

**PENERAPAN MARKETING MIX PADA PEMBIAYAAN *BA'U*
BITSAMAN AJIL (BBA) DI KSPPS HARAPAN UMAT
PATI CABANG KAYEN**



TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya (D3)
dalam Ilmu Perbankan Syariah

Disusun Oleh:

DIAH ANGGUNINGTIYAS

1505015034

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2018

Dr. H. Ahmad Furqon, LC., MA.
Perumahan BPI Blok N 11 RT 06/09 Purwoyoso

NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eksemplar
Hal : Naskah Tugas Akhir (TA)
An. Sdr. Diah Angguningtiyas

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 kirimkan naskah Tugas Akhir saudara:

Nama : Diah Angguningtiyas

NIM : 1505015034

Jurusan : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : **"PENERAPAN MARKETING MIX PADA
PEMBIAYAAN BA'I BITSAMAN AJIL (BBA) DI
KSPPS HARAPAN UMAT
PATI CABANG KAYEN"**

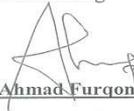
Dengan ini saya mohon kiranya Tugas Akhir mahasiswa tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian harap menjadikan maklum adanya dan saya mengucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 04 Juli 2018

Pembimbing



Dr. H. Ahmad Furqon, LC., MA.

NIP. 19751218 200501 1 001



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 : Diah Angguningtyas

NIM : 1505015034

Telah diujikan 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:

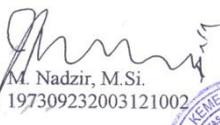
Hari : Rabu

Tanggal Ujian : 18 Juli 2018

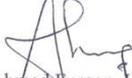
Dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya Tahun Akademik 2018.

Semarang, 26 Juli 2018

Penguji I,


M. Nadzir, M.Si.
NIP. 197309232003121002

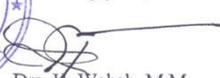
Penguji II


Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., M.A.
NIP. 197512182005011002

Penguji III,


Prof. Dr. Hj. Siti Mujibatun, M.Ag
NIP. 195904131987032001

Penguji IV,


Drs. H. Wahab, M.M.
NIP. 196909082000031001



Pembimbing


Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., M.A.
NIP. 197512182005011002

MOTTO

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا
لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: “Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”

(QS. Al-Jumu'ah ayat 10)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah dengan segala nikmat dan karunia yang telah Allah berikan, akhirnya Tugas Akhir ini telah selesai tepat pada waktunya. Dan terselesainya Tugas Akhir ini tidak luput dari bantuan pihak-pihak yang telah terkait. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih dan mempersembahkan Tugas Akhir ini kepada :

1. Kedua orang tua saya, yaitu Bapak Waridin dan Ibu Karniah yang senantiasa setiap hari memberikan doa, semangat, dorongan, dan bekerja keras membanting tulang untuk membiayai studi saya hingga sampai saat ini.
2. Kakak saya Retno Indah Yanti, Fetty Kiki Anggraini dan adik saya M. Arsyad Al Baihaqqi yang senantiasa setiap hari memberikan doa, semangat, dan dorongan hingga saat ini.
3. Pembimbing Tugas Akhir saya, yaitu Bapak Ahmad Furqon yang senantiasa memberikan saya arahan, dorongan, dan semangat hingga tersusunnya Tugas Akhir saya.
4. Semua dosen Universitas Islam Negeri Walisongo, khususnya dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan banyak ilmu kepada saya mulai dari pertama masuk kuliah hingga saat ini.
5. Karyawan KSPPS Harapan Umat Pati cabang Kayen yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir.
6. Untuk teman-teman satu angkatan khususnya PBS A yang telah memberikan bantuan menyusun Tugas Akhir saya.
7. Untuk teman-teman kos B16 yang telah memberikan semangat dan bantuan dalam menyusun Tugas Akhir saya.
8. Semua pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan penyelesaian Tugas Akhir yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

DEKLARASI

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

Semarang, 10 juli 2018

Deklarator
METERAL
TEMPEL
019077AEF102658620
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Drafi Anggumingsiyas
NIM : 1505015034



ABSTRAK

BMT Harum (Harapan Umat) Pati adalah salah satu BMT besar yang ada di Pati. Penghasilan aset setiap bulannya mencapai 60 miliar dengan dibantu delapan kantor cabang. Didasarkan pada keinginan untuk mensyari'ahkan perekonomian rakyat yang telah dikuasai dengan lembaga keuangan konvensional. BMT Harum Pati merupakan lembaga keuangan yang mengimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dengan menggunakan prinsip syariah.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan *marketing mix* pada produk pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) di KSPPS Harapan Umat Pati Cabang Kayen dan bagaimana pengaruh *marketing mix* pada produk pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) di KSPPS Harapan Umat Pati Cabang Kayen terhadap peningkatan jumlah anggota yang menggunakan produk pembiayaan BBA. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Sumber Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Metode yang digunakan pengumpulan data dengan cara wawancara dan dokumentasi.

