

- i. Menandatangani dokumen dan surat yang berhubungan dengan lembaga
 - j. Melakukan segala perbuatan hukum untuk dan atas nama KSPPS
 - k. Mewaliki KSPPS dihadapan dan diluar pengadilan
 - l. Memelihara kerukunan diantara anggota dan mencegah segala hal yang menyebabkan perselisihan
3. Dewan Pengawas Syariah

Identitas Jabatan

Posisi dalam organisasi sejajar dengan pengurus dan pengawas. Sedangkan fungsi utama jabatannya yaitu melakukan pengawasan terhadap keseluruhan aspek organisasi dan usaha KSPPS sehingga benar-benar sesuai syariah.

Dewan Pengawas Syariah (DPS) adalah badan yang dibentuk oleh Badan Pengurus berdasarkan rekomendasi Majelis Ulama Indonesia setempat. Badan ini melakukan fungsi pengawasan kesyariahan dan oleh karena itu badan ini bekerja sesuai dengan cara-cara yang dituntunkan oleh Majelis Ulama Indonesia, dalam hal ini Dewan Syariah Nasional.

Dewan Pengawas Syariah (DPS) harus terdiri dari para alim-ulama di bidang syariah muamalah yang juga memiliki pengetahuan umum di bidang “baitut tamwil” (keuangan bank dan atau koperasi). Persyaratan lebih lanjut mempertimbangkan ketentuan Dewan Syariah Nasional (DSN). Dalam pelaksanaan

tugas sehari-hari, DPS wajib mengikuti fatwa DSN yang merupakan otoritas tertinggi dalam mengeluarkan fatwa mengenai kesesuaian produk/jasa KSPPS dengan ketentuan dan prinsip syariah. Tugas-tugas Pokok:

- a. Memastikan produk/jasa Koperasi sesuai dengan syariah
- b. Memastikan tata laksana manajemen dan pelayanan sesuai dengan syariah
- c. Terselenggaranya pendidikan anggota yang dapat mencerahkan dan membangun kesadaran bersama sehingga anggota siap dan konsisten bermuamalah secara islami melalui wadah KSPPS.
- d. Membantu terlaksananya pendidikan anggota yang dapat meningkatkan kualitas aqidah, akhlaq, ibadah dan muamalah anggota.

4. Pengawas

Pengawas mempunyai fungsi untuk mengawasi jalannya kegiatan usaha KSPPS agar tetap berjalan sesuai dengan ketentuan, arah, dan kebijakan yang telah ditetapkan Rapat Anggota. Tugas Pengawas:

- a. Memberikan penilaian terhadap keputusan-keputusan kegiatan KSPPS.
- b. Mengawasi dan menjaga agar pelaksanaan operasional KSPPS sesuai dengan ketentuan, arah, dan kebijakan yang telah ditetapkan Rapat Anggota

- c. Memberi saran atau pendapat kepada pengurus dan pengelola untuk kemajuan KSPPS
 - d. Melakukan pemeriksaan / audit
 - e. Mebuat hasil laporan pengawasan kepada rapat anggota
 - f. Pengawas dipilih dari dan oleh anggota di dalam suatu rapat Anggota.
 - g. Jumlah Pengawas minimal 3 (tiga) orang dan susunannya terdiri dari seorang ketua dan anggota-anggota.
 - h. Jumlah dan susunan Pengawas dapat berubah sesuai dengan dengan perkembangan KSPPS, tetapi harus gasal dan minimal 3 (tiga) orang.
 - i. Masa bakti Pengawas sama dengan masa bakti Pengurus.
 - j. Minimal salah satu dari anggota pengawas harus memahami prinsip muamalah syar'iyah.
5. Audit Internal
- a. Bertanggung jawab memberikan jasa kepada manajemen, berupa informasi dan advis sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan manajemen serta memikirkan cara-cara alternatif yang baik bagi KSPPS.
 - b. Hasil penilaian mengenai kelayakan dan kecukupan pengendalian dibidang keuangan, bidang pembiayaan dan kegiatan KSPPS lainnya serta peningkatan efektifitas pengendalian dengan biaya yang layak

- c. Hasil pemeriksaan untuk memastikan bahwa semua kebijakan, rencana dan prosedur KSPPS telah benar-benar ditaati
 - d. Hasil pemeriksaan untuk memastikan bahwa semua harta milik KSPPS telah dipertanggung jawabkan dan dijaga dari semua kerugian.
 - e. Hasil pemeriksaan untuk memastikan bahwa data informasi yang disajikan kepada manajemen KSPPS dapat dipercaya
 - f. Hasil penilaian mengenai kualitas pelaksanaan tugas tiap unit kerja dalam melaksanakan tanggung jawabnya.
 - g. Memberikan rekomendasi mengenai perbaikan-perbaikan di bidang operasional, pembiayaan dan bidang lainnya.
 - h. Membuat laporan berkaitan dengan hasil audit
6. Manager SDI/ HRD
- a. Bertanggungjawab mengelola dan mengembangkan sumber daya insani KSPPS termasuk perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan sdi dan pengembangannya.
 - b. Membuat system sumber daya yang efektif dan efisien misalnya dengan membuat SOP, *job description*, *training* dan *development system*
 - c. Bertanggungjawab penuh dalam proses *recruitment* karyawan mulai dari mencari calon karyawan, wawancara hingga seleksi
 - d. Melakukan seleksi, promosi, *transferring* dan demosi pada karyawan yang dianggap perlu

- e. Melakukan kegiatan pembinaan, pelatihan dan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pengembangan kemampuan, potensi, mental, ketrampilan dan pengetahuan karyawan yang sesuai dengan standar lembaga
 - f. Bertanggungjawab terhadap absensi karyawan, perhitungan gaji, bonus dan tunjangan
 - g. Membuat kontrak kerja karyawan serta memperbaharui masa berlaku kontrak kerja
 - h. Melakukan tindakan disipliner pada karyawan yang melanggar kebijakan perusahaan
7. Manajer Keuangan Dan Umum
- a. Manajer keuangan bekerja sama dengan manajer yang lain bertugas merencanakan dan meramalkan perencanaan umum keuangan KSPPS
 - b. Mengambil keputusan penting investasi dan berbagai pembiayaan serta semua hal yang terkait dengan keputusan tersebut
 - c. Melaporkan laporan keuangan bulanan pada pertemuan tingkat manajemen pusat
 - d. Membuat analisis laporan keuangan
 - e. Memberikan masukan yang berkaitan dengan kebijakan akuntansi dan keuangan

- f. Merencanakan, mengatur dan mengontrol perencanaan laporan keuangan dan laporan pembiayaan
 - g. Merencanakan, mengatur dan mengontrol arus kas perusahaan
 - h. Merencanakan, mengatur dan mengontrol anggaran perusahaan
 - i. Merencanakan, mengatur dan mengontrol pengembangan system dan prosedur keuangan
 - j. Merencanakan, mengatur dan mengontrol analisis keuangan
 - k. Merencanakan, mengatur dan mengontrol untuk memaksimalkan nilai perusahaan
8. Manajer Pemasaran
- a. Menyusun draft rencana pemasaran berupa tarjet *funding*, *lending* dan konfirmasi per cabang
 - b. Rencana pengembangan produk, promosi dan distribusi berdasarkan pemetaan segmen dan potensi pasar
 - c. Memimpin rapat koordinasi bulanan dengan marketing cabang
 - d. Mengembangkan data base pelanggan jasa keuangan untuk menyusun profil dan pengembangan pemasaran
 - e. Mengembangkan strategi pemasaran