Adapun hasil dari penelitian ini 1) KSPPS Harapan Umat Pati Cabang Kayen telah menerapkan sitem *marketing mix* dalam produk pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* sehingga produk ini memiliki keunggulan tersendiri terhadap produk lainnya. 2) *Marketing mix* juga berpengaruh terhadap peningkatan jumlah anggota pada produk pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* .

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat kepada kita semua, sehingga pada sekarang ini penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang dilakukan di KSPPS Harapan Umat Pati Cabang Kayen tanpa suatu kendala apapun . Sholawat dan salam kita senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umatnya dari zaman jahiliah menuju zaman yang terang benerang yang penuh barokah dengan banyaknya ilmu seperti sekarang ini.

Tugas Akhir ini disusun guna untuk memnuhi persyaratan kelulusan Program studi. Diploma III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, sebagai penulis pemua tidak akan mudah untuk menulis sebuah tugas akhir yang bermutu tinggi maka dengan ketulusan hati penulis akan menyajikan tugas akhir ini dengan judul “PENERAPAN MARKETING MIX PADA PEMBIAYAAN BA’I BITSAMAN AJIL (BBA) DI KSPPS HARAPAN UMAT PATI CABANG KAYEN”

Dalam hal ini penyusunan Tugas Akhir ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari beberapa pihak baik secara langsung maupun tidak langsung.

Untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H Muhibbin, M. Ag, selaku Rektor UIN Walisongo semarang

2. Dr. H. Imam Yahya, M. Ag, Selaku Dekan Fakultas dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. H. Johan Arifin, S. Ag., MM., Selaku Kajur D3 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang.
4. Dr. H. Ahmad Furqon LC., MA., selaku Dosen Pembimbing dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan banyak ilmu kepada penulis sehingga dapat dijadikan sebagai bekal dalam menyusun Tugas Akhir.
6. Mas Sigit, mas Rahmat, mba Hanik di KSPPS Harum Pati Cabang Kayen yang sudah membimbing penulis selama pelaksanaan magang.
7. Orang tua dan keluarga yang senantiasa mendukung dan mendoakan sekaligus menjadi motivator dan penyemangat terbesar bagi penulis
8. Teman-teman saya yang selalu ada untukku sewaktu kesusuahan maupun kesenangan.

Akhirnya tugas akhir ini dapat terselesaikan dan semoga bisa membantu dan bernmanfaat bagi pembaca dikalangan akademik maupun umum.

Semarang, 10 Juli 2018

Penyusun

Diah Angguningtiyas
NIM 1505015034

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN DEKLARASI	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	5
D. Tinjauan Pustaka.....	6
E. Metode Penelitian.....	7
F. Sistematika Penelitian.....	9
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. <i>Marketing</i> (Pemasaran).....	11
B. Marketing Mix (Bauran Pemasaran).....	13
C. Produk.....	16
D. Prinsip dan Produk Baitulmal Wat Tamwil.....	24
E. Pembiayaan Ba'i bitsaman Ajil.....	25

BAB III : GAMBARAN UMUM KSPPS HARAPAN UMAT PATI

A. Sejarah Berdirinya	31
B. Visi dan Misi.....	33
C. Budaya Kerja	33
D. Filosofi	34
E. Slogan	34
F. Legalitas KSPPS Harapan Umat Pati.....	34
G. Struktur Organisasi	34
H. Produk-Produk	40
I. Data Perusahaan.....	46

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Penerapan <i>Marketing Mix</i> Pada Produk Pembiayaan <i>BBA</i>	47
--	----

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	59
B. Saran	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga Keuangan di Indonesia dibagi menjadi dua, yaitu Lembaga Bank dan Lembaga Non Bank. Bank merupakan lembaga yang di percaya oleh masyarakat dari berbagai macam kalangan dalam menempatkan dananya secara aman. Bank juga berperan sebagai penyalur dana kepada masyarakat. Pada dasarnya bank berperan dalam dua sisi, yaitu menghimpun dana secara langsung yang berasal dari masyarakat yang sedang kelebihan dana (*surplus unit*), dan menyalurkannya secara langsung kepada masyarakat yang membutuhkan dana (*defisit unit*) untuk memenuhi kebutuhannya, sehingga bank disebut dengan *Financial Depository Institution*.