- f. Melaksanakan survey
 - g. Sebagai coordinator dalam penagihan pembiayaan bermasalah
9. Kepala Operasional Cabang
- a. Menjabarkan kebijaksanaan umum KSPPS yang telah dibuat Pengurus dan disetujui rapat anggota.
 - b. Menyusun dan menghasilkan rancangan anggaran KSPPS dan rencana jangka pendek, rencana jangka panjang, serta proyeksi (finansial maupun non finansial) kepada pengurus yang selanjutnya akan dibawa pada rapat anggota.
 - c. Menyetujui pembiayaan yang jumlahnya tidak melampaui batas wewenang manajemen
 - d. Mengusulkan penambahan, pengangkatan dan mempromosikan serta pemberhentian karyawan pada kantor cabang.
 - e. Mengelola dan mengawasi pengeluaran dan pemasukan biaya-biaya harian dan Tercapainya target yang telah ditetapkan secara keseluruhan
 - f. Mengamankan harta kekayaan KSPPS agar terlindungi dari bahaya kebakaran, pencurian, perampokan dan kerusakan, serta seluruh asset KSPPS
 - g. Terselenggaranya penilaian prestasi kerja karyawan dan membuat laporan secara periodik

- h. Menandatangani dan menyetujui permohonan pembiayaan dengan batas wewenang yang ada pada kantor wilayah masing-masing
- i. Meningkatkan pendapatan dan menekan biaya serta mengawasi operasional kantor wilayah masing-masing.

10. Administrasi Pembukuan

- a. Pembuatan laporan keuangan
- b. Pengarsipan laporan keuangan dan berkas-berkas yang berkaitan secara langsung dengan keuangan
- c. Menyiapkan data-data untuk keperluan analisis keuangan lembaga
- d. Pengarsipan bukti slip - slip transaksi
- e. Pengeluaran dan penyimpanan uang dari dan ke brankas
- f. Penghitungan bagi hasil dan pembukuannya

11. Kabag *Marketing* Cabang

- a. Merencanakan, mengarahkan serta mengevaluasi target *lending* dan *funding* serta memastikan strategi yang digunakan sudah tepat dalam upaya mencapai sasaran termasuk dalam menyelesaikan pembiayaan bermasalah.
- b. Tercapainya target *marketing* baik *funding* maupun *lending*
- c. Terselenggaranya rapat *marketing* dan terselesaikan permasalahan ditingkat *marketing* cabang
- d. Menilai dan mengevaluasi kinerja bagian *marketing*

12. Customer Service (Cs)

- a. Pelayanan terhadap pembukaan dan penutupan rekening simpanan harian dan Simpanan Berjangka serta mutasinya
- b. Pengarsipan simpanan dan Simpanan Berjangka
- c. Memberikan pelayanan prima kepada mitra sehubungan dengan produk *funding* (penghimpunan dana) yang dimiliki oleh KSPPS, dan *lending* (pembiayaan)
- d. Memberikan informasi hak dan kewajiban anggota secukupnya dan informasi lain yang diperlukan dan mengarahkan anggota/calon anggota pada pilihan produk yang sesuai dengan kebutuhannya

13. Teller

- a. Bertanggungjawab atas pelayanan anggota dalam hal transaksi uang tunai seperti penyetoran dan penarikan simpanan, angsuran pembiayaan dll.
- b. Menerima, menyimpan uang serta melakukan administrasi kas
- c. Mengatur dan menyimpan pengeluaran uang tunai yang telah disetujui oleh Kepala Cabang
- d. Bertanggungjawab atas kecocokan saldo akhir laporan kas dengan tunai yang memberikan saldo

kas kepada manajer melalui Kabag Keuangan menurut ketentuan yang telah ditetapkan

- e. Membuat:
 - Laporan Harian Kas
 - Daftar Mutasi Vault
 - Register O
 - Kertas Kerja Rekap
 - Slip Pencairan Debet/Kredit
 - Slip Memorial
- f. Memberikan pelayanan dan informasi kepada anggota.
- g. Mengadministrasikan pembukaan rekening simpanan dan validasi
- h. Bertanggungjawab terhadap slip-slip (setoran, pengambilan, dll)
- i. Bertanggungjawab terhadap pengisian buku simpanan dan pembiayaan
- j. Melakukan pendataan semua anggota pada buku anggota
- k. Bertanggungjawab terhadap selisih kas

14. Administrasi Pembiayaan

- a. Melayani pengajuan pembiayaan, melakukan pengecekan kelengkapan administrasi serta mengadministrasikan berkas pembiayaan
- b. Memastikan seluruh pengajuan pembiayaan telah diproses sesuai dengan proses yang sebenarnya
- c. Memastikan analisis pembiayaan telah dilakukan dengan tepat dan lengkap sesuai dengan kebutuhan dan mempresentasikan dalam rapat komite
- d. Membantu terselesaikannya pembiayaan bermasalah
- e. Melihat peluang dan potensi pasar yang ada dalam upaya pengembangan pasar
- f. Melakukan monitoring atas ketepatan alokasi dana serta ketepatan angsuran pembiayaan mitra

15. Marketing

- a. Menerapkan strategi dan pola-pola tertentu dalam rangka *funding* dan *lending*
- b. Memastikan target *funding* dan *lending* tercapai sesuai dengan rencana
- c. Membuka hubungan dengan pihak/lembaga luar dalam rangka *funding*
- d. Tersosialisasinya produk-produk *funding* dan *lending* di KSPPS

16. Office Boy

- a. Membuka pintu pagar dan semua pintu dan jendela pada setiap pagi hari dan menutupnya kembali pada sore harinya
- b. Membersihkan halaman depan, teras dan semua ruang kantor
- c. Menyalakan dan memadamkan lampu di luar kantor pada setiap pagi dan sore hari
- d. Membuang sampah yang ada pada tempat sampah. Membersihkan toilet dan kamar mandi, membersihkan bak mandi dan mengisinya, membersihkan dinding kamar mandi, dan menjaga kamar mandi selalu dalam keadaan bersih
- e. Membersihkan dan merapikan meja kursi dan perlengkapan lainnya. Menyediakan minuman untuk karyawan dan tamu
- f. Mencuci piring, gelas dan perlengkapan lainnya
- g. Memperbaiki kunci kunci pintu dan jendela apabila rusak
- h. Memasang/menaikkan Bendera Merah Putih pada setiap pagi hari (jam 06.00) dan menurunkan pada sore harinya (jam 18.00)

- i. Menyampaikan informasi, usul dan saran yang berkaitan dengan tugasnya kepada atasan
- j. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan, baik lisan maupun tertulis

17. Security Night

- a. Menjaga kantor pada malam hari
- b. Melakukan pengontrolan lingkungan sekitar kantor untuk memastikan kondisi keamanan kantor
- c. Menyalakan dan mematikan lampu – lampu kantor setelah jaga malam
- d. Mengecek kunci – kunci pintu dan pagar
- e. Membuat laporan tentang kejadian – kejadian penting selama masa penjagaan.