Sedangkan pengertian bank berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan termuat dalam Pasal 1 (2), yang berbunyi:

“Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.”¹

¹ Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998

Di negara maju, bank menjadi lembaga yang strategis dan memiliki peran penting dalam perkembangan perekonomian negara. Sedangkan di negara berkembang, kebutuhan masyarakat terhadap bank tidak hanya menyimpan dan menyalurkan dana, tetapi juga terhadap pelayanan jasa yang ditawarkan oleh bank.²

Menurut Pasal 1 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, bahwa perbankan terdiri dari dua macam, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya secara konvensional yang terdiri atas Bank Umum konvensional dan Bank Pengkreditan Rakyat. Adapun Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

Lembaga Non Bank syariah salah satunya adalah *Baitulmal wat Tamwil* (BMT) atau yang biasa disebut dengan Koperasi Syariah. *Baitulmal wat Tamwil* merupakan lembaga keuangan syariah yang berfungsi menghimpun dana dari anggotanya dan beroperasi dalam skala mikro. BMT terdiri dari dua istilah, yaitu “*baitulmal*” dan “*baitultamwil*”. *Baitulmal* merupakan istilah untuk organisasi yang berperan dalam mengumpulkan dan menyalurkan dana nonprofit, seperti zakat, infak, dan sedekah. *Baitultamwil* merupakan istilah

² Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014, hlm.30

untuk organisasi yang mengumpulkan dan menyalurkan dana komersial. Dengan demikian BMT memiliki peran ganda, yaitu fungsi sosial dan fungsi komersial.³

BMT Harum (Harapan Umat) Pati adalah salah satu BMT besar yang ada di Pati. Penghasilan aset setiap bulannya mencapai 60 miliar dengan dibantu delapan kantor cabang. Didasarkan pada keinginan untuk menyari'ahkan perekonomian rakyat yang telah dikuasai dengan lembaga keuangan konvensional. BMT Harum Pati merupakan lembaga keuangan yang mengimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dengan menggunakan prinsip syariah. Dengan semakin tingginya tingkat kepercayaan masyarakat kepada lembaga keuangan syari'ah, menjadikan peluang BMT Harum Pati untuk mengelola dan menyalurkan dana ke masyarakat lebih terbuka. Melalui kinerja yang berbasis syari'ah diharapkan BMT Harum Pati mampu menjadi salah satu penyokong bangkitnya perekonomian di tingkat mikro yang berbasiskan syari'ah di daerah Pati pada khususnya.⁴

KSPPS Harum Pati telah memiliki delapan cabang, satu diantaranya merupakan cabang Kayen. Di KSPPS Harum cabang kayen ini terdapat dua produk, yaitu simpanan dan pembiayaan. Produk simpanan disini seperti SIRELA (simpanan sukarela),

³ Rizal Yaya, dkk, *Akutansi Perbankan Syariah*, Jakarta : Salemba Empat, 2014, hlm.20-21

⁴ Company Profile BMT Harum Pati

SISUKA (Simpanan Sukarela Berjangka), SIMPEL (Simpanan Pelajar), Investasi Qurban, SIMAPAN (Simpanan Masa Depan), Simpanan Haji dan Umroh, Arisan Berkah dan Arisan Wisata. Sedangkan dalam produk pembiayaan terdapat Pembiayaan *Murabahah*, Pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil*, Pembiayaan *Ijarah*, Pembiayaan *Qardh*.⁵ Namun dari sekian banyak pembiayaan yang terdapat di KSPPS Harum Pati cabang Kayen ini yang paling banyak di minati adalah pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA). Setiap bulan anggota yang menggunakan akad BBA mencapai 189 anggota dengan aset mencapai 2 miliar dalam 3 bulan. Pembiayaan BBA ini hampir mirip dengan *murabahah*, kecuali bahwa BBA merupakan bentuk pembayaran yang ditangguhkan melalui cicilan bulanan.⁶ Pembiayaan ini bertujuan untuk meringankan biaya angsuran karena sistem pembayaran angsurannya dengan cicilan setiap bulan. Oleh karena itu, pembiayaan ini banyak diminati oleh masyarakat.⁷

Berdasarkan penjelasan di atas penulis ingin mengetahui bagaimana penerapan *marketing mix* dalam pembiayaan BBA. Oleh karena itu penulis tertarik untuk menuangkan dalam Tugas Akhir dengan judul “Penerapan *Marketing Mix* Produk Pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) di KSPPS Harapan Umat Pati Cabang Kayen”

⁵ Brosur KSPPS Harum Pati

⁶ Mervyn K. Lewis dan LatifahM. Algaod, *Perbankan Syariah Prinsip Praktik dan Prospek*, (Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta, 2001), hlm.85

⁷ Makhalul Ilmi SM, *Teori dan Praktik Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: UII Pers,2002), hlm.38

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan *marketing mix* pada produk pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA) di KSPPS Harapan Umat Pati Cabang Kayen?