H. Produk-Produk BMT Al-Hikmah Ungaran

Sistem yang digunakan oleh BMT Al-Hikmah Ungaran baik dalam produk simpanan atau pembiayaan adalah dengan sistem syari'ah (bagi hasil). Produk-produk BMT Al-Hikmah Ungaran terbagi atas produk simpanan dan produk pembiayaan kepada para anggota.

1. Produk Simpanan³⁵

Produk simpanan yang dirancang khusus atas dasar syari'ah (dengan sistem bagi hasil), terdiri dari beberapa jenis simpanan.

a. Simpanan Sukarela Lancar (SIRELA)

Simpanan Sukarela Lancar merupakan simpanan anggota masyarakat yang didasarkan akad *wadi'ah yad dhamanah* dan *mudharabah*. Atas seijin penitip dana yang disimpan pada rekening SIRELA dapat dimanfaatkan oleh BMT Al-Hikmah. Penarikan maupun penyetoran dari produk ini dapat dilakukan oleh pemegang rekening setiap saat.

Fitur :

- Diperuntukkan bagi anggota perorangan.
- Syarat pembukaan simpanan yang sangat ringan.
- Bebas biaya administrasi bulanan.
- Berdasarkan prinsip syari'ah dengan akad *wadi'ah yadlomanah*
- Memperoleh bagi hasil simpanan yang akan ditambahkan secara otomatis setiap bulan.
- Pembukaan rekening minimum Rp 10.000,-
- Setoran selanjutnya minimum Rp 10.000,-
- Saldo minimum yang harus dipelihara Rp. 10.000,-

³⁵ Brosur Layanan Simpanan BMT Al-Hikmah Ungaran

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

Syarat :

- 1) Mengisi aplikasi pendaftaran anggota BMT
- 2) Mengisi aplikasi pembukaan rekening SIRELA
- 3) Menyerahkan Foto copy KTP/SIM yang masih berlaku
- 4) Bagi anggota baru wajib membayar simpanan pokok sebesar Rp 25.000,- dan simpanan wajib Rp 10.000,-

b. Simpanan Pelajar (SIMPEL)

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

Fitur :

- Diperuntukkan bagi pelajar / mahasiswa
- Syarat pembukaan simpanan yang sangat ringan
- Bebas biaya administrasi bulanan
- Berdasarkan prinsip syari'ah dengan akad *wadi'ah yadlomanah* (titipan)
- Memperoleh bagi hasil simpanan yang akan ditambahkan secara otomatis setiap bulan
- Pembukaan rekening minimum Rp. 10.000,-
- Setoran selanjutnya minimum Rp. 10.000,-

- Saldo minimum yang harus dipelihara Rp. 10.000,-
- Penyetoran dan penarikan simpanan dapat dilakukan sewaktu-waktu pada jam kerja

Syarat :

- 1) Mengisi aplikasi pendaftaran anggota BMT
- 2) Mengisi aplikasi pembukaan rekening SIMPEL
- 3) Menyerahkan Foto copy Kartu Pelajar / Kartu Mahasiswa
- 4) Bagi anggota baru wajib membayar simpanan pokok sebesar Rp 25.000,- dan simpanan wajib Rp 10.000,-

c. **Simpanan Sukarela Qurban (SISUQR)**

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

Fitur :

- Diperuntukkan bagi anggota perorangan atau lembaga
- Syarat pembukaan simpanan yang sangat ringan
- Bebas biaya administrasi bulanan
- Berdasarkan prinsip syari'ah 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 Qur'ban atau Aqiqah

Syarat :

- 1) Mengisi aplikasi pendaftaran anggota BMT
- 2) Mengisi aplikasi pembukaan rekening SISUQR
- 3) Menyerahkan foto copy Kartu Identitas KTP/SIM yang berlaku.
- 4) Bagi anggota baru wajib membayar simpanan pokok sebesar Rp 25.000,- dan simpanan wajib Rp 10.000,-

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

Simpanan Ibadah Haji/umroh merupakan inovasi baru BMT Al-Hikmah yang dikhususkan bagi Anda masyarakat muslim yang berencana menunaikan Ibadah Haji/Umroh.

Fitur :

- Diperuntukan bagi anggota perorangan usia 10 tahun keatas.
- Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah*.
- Bekerjasama dengan Bank Syari'ah Mandiri dalam Online dengan SISKOHAT Kementrian Agama.
- Tersedia fasilitas dana talangan Haji/Umroh hingga senilai Rp. 25 Juta dari BMT Al-Hikmah

- Bebas administrasi bulanan.
- Pembukaan awal rekening minimum Rp. 500.000,-
- Setoran berikutnya minimum Rp. 50.000,-
- Memperoleh bagi hasil simpanan yang akan diakumulasikan sebagai tambahan pembayaran ibadah haji/umroh
- Penarikan simpanan dapat dilakukan setelah jangka waktu yang telah disepakati atau anggota sudah siap untuk melaksanakan Ibadah Haji/Umroh.

e. Simpanan Sukarela Berjangka (SISUKA)

Simpanan Sukarela Berjangka merupakan simpanan berjangka dengan prinsip syari'ah yang memberikan hasil investasi yang optimal bagi anggota BMT Al-Hikmah.

Fitur :

- Diperuntukkan bagi anggota perorangan/lembaga
- Berdasarkan prinsip syari'ah dengan akad *mudharabah muthlaqah* (bagi hasil)
- Pilihan jangka waktu fleksibel 6 bulan Nisbah BMT 60% dan Nisbah Anggota 40%, 12 bulan Nisbah BMT 50% dan Nisbah Anggota 50% dan 24 bulan Nisbah BMT 45% dan Nisbah Anggota 55%
- Tidak dikenakan biaya administrasi
- Bagi hasil yang optimal dengan nisbah yang kompetitif
- Bagi hasil langsung menambah saldo Simpanan Harian

- Jangka waktu dapat diperpanjang otomatis (*automatic roll over*)
- Setoran minimal Rp. 500.000,-
- Dapat souvenir menarik untuk simpanan dengan jangka waktu 12 dan 24 bulan.
- Dapat dijadikan pembiayaan di BMT Al-Hikmah.

Syarat :

- 1) Mengisi aplikasi pendaftaran anggota BMT
- 2) Mengisi aplikasi pembukaan rekening SISUKA
- 3) Menyerahkan Foto copy KTP/SIM yang masih berlaku
- 4) Bagi anggota baru wajib membayar simpanan pokok sebesar Rp 25.000,- dan simpanan wajib Rp 10.000,-

f. Simpanan Wajib Berhadiah (SIWADIAH)

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

Syarat :

- 1) Menyetor simpanan si wadhiah sebesar Rp 200.000/bulan.
- 2) Setiap anggota diperbolehkan untuk mendaftar lebih dari satu kesempatan
- 3) Jangka waktu penyetoran simpanan selama 24 bulan
- 4) Pengundian hadiah dilaksanakan dalam 3 tahap pada periode 08, 16, dan 24.