C. Tujuan dan Manfaat penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dibuat penulis berdasarkan rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui penerapan *marketing mix* pada produk pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* di KSPPS Harapan Umat Pati Cabang Kayen.

Adapun tujuan penelitian yang dibuat penulis berdasarkan rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis
 - a. Dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai strategi pemasaran akad *Ba'i Bitsaman Ajil* pada produk pembiayaan di KSPPS Harapan Umat Pati Cabang Kayen.
 - b. Untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan D3 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bagi KSPPS Harapan Umat
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan mengevaluasi kekurangan dan kelebihan pada strategi yang digunakan selama ini dalam pemasaran akad *Ba'i Bitsaman Ajil* pada produk pembiayaan di KSPPS Harapan Umat Pati.

D. Tinjauan Pustaka

1. Tugas Akhir Wulandari (2017) yang berjudul “Strategi Penanganan Pembiayaan *Ba’i Bitsaman Ajil* Bermasalah Di BMT Harapan Umat Pati”. Hasil penelitiannya adalah pembiayaan bermasalah banyak disebabkan oleh faktor ekstern yang merupakan faktor utama yang paling dominan yaitu usaha mengalami kebangkrutan. Penyelesaian pembiayaan bermasalah adalah dengan memberikan SP, Rescheduling dan eksekusi jaminan.⁸
2. Tugas Akhir Layyinusifah (2017) yang berjudul “Penerapan *Marketing Mix* Pada Produk Simpanan Sukarela Lancar (SIRELA) di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran”. Hasil penelitiannya yaitu tentang penerapan *marketing mix*, *pengaruh marketing mix*, dan *analisis swot*.⁹
3. Tugas Akhir Denise Tria Akmalia (2015) yang berjudul “Implementasi *Marketing Mix* Pada Produk Tabungan Utama Di Bank Mega Syariah Cabang Semarang”. Hasil penelitiannya yaitu tentang penerapan *marketing mix*, kelebihan dalam

⁸ Wulandari, *Strategi Penanganan Pembiayaan Ba’i Bitsaman Ajil Bermasalah di BMT Harapan Umat Pati Cabang Gabus*, TA 2017

⁹ Layyinusifah, *Penerapan Marketing MIX Pada Produk Simpanan Sukarela Lancar (SIRELA) di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bandungan*, TA 2017

menerapkan *marketing mix*, kekurangan dalam menerapkan *marketing mix*¹⁰.

4. Tugas Akhir Irsyadul Malik (2017) yang berjudul Penerapan Akad *Ba'i Bistaman Ajil* (BBA) Pada Pembiayaan Multiguna Di KSPPS BMT Walisongo Semarang. Hasil penelitiannya yaitu tentang penerapan akad *Ba'i Bitsaman Ajil*, perhitungan angsuran pembiayaan multiguna dengan akad *Ba'i Bitsaman Ajil*.¹¹

Setelah mengamati dari penelitian diatas, penulis mengambil kesimpulan bahwa penelitian tentang penerapan *marketing mix* pada pembiayaan BBA di KSPPS Harum Pati Cabang Kayen belum pernah dilakukan. Dengan demikian penulis melakukan penelitian yang berjudul “Penerapan *Marketing Mix* Pada Produk Pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* di KSPPS Harum Pati Cabang Kayen”.

E. Metode Penelitian

Dalam proposal ini penulis menggunakan beberapa metode untuk mendukung penulisan masalah yang diangkat, diantaranya:

¹⁰ Denise Tria Akmalia, *Implementasi Marketing Mix Pada Produk Tabungan Utama Di Bank Mega Syariah Cabang Semarang*, TA 2015

¹¹ Irsyadul Malik, *Penerapan Akad Ba'i Bistaman Ajil (BBA) Pada Pembiayaan Multiguna Di KSPPS BMT Walisongo Semarang*, TA 2017

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang datanya secara langsung diperoleh dari observasi/pengamatan di lapangan.

2. Sumber Data

- a. Data Primer

Data Primer adalah data yang langsung di peroleh dari sumber data penyelidikan yang berfungsi untuk tujuan khusus.¹² Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah Koordinator Cabang KSPPS Harum Pati Cabang Kayen yaitu Bapak Sigit Nugroho dan Marketing Bapak Rahmat Suharto.

- b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data atau informasi data yang dijadikan sebagai data pendukung, data ini di peroleh secara tidak langsung. Data sekunder di peroleh dari buku referensi serta penelitian terlebih dahulu yang berkaitan dengan masalah yang diangkat.