- 5) Setiap anggota dipastikan mendapat hadiah sesuai dengan undian
- 6) Setiap anggota berhak mendapatkan *fee*/ujrah/bonus pada akhir periode simpanan.

2. Produk Penyaluran Dana (*Lending*)³⁶

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

- a. Pembiayaan Multi Barang dengan Prinsip Jual Beli *Murabahah*
- b. Pembiayaan Multi Jasa dengan Prinsip Ijarah
- c. Pembiayaan Mitra Usaha dengan Prinsip *Mudharabah/Musyarakah*

Dana simpanan dari masyarakat yang ada di BMT Al-Hikmah dikelola secara produktif dan profesional dalam bentuk pembiayaan untuk pengembangan ekonomi umat. Berbagai produk pembiayaan diperuntukkan bagi mitra yang membutuhkan modal kerja usaha, pengadaan barang, dan sewa barang atau jasa. Jenis-jenis akad pembiayaan adalah sebagai berikut :

³⁶ Brosur Layanan Simpanan BMT Al-Hikmah Ungaran

a. Pembiayaan Multi Barang dengan Prinsip Jual Beli *Murabahah*

Akad *Murabahah* adalah akad jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan dengan jelas barang yang diperjual-belikan, termasuk harga pembelian barang kepada pembeli, kemudian ia mensyaratkan atasnya laba / keuntungan dalam jumlah tertentu. Fasilitas pembiayaan diperuntukkan bagi Anggota yang menginginkan memiliki barang atau peralatan usaha guna mendukung kegiatan usaha anggota.

BMT Al-Hikmah siap membantu mewujudkan keinginan anda untuk memiliki barang impian tersebut dengan proses mudah, cepat dan harga terjangkau. Keunggulan pembiayaan pemilikan sepeda motor di BMT Al Hikmah

1. Melayani semua jenis sepeda motor pabrikan jepang (HONDA, YAMAHA, SUZUKI, KAWASAKI)
2. Persyaratan mudah dengan proses cepat
3. Uang muka minimal 40% dari harga kendaraan yang diinginkan
4. Bagi hasil kompetitif sesuai dengan kesepakatan
5. Bagi hasil diperhitungkan dari harga pokok dikurangi dengan uang muka yang disetorkan
6. Total angsuran lebih ringan dibandingkan dengan *Dealer / Leasing*

7. Jangka waktu maksimal sampai dengan 3 tahun
8. Apabila menyelesaikan pembiayaan sebelum jangka waktu akan memperoleh potongan dan tidak akan dikenakan *penalty*
9. Fasilitas Asuransi TLO (*Total Lost Only*) catatan : apabila kendaraan mengalami kerusakan 70% akibat kecelakaan atau hilang, maka anggota akan mendapatkan asuransi.

b. Pembiayaan Multi Jasa dengan Prinsip Jasa *Ijarah*

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

Syarat :

1. Bersedia menjadi anggota BMT Al Hikmah
2. Memiliki usaha dan atau penghasilan tetap
3. Mengisi aplikasi pengajuan pembiayaan yang telah disediakan

4. Bersedia di survey apabila pihak BMT memerlukan.
5. Melengkapi administrasi, data yang dibutuhkan sebagai berikut:
 - a. Foto copy KTP Suami Istri
 - b. Foto copy Kartu Keluarga (KK)
 - c. Foto copy Surat Nikah
 - d. Melampirkan jaminan asli dan foto copynya BPKB
 - e. Kendaraan, Sertifikat Tanah atau Surat Kios/Los Pasar

c. Pembiayaan Mitra Usaha Kerjasama *Mudharabah/ Musyarakah*

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

BMT Al Hikmah siap menjadi mitra sebagai pemodal ataupun bermitra sebagai partner dalam mengembangkan usaha anggota tersebut.

Syarat :

1. Bersedia menjadi anggota BMT Al-Hikmah
2. Memiliki usaha produktif dan berprospektif
3. Bersedia di survey dilokasi usaha yang diajukan
4. Mengisi aplikasi pengajuan pembiayaan yang telah disediakan
5. Foto copy KTP Suami Istri

6. Foto copy Kartu Keluarga (KK)
7. Foto copy Surat Nikah
8. Melampirkan jaminan asli dan foto copynya BPKB Kendaraan, Sertifikat Tanah atau Surat Kios/Los Pasar.

d. Produk Jasa “SI GADAI”

Si Gadai cara berkah mengatasi masalah. 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*, elektronik, kendaraan bermotor, laptop, alat-alat rumah tangga. Produk ini memiliki keunggulan sebagai berikut :

- 1) Mudah
Cukup membawa barang yang akan digadai dengan bukti kepemilikan dan identitas diri
- 2) Cepat
Uang cair kurang dari 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

ANALISA DAN PEMBAHASAN

A. Strategi *Marketing* Untuk Meningkatkan Volume Pendapatan di BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan

Strategi *marketing* disini sebenarnya bagian dari strategi bauran pemasaran yang berada pada promosi, dimana promosi merupakan sarana bagi perusahaan untuk menarik dan mempertahankan konsumennya.

Promosi merupakan salah satu komponen yang menjadi prioritas dari kegiatan pemasaran. Dengan adanya promosi maka konsumen akan mengetahui seluruh produk jasa yang dimiliki perusahaan dan diharapkan konsumen terdorong untuk menggunakan jasa yang ditawarkan sehingga akan meningkatkan volume penjualan.³⁷

Kegiatan promosi memudahkan suatu perusahaan untuk memasarkan produknya, mengingat persaingan yang semakin ketat dan kebebasan konsumen dalam memilih produk yang ditawarkan ke pasar, dalam hal ini dibutuhkan suatu promosi yang berfungsi untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya serta mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Kegiatan *marketing*

³⁷ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2012, h. 38.

yang dilakukan oleh BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan adalah sebagai berikut:

1. Memperluas jaringan kerjasama



Kerjasama ini dimungkinkan sebagai upaya strategi untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pemasaran lembaga di masa yang akan datang yakni bekerjasama dengan orang-orang yang memiliki kelebihan dana untuk menabung, instansi pemerintah maupun swasta yang bergerak dalam bidang ekonomi dan bisnis, dan semua pihak yang memiliki komitmen sama dalam pemberdayaan ekonomi.³⁸ Dengan hal memperluas jaringan kerjasama ini BMT Al-Hikmah cabang Bandungan bekerja sama dengan sekolah-sekolah di Bandungan. Selain itu BMT juga memfasilitasi buku tabungan untuk sejumlah siswa tersebut dan memberikan *Banner* PPDB. Bendahara sekolah juga mendapatkan bagi hasil yang lumayan banyak dengan itu

³⁸ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran...*h. 59.

dapat digunakan sebagai tambahan untuk THR guru-guru setiap tahunnya.³⁹

2. Membangun jaringan pemasaran silaturahmi

Sebenarnya, bisnis merupakan salah satu sarana dalam membentuk persaudaraan, bisnis membuat orang bergerak sehingga bisa memperluas jaringan komunitas persaudaraan, industri yang sejenis bukanlah pesaing yang harus dibinasakan, melainkan teman ataupun sahabat, mitra yang harus digandeng untuk membangun kekuatan jaringan bersama. Dengan adanya silaturahmi BMT Al-Hikmah cabang Bandungan juga akan bersifat fleksibel yaitu misalnya anggota bertemu di jalan atau bepergian ke suatu tempat, ketika anggota ingin menitipkan tabungan atau angsuran juga tidak masalah, selain itu jika sekalian arah pulang tetapi ada anggota yang ingin menabung walaupun waktu kantor sudah tutup tetapi *marketing* akan tetap mengambil di rumahnya dengan sekalian arah jalan pulang dan juga sebagai ajang bersilaturahmi.⁴⁰

³⁹ Hasil wawancara dengan marketing BMT Al Hikmah Kantor Cabang Bandungan Bapak Mahyudi pada tanggal 24 Juni 2018.