3. Metode pengumpulan data

- a) Wawancara

Metode wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab. Penulis

¹² Winamo, Surakhm a d, *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar, Metode, dan Teknik*, (Bandung: Tarsito, 1990), hlm. 163

melakukan wawancara dengan Koordinator Cabang Kayen dan pihak marketing.

b) Dokumentasi

Metode ini adalah metode pengumpulan data berupa data tertulis maupun tidak tertulis yang mengandung keterangan yang sesuai dengan masalah yang diteliti.

F. Sistematika Penulis

Untuk mengetahui dan memahami gambaran secara umum isi dari Tugas akhir ini, maka Tugas Akhir ini terdiri dari 5 (lima) bab, dimana masing-masing bab di bagi menjadi beberapa sub bab. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini menjelaskan tentang teori yang menjadi dasar pembahasan umum tentang pokok pembahasan *Marketing Mix* dan *Ba'i Bitsaman Ajil*.

BAB III : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN
Dalam bab ini berisi tentang sejarah KSPPS Harum Pati, visi dan misi KSPPS Harum Pati, struktur organisasi KSPPS Harum Pati, produk dan layanan KSPPS Harum Pati di KSPPS Harum Pati.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
Dalam bab ini menjelaskan hasil penelitian yang berhubungan dengan penerapan *marketing mix* di KSPPS Harum Pati.

BAB V : PENUTUP
Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang diberikan penulis dari hasil penelitian yang dilakukan dan penutup tentang topik yang diangkat penulis.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI

A. *Marketing* (Pemasaran)

Marketing merupakan kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Pemasaran dapat pula disebut sebagai penciptaan dan pemberian suatu standar hidup. Pemasaran terdiri dari serangkaian prinsip untuk memilih pasar sasaran (*Target Marketing*), mengevaluasi kebutuhan konsumen, mengembangkan barang dan jasa pemuas keinginan, memberikan nilai kepada konsumen dan laba bagi perusahaan, sehingga hampir semua perusahaan menerapkan rencana-rencana pemasaran. Tujuan pemasaran sendiri adalah untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar produk atau jasa sesuai bagi konsumen sehingga produk maupun jasa tersebut dapat terjual dengan sendirinya.¹³

Asosiasi Pemasaran Amerika memberikan definisi formal, yaitu pemasaran adalah satu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya.

¹³ Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank Edisi Kelima*, Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002, hlm.6

Menurut Kloter dan AB Susanto, pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan menukar sesuatu yang sama nilainya.

Sehingga secara umum pemasaran merupakan suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan suatu produk maupun jasa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka memberikan layanan kepuasan yang optimal kepada pelanggan.

Konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan adalah perusahaan tersebut harus sudah menjadi lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang sudah terpilih.

Konsep inti dari kegiatan pemasaran merupakan :

1. Kebutuhan, keinginan, dan permintaan.
2. Produk (jasa dan barang)
3. Nilai, biaya, dan kepuasan
4. Pertukaran, transaksi, dan hubungan
5. Pasar
6. Pemasaran, pemasar, dan prospek¹⁴

¹⁴ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012, hlm.5-10

B. *Marketing MIX* (Bauran Pemasaran)

Menurut Assauri, Bauran pemasaran adalah Salah satu unsur dalam strategi pemasaran terpadu adalah strategi bauran pemasaran yang merupakan strategi yang dijalankan perusahaan, yang berkaitan dengan penentuan bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk pada segmen pasar tertentu, yang merupakan sasaran pasarnya. Sedangkan menurut Machfoedz Bauran pemasaran rangkaian sarana pemasaran taktis terpadu yang dapat dikendalikan (produk, harga, tempat, dan promosi) untuk mengetahui respon pasar sasaran yang diinginkan oleh perusahaan. Pengertian dari *Marketing Mix* adalah himpunan variabel yang dikuasai dan dapat digunakan oleh manajer pemasaran untuk menarik konsumen guna mempengaruhi penjualan atau pendapatan perusahaan¹⁵

Marketing mix adalah strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam bidang pemasaran. Hampir semua perusahaan melakukan strategi ini guna mencapai tujuan pemasarannya. Kombinasi yang terdapat dalam komponen *marketing mix* harus dilakukan secara terpadu. Pelaksanaa dan penerapan komponen ini harus dilakukan dengan memperhatikan antara satu komponen dengan komponen lainnya. Karena antara komponen satu dengan lainnya saling berkaitan guna mencapai tujuan perusahaan dan tidak efektif jika dijalankan sendiri-sendiri.¹⁶

¹⁵ Jurnal EMBA Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 1134-1144

¹⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2010, hlm. 119

Dalam buku Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah Kloter, mendefinisikan bahwa manajemen pemasaran adalah suatu seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan mendapatkannya.¹⁷

Sedangkan Jerome Mc-Carthy dalam Fandy Tjiptono menyebutkan konsep bauran pemasaran (*Marketing Mix*) terdiri dari empat P (4P), yaitu:

1. *Product* (Produk)

Produk merupakan bentuk penawaran organisasi jasa yang ditujukan untuk mencapai tujuan melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk disini bisa berupa apa saja (baik yang berwujud fisik maupun tidak) yang bisa ditawarkan kepada pelanggan potensial untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu. Jadi dapat disimpulkan bahwa produk merupakan semua yang dapat ditawarkan ke pasar untuk di perhatikan, diperoleh dan di gunakan atau dapat dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang berupa fisik maupun berupa jasa, orang, organisasi atau ide.¹⁸

2. *Price* (Harga)

Pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran dapat menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk. Faktor-faktor yang perlu di pertimbangkan dalam suatu

¹⁷ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*,hlm.6

¹⁸ Sutarno, *Serba Serbi Manajemen Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012, hlm. 223-224

penetapan harga antara lain, biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar. Kebijakan harga ini menyangkut *mark-up* (berapa tingkat presentase kenaikan harga atau tingkat keuntungan yang diinginkan), *mark-down* (berapa tingkat presentase penurunan harga), *bundling* (penjualan produk secara paket), *inter-temporal pricing* (harga pada waktu-waktu tertentu).

3. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Kegiatan yang termasuk dalam kegiatan promosi adalah periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, dan publisitas. Tujuan yang diharapkan dari promosi adalah konsumen dapat mengetahui tentang produk dan akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut.

4. *Place* (Tempat)

Yang perlu diperhatikan dalam menentukan tempat, yaitu:

- a. Sistem transportasi perusahaan.
- b. Sistem penyimpanan.
- c. Pemilihan saluran distribusi.

Termasuk dalam sistem transportasi antara lain keputusan tentang pemilihan alat transportasi, penentuan jadwal pengiriman, rute yang harus ditempuh seterusnya. Dalam sistem penyimpanan, harus menentukan letak gudang baik untuk penyimpanan bahan baku maupun lokasi untuk menyimpan material maupun peralatan lainnya. Sedangkan pemilihan saluran distribusi, menyangkut tentang keputusan penggunaan saluran.¹⁹

C. Produk

Produk adalah sekelompok sifat-sifat yang berwujud (*tangible*) dan tidak terwujud (*intangible*) yang didalamnya sudah mencakup warna, harga, kemasan, prestise dan pelayanan yang diberikan oleh produsen yang dapat diterima konsumen sebagai kepuasan yang ditawarkan terhadap keinginan atau kebutuhan konsumen. Yang termasuk dalam pengertian produk adalah barang atau objek fisik, jasa atau pelayanan, pengalaman, kegiatan, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide seta bauran dari berbagai wujud tersebut.

Dalam buku Pemasaran Bank Philip Kotler menjelaskan tentang pengertian produk. Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk

¹⁹ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012, hlm. 14-16

digunakan, atau di konsumsi, yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.²⁰

1. Macam-macam Produk

a. Produk yang berwujud (fisik)

Pengertian produk secara umum adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan dapat memuaskan kebutuhan atau keinginan.

b. Produk tak berwujud (jasa)

Sementara produk yang berupa jasa dapat diartikan sebagai kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Adapun karakteristik jasa adalah :

1) Tidak berwujud

Tidak berwujud disini diartikan tidak dapat dirasakan atau dinikmati sebelum jasa tersebut dibeli atau dikonsumsi. Oleh karena itu jasa tidak memiliki wujud tertentu yang konkrit sehingga harus dibeli terlebih dahulu untuk kemudian dapat dinikmati.

²⁰ Kasmir, *Pemasaran Bank*, Kencana Prenada Group, Jakarta: 2004, hlm.123

2) Tidak terpisahkan

Tidak terpisahkan maksudnya adalah antara sipembeli jasa saling berkaitan satu sama lainnya, tidak dapat dititipkan melalui orang lain.

3) Beraneka ragam

Jasa dapat di perjualbelikan dalam berbagai bentuk, tempat, atau wahana.

4) Tidak tahan lama

Jasa tidak dapat disimpan begitu jasa sudah dibeli maka harus segera di konsumsi atau digunakan.²¹

2. Manfaat produk

Agar produk yang dibuat dapat diterima pasar, maka penciptaan produk harus memperhatikan tingkat kualitas yang sesuai dengan keinginan nasabahnya. Produk yang berkualitas tinggi artinya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing, yang sering disebut produk plus.