⁴⁰ Hasil wawancara dengan marketing BMT Al Hikmah Kantor Cabang Bandungan Bapak Mahyudi pada tanggal 27 Februari 2018.

3. *Marketing with love*



Semakin besar cinta dia kepada anggota, semakin baik perlakuan dia kepada mereka, maka semakin baik pula perlakuan mereka kepada dia, dan merekapun merasa semakin nyaman, dan apabila merasa semakin nyaman, maka mereka semakin suka bertransaksi dengan dia. Belum lagi, jika relasi atas dasar ‘cinta’ itu diceritakan kepada teman-teman mereka, maka sudah pasti relasi akan terus bertambah dan itu berarti akan menambah anggota, maka keuntungan pendapatan itu semakin bertambah. Faktor ini yang dilakukan oleh setiap *marketing* di BMT Al-Hikmah cabang Bandungan.

4. Jemput Bola atau *Pick Up Service*

Sistem layanan jemput bola atau *pick up service* merupakan alasan utama anggota menabung di BMT Al-Hikmah cabang Bandungan, anggota mengaku banyak mendapatkan

untung dalam menabung, dengan tinggal menunggu di rumah, setoran selalu diambil oleh petugas BMT setiap harinya dan anggota yang jaraknya jauh tinggal menghubungi petugas BMT terlebih dahulu. Bahkan pengambilan juga bisa diantar, dan berapapun jumlah setoran dari anggota melalui layanan jemput bola atau *pick up service* jumlahnya tetap masuk rekening tabungan. Menabung di BMT melalui layanan jemput bola atau *pick up service* bukan tanpa tujuan yaitu pengaplikasian tujuan untuk memudahkan anggota, dan untuk memuaskan rasa aman karena kenal dengan pengelola atau petugas BMT Al-Hikmah cabang Bandungan.

Pelayanan sistem jemput bola atau *pick up service* dalam meningkatkan loyalitas anggota dan pastinya meningkatkan pendapatan pada BMT Al-Hikmah cabang Bandungan merupakan suatu bentuk layanan khusus yang diberikan oleh pihak BMT kepada anggotanya yaitu keaktifan pihak *marketing* BMT dalam melayani anggota dengan cara aktif menjemput anggota/calon anggota, untuk anggota tidak perlu datang ke kantor tidak masalah, melainkan cukup dengan menelepon pihak kantor untuk menjemput dana tunainya atau diambil sesuai dengan kesepakatan sebelumnya, memberikan kemudahan-kemudahan kepada anggota yang memiliki kesibukan tersendiri dimana anggota tidak bisa menyempatkan diri untuk menyetorkan dana tunainya di kantor. Bahwa anggota

tidak perlu repot-repot untuk membawa uangnya dan menanggung risiko menuju ke BMT di tempat keramaian dengan membawa sejumlah uang untuk disetorkan ke rekeningnya, namun bisa dilayani pihak BMT dengan cara langsung mendatangi ke tempat anggota tersebut. Pelayanan ini selain memberi kemudahan anggota dalam bertransaksi juga memberikan dorongan atau motivasi kepada anggota agar gemar menabung sehingga ketika seseorang gemar menabung, maka seseorang akan sangat mudah untuk mengatur kegiatan ekonominya. Islam juga mengajarkan bahwa seorang muslim ketika dalam mengeluarkan uang atau membelanjakan uangnya tidak boleh secara berlebihan yakni sesuai dengan kebutuhan.⁴¹

Manfaat pelaksanaan pelayanan sistem jemput bola atau *pickup service* adalah menjadi lebih banyak yang tertarik. Jadi berdasarkan data di lapangan memang banyak anggota/calon anggota yang siap berkemauan tinggi untuk menabung tapi terkadang terkendala jarak dan waktu maka sistem ini menjadi daya tarik tersendiri dan berbeda dari yang lain. Manfaat untuk anggota/calon anggota sistem jemput bola atau *pick up service* ini memudahkan serta menghemat waktu apabila anggota yang bekerja di pasar/tidak bisa ditinggalkan maka sistem ini akan memudahkan karena sistem ini modelnya *marketing* yang

⁴¹ Hasil wawancara dengan marketing BMT Al Hikmah Kantor Cabang Bandungan Bapak Mahyudi pada tanggal 27 Februari 2018.

mendatangi anggota yang akan menabung/transaksi lainnya tanpa anggota bersusah payah ke kantor BMT Al-Hikmah cabang Bandungan. Singkat kata sistem ini memudahkan anggota untuk berinteraksi.

Sistem Layanan Jemput Bola atau *Pick Up Service* Yang Diterapkan BMT Al-Hikmah cabang Bandungan merupakan suatu sistem yang meliputi banyak hal, antara lain :

- 1) Merupakan sistem yang efektif untuk pemasaran, petugas *marketing* menghampiri satu persatu anggota atau calon anggota secara langsung, maka timbul informasi dari mulut ke mulut. Hal itu merupakan strategi pemasaran yang sangat efektif dan langsung mengena ke masyarakat.
- 2) Merupakan sistem yang memudahkan dengan sistemnya yang jemput bola atau *pick up service* membuat anggota dimanjakan oleh BMT. Bukan hanya setoran yang diambil, penarikan juga bisa diantar kerumah oleh *marketing*.
- 3) Merupakan sistem yang simpel persyaratan pembukaan rekening dan pengajuan fasilitas layanan jemput bola atau *pick up service* dengan persyaratan yang mudah tidak rumit.
- 4) Merupakan sistem tabungan yang tidak memaksa berapapun jumlah setoran tabungan walaupun hanya Rp. 5.000,- akan diterima sebagai setoran untuk menambah saldo rekening.
- 5) Merupakan sistem yang aman dengan adanya fasilitas seperti buku tabungan, slip setoran, slip penarikan maka kesalahan-

kesalahan yang mungkin terjadi dapat diminimalisir. Ditambah lagi slip setoran yang rangkap dua dengan disertai nomor seri. Penyalahgunaan dana akan bisa termonitor.

Pelaksanaan sistem jemput bola atau *pick up service* oleh *marketing* BMT Al-Hikmah cabang Bandungan, terbukti mampu meningkatkan jumlah pendapatan BMT, jika pada tahun 2016 BMT Al-Hikmah cabang Bandungan memiliki total pendapatan 490.296.612,26, maka pada tahun ini tepatnya akhir bulan april sudah memiliki total pendapatan sejumlah 191.854.900. Hal tersebut terlihat dari peningkatan jumlah total pendapatan, bukti dari kesetiaan anggota BMT Al-Hikmah cabang Bandungan, yaitu tetap setia menggunakan produk BMT.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa pelaksanaan pelayanan sistem jemput bola atau *pick up service* dalam meningkatkan pendapatan pada BMT Al-Hikmah cabang Bandungan telah berjalan dengan baik, yaitu terbukti mampu meningkatkan jumlah pendapatan BMT serta meningkatkan rasa loyal anggota terhadap BMT terbukti dengan naiknya jumlah simpanan dan pembiayaan pada BMT Al-Hikmah cabang Bandungan.

Selain itu keuntungan jemput bola atau *pick up service* sendiri yaitu antara lain, langsung bertatap muka dengan

anggota atau calon anggota, sehingga dapat langsung menjelaskan tentang produk BMT secara rinci dan memungkinkan hubungan terjalin akrab antara BMT dengan anggotanya.

Kelemahan strategi *marketing* jemput bola atau *pick up service* dengan cara ini akan banyak mengeluarkan energi karena kemungkinan untuk berhasilnya rendah. Karena keberhasilan tergantung kepada calon anggota merasa butuh atau tidak. Jika anggota merasakan bahwa produk kita sangat mereka harapkan, maka tingkat penjualan kita akan baik.

Jumlah Pendapatan BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan

	Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2018
Bagi Hasil MBA	6.202.500	7.236.150	1.375.000
Bagi Hasil Al-Ijaroh	50.988.600	57.014.500	21.162.500
Bagi Hasil MBA Angsuran	317.321.100	375.976.900	131.099.400
Bagi Hasil MBA Paras	65.691.200	62.279.000	22.704.000
Administrasi	50.093.212,26	49.822.927,46	15.514.000

Total	490.296.612,26	552.329.477,46	191.854.900
Pendapatan			

Sumber : Data Sekunder Tahun 2016-2018(Jan-April)

Strategi *marketing* yang dijalankan BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan dapat dikatakan efektif. Hal ini dapat dilihat dari tabel diatas peningkatan jumlah pendapatan yang dimiliki BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan dari tahun ketahun semakin meningkat sekitar 15% per tahunnya.

B. Kendala yang dihadapi oleh BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan dalam Menjalankan Strategi *Marketing*

Dari strategi *marketing* yang dilakukan BMT Al-Hikmah cabang Bandungan memiliki kekurangan hal tersebut dapat menghambat proses promosi itu sendiri. Kendala-kendala yang dihadapi, yaitu sebagai berikut:

1. Kendala terbesar yang jelas banyaknya lembaga-lembaga sejenis.⁴²
2. Kendala yang dihadapi ketika menawarkan promosi produk yaitu masyarakat pada umumnya hanya tertarik pada hadiah yang diberikan dari pada menyimpan dana untuk waktu yang lama. Sehingga sedikit sulit untuk mendapatkan anggota yang loyal. Promosi hanya bersifat jangka pendek sehingga saat

⁴² Hasil wawancara dengan marketing BMT Al Hikmah Kantor Cabang Bandungan Bapak Mahyudi pada tanggal 24 Juni 2018.

promosi berlangsung penjualan meningkat sedangkan setelah promosi berakhir penjualan kembali turun seperti biasanya. Hanya dilakukan pada anggota lama sehingga sulit mendapatkan anggota baru yang bersifat jangka panjang.

3. Jangkauan wilayah promosi BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan yang luas sedangkan *marketing* yang sedikit, sehingga banyak daerah yang tidak terjangkau oleh *marketing* dalam melakukan pemasaran produk.
4. Cuaca juga merupakan kendala yang dihadapi oleh *marketing* ketika dilapangan, karena mayoritas anggota BMT bertempat tinggal di desa dan jika musim hujan jalan licin dan terjal mengingat Bandungan merupakan wilayah dataran tinggi.
5. Saat menawarkan program sosial kepada anggota dan calon anggota. Masyarakat mengatakan minimnya acara seminar, juga kegiatan sosial selain donor darah. Sehingga pengaruhnya terhadap peningkatan volume penjualan produk hanya pada saat kegiatan tersebut berlangsung.
6. Kurangnya pengetahuan dari pihak *marketing* itu sendiri mengenai produk dan kegiatan yang ada di BMT Al-Hikmah cabang Bandungan sehingga masyarakat tidak yakin dengan apa yang telah disampaikan pihak *marketing*.

Upaya-upaya untuk meminimalisir dari adanya kendala-kendala yang dihadapi dalam melakukan strategi *marketing* oleh BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan, yaitu sebagai berikut :

1. Berkaca dengan pesaing untuk dapat meningkatkan pendapatan dengan memberikan apa yang mereka tidak berikan kepada anggotanya.
2. Adanya promosi yang lebih untuk menjaring anggota yang loyal, misalnya dengan memberikan sesuatu yang spesial untuk calon anggota maupun anggota yang sudah lama supaya bertahan dan tidak pindah ke BMT yang lain, selain itu memberikan edukasi mengenai manfaat menabung juga tidak kalah penting.
3. Mengenai promosi yang lebih luas dan untuk menjangkaunya maka BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan diperlukan penambahan karyawan baru khususnya *marketing* supaya dapat menjangkau ke wilayah promosi yang lebih luas.
4. Cuaca merupakan kejadian yang tidak dapat diprediksi akan tetapi khususnya di daerah Bandungan sendiri yang notabnya daerah dataran tinggi cuaca menjadi salah satu kendala dalam melakukan strategi *marketing* ketika di lapangan. Kejadian seperti ini dapat dipecahkan misalnya dengan pihak BMT memberikan jas hujan gratis untuk setiap karyawannya supaya tetap menjalankan kegiatan *marketing*nya walaupun cuaca tidak mendukung, dan hal tersebut sudah diterapkan di BMT Al-Hikmah dimana setiap karyawan difasilitasi dengan diberikannya satu pasang jas hujan yang pastinya tebal.

5. Kegiatan sosial untuk sosialisasi maupun seminar sangat diperlukan, dengan minimnya kegiatan tersebut diharapkan BMT Al-Hikmah menambah kegiatan sosialnya selain donor darah juga bisa dengan pengajian bersama maupun kegiatan sosial lainnya supaya lebih dekat dengan masyarakat.
6. Mengingat kurangnya akan pengetahuan yang dimiliki oleh setiap *marketing* maka yang harus dilakukan oleh kepala operasional cabang yaitu paling tidak memberikan arahan lebih atau pemahaman kembali mengenai produk yang ada di BMT Al-Hikmah setiap harinya sebelum *marketing* terjun ke lapangan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah dilakukan tentang “Strategi *Marketing* Untuk Meningkatkan Volume Pendapatan di BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan”, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi *Marketing* yang dilakukan oleh BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan yaitu : *Marketing* dalam langkah pertama sebelum memasarkan produk tidak lupa untuk terlebih dahulu merencanakan tujuan dan sasaran yang akan mereka lakukan. Menentukan produk apa yang akan mereka tawarkan kepada masyarakat dengan memperluas kerjasama dan membangun jaringan pemasaran silaturahmi, maupun *marketing with love* untuk menarik loyalitas anggota/calon anggota serta melakukan strategi jemput bola atau *pick up service*.
2. Kendala yang dihadapi oleh BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan dalam menjalankan strateginya sebagai berikut :
 - a) Banyak lembaga sejenis.
 - b) Jangkauan wilayah yang luas namun jumlah SDM yang tidak memadai.
 - c) Sulit mendapatkan anggota baru yang bersifat jangka panjang.