Adapun keuntungan produk plus adalah:

- a. Untuk meningkatkan penjualan. Dalam hal produk yang memiliki nilai lebih akan menjadi pembicaraan nasabah (*word of mouth*). Setiap kelebihan produk akan dibandingkan dengan produk pesaing. Sehingga

²¹ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*..... hlm.140.

ini akan berpotensi untuk menarik nasabah lain atau nasabah lama akan menambah konsumsi atas produk tersebut, yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan.

- b. Menimbulkan rasa bangga bagi nasabahnya. Produk yang memiliki keunggulan di banding dengan produk pesaing, menyebabkan nasabah yang menggunakan produk tersebut akan bangga, dikarenakan keunggulan produk tersebut dibanding produk produk pesaing.
- c. Menimbulkan kepercayaan. Dalam hal ini memberikan keyakinan kepada nasabah akan kesenangannya menggunakan fasilitas dan pelayanan yang diberikan, sehingga nasabah akan semakin percaya terhadap produk yang dibelinya.
- d. Menimbulkan kepuasan. Pada akhirnya nasabah akan mendapatkan kepuasan dari jasa yang dijual, sehingga sangat kecil kemungkinannya untuk pindah ke produk lain yang telah ditawarkan oleh pesaing. Atau mungkin akan semakin meningkatkan konsumsinya baik dengan meningkatkan saldo

maupun mencoba menggunakan produk lain yang sudah ditawarkan.²²

3. Tingkatan produk dan jasa

Tingkatan produk ada lima (5), yaitu :

a. Manfaat inti (*core benefits*)

Yaitu jasa atau manfaat inti sesungguhnya yang dibeli dan diperoleh oleh konsumen. Kebutuhan konsumen paling fundamental adalah manfaat. Seorang pemasar harus mampu melihat dirinya sendiri sebagai seseorang yang mampu menyediakan manfaat kepada konsumen. Sehingga konsumen pada akhirnya membeli produk tersebut karena mempunyai manfaat inti didalam produk tersebut.

b. Manfaat dasar tambahan (*Basic Product*)

Tingkatan selanjutnya seorang pemasar harus mampu merubah manfaat inti menjadi manfaat atau produk dasar. Pada inti produk tersebut terdapat manfaat bentuk dasar produk atau mampu memenuhi fungsi dasar produk kebutuhan konsumen adalah fungsional.

c. Harapan produk (*Expected Product*)

Harapan produk merupakan serangkaian kondisi yang diharapkan dan disenangi, dimiliki atribut produk tersebut. Kebutuhan konsumen adalah kelayakan. Misalnya

²² M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*,hlm. 41

didalam suatu perbankan, harapan nasabah adalah selain harta yang di simpannya aman namun juga mampu memeberikan keuntungan melalui bagi hail atau bunga yang diterimanya.

d. Kelebihan yang dimiliki produk (*augmented product*)

Kelebihan yang dimiliki produk adalah salah satu manfaat dan pelayanan yang dapat membedakan produk tersebut dengan produk pesaing. Kebutuhan konsumen kepuasan.

e. Potensi masa depan produk (*potensial product*)

Potensi masa depan produk merupakan bagaimana harapan masa depan produk tersebut apabila terjadi perubahan dan perkembangan teknologi serta selera konsumen. Kebutuhan konsumen adalah masa depan produk.²³

Seperti halnya pada produk fisik, jasa juga memiliki tiga konsep dasar, yaitu:

1. Jasa inti, yang terdiri dari manfaat atau jasa produk

Tenaga pemasar bank mempunyai tugas untuk mencari dan mengetahui kebutuhan pokok yang tersembunyi di dalam setiap jasa profesional, sehingga

²³ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*,..... hlm. 143

manfaat jasa tidak sekedar ciri-ciri jasa, dapat dijelaskan dalam komunikasi bank.

2. Jasa perseptibel

Jasa inti selalu dapat disediakan bagi pemilik dalam beberapa bentuk yang perseptibel atau yang di persepsikan oleh pembeli. Dalam jasa perseptibel terdapat enam atribut dasar, yaitu:

1) Sumber daya manusia

Orang yang memberikan jasa tersebut dalam industri perbankan pemberian jasa tersebut dilakukan oleh bankir.

2) Tingkat mutu

Tingkat kemampuan profesional petugas bank dimana produk jasa bank tersebut diberikan.

3) Waktu jasa

Jumlah waktu profesional yang diperlukan untuk melaksanakan jasa tersebut.

4) Waktu tunggu

Jumlah waktu dimana nasabah harus menunggu sebelum jasa itu dapat diselesaikan secara memuaskan.

5) Peralatan pendukung

Berupa mesin-mesin, instrumen dan fasilitas lain yang digunakan oleh profesional untuk membantu penyerahan jasa tersebut.

6) Kemasan dan pemberian label

Nama dan penjelasan yang berkaitan dengan jasa itu atau himpunan jasa-jasa bank tersebut.