- d) Cuaca yang tidak menentu.
- e) Kurangnya kegiatan sosial yang dilakukan pihak BMT.
- f) Kurangnya kemampuan marketing terhadap produk yang akan ditawarkan kepada masyarakat.

Upaya untuk meminimalisir kendala yang dihadapi BMT Al-Hikmah Cabang bandungan dalam menjalankan strateginya sebagai berikut :

- a) Berkaca kepada pesaing.
- b) Diperlukan promosi yang lebih untuk menjaring anggota yang loyal.
- c) Penambahan karyawan baru khususnya marketing supaya dapat menjangkau ke wilayah promosi yang lebih luas.
- d) Pihak BMT memberikan jas hujan gratis untuk setiap karyawannya.
- e) Menambah kegiatan sosialnya selain donor darah juga bisa dengan pengajian bersama maupun kegiatan sosial lainnya.
- f) Kepala operasional cabang paling tidak memberikan arahan lebih atau pemahaman kembali mengenai produk yang ada di BMT Al-Hikmah setiap harinya sebelum *marketing* terjun ke lapangan.

B. Saran

- a. Kepada pihak BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan diharapkan dapat mengembangkan strategi pemasarannya,

bukan hanya yang sudah dibahas dalam pembahasan saja, namun harus diperluas lagi. Contohnya seperti menawarkan promosi-promosi, inovasi produk yang ditawarkan, dan lain sebagainya.

- b. Selain itu pihak BMT juga perlu memperhatikan pesaing, karena pesaing merupakan pandangan kita untuk menjadi lebih baik dari mereka. Dengan memperhatikan pesaing, BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan akan mengetahui apa yang tidak mereka berikan kepada anggota, sehingga BMT Al-Hikmah Cabang Bandungan bisa memberikan sesuatu yang lebih dari apa yang telah diberikan oleh pesaing kepada anggota.

C. Penutup

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas berkat, rahmat, dan karunianya penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini. Penulis berharap semoga karya tulis ini bermanfaat untuk pembaca maupun pihak yang bersangkutan.

Namun juga penulis sadar akan kekurangan-kekurangan yang ada pada karya tulis ini masih jauh dari kesempurnaan. Dengan demikian saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan yang akan datang.

Dan akhirnya penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang banyak membantu dan memotivasi penulis selama proses penulisan ini. Semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi pembacanya.

DAFTAR PUSTAKA

Anugrah Anggraini, “*Evaluasi Pelayanan Sistem Jemput Bola Dalam Meningkatkan Loyalitas Anggota Pada BMT Amanah Kudus*”,
<http://eprints.stainkudus.ac.id/568/>

Assauri, Sofjan, *Strategic Management-Ed.2*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.

Assauri, Sofjan, *Strategic Marketing*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.

Company Profile KJKS BMT Al-Hikmah

Dhawy Scientist, Tujuan dan Fungsi Siklus Pendapatan,
<https://dhawyscientist.wordpress.com>, diakses tanggal 23 April 2018.

Ervina Lilis Saadah, “*Sistem Layanan Jemput Bola dalam Meningkatkan Motivasi Menabung Nasabah Pada BMT Muda (Mandiri Ukhuwah Persada) Kedinding Lor Surabaya*”,
<http://digilib.uinsby.ac.id/9550/>

Gaspersz, Vincent , *All-in-one Marketing Excellence*, Jakarta: PT Niaga Swadaya, 2012.

Hasan, Ali, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.

Hermanto, Bambang, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: MM Teknologi ITB, 1993.

- Hermawan, Agus, *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2012.
- Ilmi SM, Makhallul, *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2002.
- J.R Raco, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Grasindo, 2010.
- Lexy J.M, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung: Rosda, 2004.
- Limakrisna, Nandan dan Wilhelmus Hary Susilo, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012.
- Macconnel, Campbell R, and Stanley R. Brue, *Economics Principles, Problems, and Policies*, New York: McGraw-Hill Higher Education, 2002.
- Republik Indonesia, “Undang-Undang Perkoperasian 1992”, *dalam UU No 25 Tahun 1992*, Jakarta: Sinar Grafika
- Sarwono, Jonathan, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Sunyoto, Danang, *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Sutanto, Herry dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2013.

Yaitu kesepakatan pendapat para ulama mazhab yang menjadi sumber rujukan ketiga nilai-nilai hukum Islam, setelah Alquran dan Sunnah Rasulullah saw, *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*

Yaya, Rizal, *Akutansi Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba Empat, 2012.

Winardi, *Kamus Ekonomi*, Bandung: CV. Mandar Maju, 1989.

W. J. S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, cet. 6, Jakarta: Balai Pustaka, 1983.

LAMPIRAN

➤ Brosur untuk Simpanan



SIHAJI/UMROH
Simpanan Ibadah Haji/ Umroh

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

UR :

Diperuntukkan bagi anggota perorangan usia 5 tahun keatas berdasarkan prinsip syariah dengan akad Mudharabah. Berjasama dengan Bank Syariah Mandiri dalam wujud dengan SISUQHAT Kementerian Agama. Tersedia fasilitas Dana Talangan Haji/ umroh sampai dengan Rp. 25 juta dari BMT AL HIKMAH bebas biaya administrasi bulanan. Pembukaan rekening awal minimum Rp. 500.000,- secara berkala minimum Rp. 50.000,- memperoleh Bagi Hasil Simpanan yang akan diakumulasikan sebagai tambahan dalam pembayaran biaya Ibadah Haji/ Umroh. Penarikan simpanan dapat dilakukan setelah jangka waktu yang telah disepakati atau anggota sudah siap untuk melaksanakan Ibadah Haji/ Umroh.

SISUKA
Simpanan Suka Rela Berjangka



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

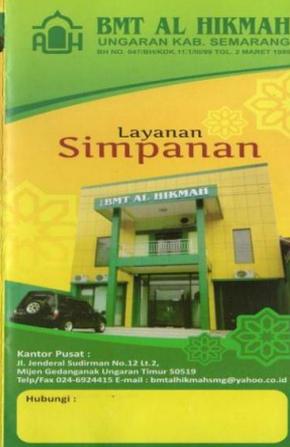
FITUR :

- Diperuntukkan bagi anggota perorangan/ lembaga.
- Berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah mutlakah (bagi hasil)
- Pilihan jangka waktu Rekening 6, 12 dan 24 bulan.
- Tidak dikenakan biaya administrasi.
- Bagi hasil yang optimal dengan nisbah yang kompetitif.
- Bagi hasil langsung menambah saldo Simpanan Harian.
- Jangka waktu dapat diperpanjang otomatis (automatic roll over).
- Setoran Minimal Rp. 500.000,-
- Dapat dijadikan jaminan pembiayaan di BMT AL HIKMAH.

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

Kantor Cabang :

- Majene - Jl. Jenderal Sudirman No.12 Lt.1-3, Majene, Gedanganak Ungaran Timur 50519, Telp/Fax 024-6922443
- Babadan - Komplek Pk. Babadan Blok E 23-25, Ungaran Barat 50519 Telp: 024 - 6922743
- Karangati - Komplek Terminal Pk. Karangati No. 11, Kiri, Began 50552, Telp: 024 - 6256597
- Bawen - Jl. Samban - Jimbaran RT 01/01, Desa Samban Bawen Telp. 0246 - 621414
- Bandung - Jl. Tirtonegara No.07 Bandung Telp. 0206 - 7111101
- Gumungwati I - Jl. Taman Siswa No.13 Sekaran, Gumungwati - Semarang Telp. 024-86458188
- Gumungwati II - Jl. Raya Gumungwati - Rona Dr. Neuhman No.05, Gumungwati Kota Semarang Telp. 024-6932092



BMT AL HIKMAH
UNGRAN KAB. SEMARANG
BN NO. 547/BK/02K/11/2009 TOL. 2 MARET 1999

Layanan Simpanan

Kantor Pusat :
Jl. Jenderal Sudirman No.12 Lt.2, Majene Gedanganak, Ungaran Timur 50519
Telp/Fax 024-6924413 E-mail: bmtalhiikmah@gmail.com

Hubungi :



SIRELA
Simpanan Sukarela Lancar

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

FITUR :

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

SYARAT :

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



SIMPEL
Simpanan Pelajar

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

FITUR :

- Diperuntukkan bagi pelajar / mahasiswa.
- Syarat pembukaan simpanan yang sangat ringan.
- Bebas biaya administrasi bulanan.
- Berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah yadomanah.
- Memperoleh Bagi Hasil Simpanan yang akan ditambahkan secara otomatis setiap bulan.
- Pembukaan rekening minimum Rp. 10.000,-
- Setoran selanjutnya minimum Rp. 10.000,-
- Saldo minimum yang harus dipelihara Rp. 10.000,-
- Penyetoran dan Penarikan Simpanan dapat dilaksanakan sewaktu-waktu pada jam kerja

SYARAT :

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



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
- Menyerahkan Foto copy KTP/SIM yang masih berlaku.
- Bagi Anggota Baru wajib membayar Simpanan Pokok sebesar Rp. 25.000,- dan simpanan wajib sebesar Rp. 10.000,-

➤ Brosur untuk Pembiayaan

PEMBIAYAAN MITRA USAHA

Kerjasama Mudharabah / Musyarakah

Fasilitas Pembiayaan diperuntukkan bagi Anggota yang menginginkan permodalan dalam pengembangan usaha yang digelutinya, agar usahanya tersebut menjadi lebih besar dan menguntungkan. BMT AL HIKMAH siap menjadi mitra sebagai modal ataupun bermitra sebagai partner dalam mengembangkan usaha anggota tersebut

SYARAT :

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



MULTIUSAHA



PERTANIAN



PERIKANAN



PERDAGANGAN



INDUSTRI RUMAH TANGGA



PETERNAKAN



BMT AL HIKMAH

UNGERAN KAB. SEMARANG

BH No. 047/BH/KDK.11.1/III/99 TGL 2 MARET 1999

Layanan Pembiayaan



Kantor Pusat :

Jl. Jenderal Sudirman No.12 Lt.2,

Mijen Gedanganak Ungaran Timur 50519

Telp/Fax 024-6924415 E-mail : bmtalhikmahsmg@yahoo.co.id

Hubungi :

PEMBIAYAAN MULTI BARANG

Dengan Prinsip Jual Beli Murobahah

Fasilitas Pembiayaan diperuntukkan bagi Anggota yang menginginkan memiliki barang atau peralatan usaha guna mendukung kegiatan usaha anggota. BMT AL HIKMAH siap membantu mewujudkan keinginan anda untuk memiliki barang impian tersebut dengan proses mudah, cepat dan harga terjangkau.

KEUNGGULAN PEMBIAYAAN PEMILIKAN SEPEDA MOTOR DI BMT AL HIKMAH

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



➤ Formulir Permohonan Pembukaan Anggota Baru



PEMBIAYAAN MULTI JASA

Dengan Prinsip Jasa Jariah

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

SYARAT :

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



BMT AL-HIKMAH

UNGERAN - KAB. SEMARANG

PERMOHONAN MENJADI ANGGOTA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Jenis Simpanan

: Si Relu

Si Suka

Si Suqur

➤ Buku Tabungan Simpanan Suka Rela Lancar (Si Rela)



➤ Slip Penarikan dan Setoran

 BMT AL HIKMAH <i>Bismillahirrahmanirrahim</i>		SLIP PENARIKAN Tanggal / /	
JENIS PENARIKAN <input type="checkbox"/> Si Rata <input type="checkbox"/> Si Wadiah <input type="checkbox"/> Si Suka <input type="checkbox"/> Si Pokok <input type="checkbox"/> Si Suqur <input type="checkbox"/> Si Wajib <input type="checkbox"/> Saras <input type="checkbox"/> MP <input type="checkbox"/> Simpel <input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> Si Haji <input type="checkbox"/> _____		Nama : _____ Alamat : _____ No. Rek : _____ Cabang : _____	
		Jumlah Penarikan Rp. _____ Terbilang _____	
Supervisor	Kasir	Tanda Tangan Penarik	Ket. : Lembor : BMT 1. Anggot

 BMT AL HIKMAH <i>Bismillahirrahmanirrahim</i>		SLIP SETORAN Tanggal / /	
JENIS SETORAN <input type="checkbox"/> Si Rata <input type="checkbox"/> Si Wadiah <input type="checkbox"/> Si Suka <input type="checkbox"/> Simp. Pokok <input type="checkbox"/> Si Suqur <input type="checkbox"/> Simp. Wajib <input type="checkbox"/> Saras <input type="checkbox"/> MP <input type="checkbox"/> Simpel <input type="checkbox"/> Adm. Peny <input type="checkbox"/> Si Haji <input type="checkbox"/> _____		Nama : _____ Alamat : _____ No. Rek : _____ Cabang : _____	
		Jumlah Setoran Rp. _____ Terbilang _____	
Supervisor	Tanda Tangan Kasir	Tanda Tangan Penyotor	Ket. : Lembor : BMT 1. Anggot

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

Nama Lengkap : Dwi Setiyarini
Tempat & Tanggal Lahir : Pemalang, 26 Maret 1997
Alamat : Desa Tegalmлатi, RT 02/05, Petarukan,
Pemalang
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Email : dwisetiyarini2@gmail.com

B. Latar Belakang Pendidikan

2003 – 2009 : SDN 04 Tegalmлатi
2009 – 2012 : MTsN Petarukan
2012 – 2015 : SMAN 2 Pemalang
2015 – 2018 : UIN Walisongo Semarang D3 Perbankan Syariah

Demikian riwayat hidup ini penulis buat dengan sebenarnya.

Semarang, 1 juli 2018

Dwi Setiyarini