3. Jasa tambahan

Pada jasa tambahan ini, pemasar bank dapat menawarkan kepada pasar sasaran, jasa-jasa tambahan dan manfaat yang melebihi jasa perseptibel.

1) Jaminan

Pemasar harus mampu memberikan jaminan kepuasan pembeli dengan diselesaikannya seluruh pekerjaan.

2) Kepercayaan

Pemasar harus dapat menanamkan pembeli bagaimana terpercayanya perusahaan atau jasa tersebut.

3) Jasa-jasa lanjutan

Pembeli tentu masih terus mengharapkan adanya penawaran-penawaran jasa-jasa baru.²⁴

²⁴ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*..... hlm. 143-145

D. Prinsip dan Produk *Baitul Maal Wat Tamwil*

Baitul Maal wat Tamwil merupakan dua kelembagaan yang berbeda dan menjadi satu. Keduanya memiliki prinsip dan produk yang berbeda. Namun dalam perkembangannya mengalami penyempitan arti, sehingga prinsip produk dan fungsinya mengalami hal yang sama.

Produk inti dari *Baitul Maal Wat Tamwil*, terdiri dari:

1. Produk penghimpun dana

Dalam produk penghimpun dana, *Baitul Maal Wat Tamwil* menerima dan mencari dana berupa zakat, infak, dan shadaqah. Lembaga ini juga menerima dana berupa sumbangan hibah maupun wakaf serta dana-dana yang bersifat sosial.

2. Produk penyaluran dana

Penyaluran dana yang berasal dari *Baitul Maal Wat Tamwil* bersifat spesifik, terutama dana yang bersumber dari zakat. Sedangkan dana diluar zakat dapat digunakan untuk pengembangan usaha orang-orang yang membutuhkan, pembangunan lembaga pendidikan, masjid, maupun biaya-biaya operasional kegiatan sosial.

Prinsip *Baitul Maal Wat Tamwil* sebagai berikut:

3. Prinsip bagi hasil

Prinsip ini merupakan suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara pemilik modal dengan pengelola dana.

a. Prinsip jual beli dengan *Mark-up* (keuntungan)

Prinsip ini merupakan suatu tata cara jual beli yang dalam pelaksanaannya BMT mengangkat nasabah sebagai agen (penerima kuasa) melakukan pembelian barang atas nama BMT, kemudian BMT bertindak sebagai penjual, yang menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli ditambah dengan keuntungan bagi BMT.

25

E. Pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil*

1. Pengertian *Ba'i Bitsaman Ajil*

Pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* adalah suatu perjanjian pembiayaan yang disepakati antara bank dan nasabahnya, dimana bank menyediakan dana untuk pembelian barang/assets yang dibutuhkan nasabah untuk mendukung suatu usaha atau proyek. Pembiayaan ini hampir sama dengan pembiayaan *murabahah*, yang berbeda adalah cara pembayarannya yang dilakukan secara

²⁵ Jamal Yulail Yunus, Manajemen Bank Syariah Mikro, Malang: UIN-Malang Press, 2009, hlm. 33-35

mencil dengan *mark-up* yang didasarkan atas *opportunity cost* proyek (OCP).²⁶

2. Landasan pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil*

a. Al-Qur'an

Landasan syariah pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* terdapat dalam Al-Qur'an (QS. Al - Baqarah : 282) yang berbunyi:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى
فَأَكْتَبُوهُ ۚ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ ۚ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ
يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ ۚ

Artinya : “*Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya.*(Al-Baqarah : 282)”²⁷

Yang di maksud diayat ini adalah bermuamalah sama halnya seperti berjualbeli, hutang piutang, atau sewa

²⁶ Karnaen A. Perwataatmajda dan Muhammad Syafi'i Antonio, Apa dan Bagaimana Bank Islam, Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf: 1992, hlm. 105

²⁷ Al-Qur'an dan terjemah hlm.83

menyewa dan sebagainya. Dalam melakukan muamalah juga harus bersikap jujur dan adil.

b. Hadist

Dalam hadist Suhaib r.a bahwa Rasulullah S.A.W bersabda:

عَنْ صَالِحِ بْنِ صُهَيْبٍ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبُرِّ كَهَ: الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ، وَالْمَقَارَضَةُ، وَأَخْلَاطُ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ لِلْبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ
(رواه ابن ماجه)

Artinya : “Tiga perkara didalamnya terdapat keberkatan (1) menjual secara kredit, (2) Muqaradhah (nama lain dari Mudharabah), (3) Mencampurkan tepung dengan gandum untuk kepentingan rumah dan bukan untuk dijual.” (HR. Ibnu Majah, Subbullussalam 4/147).

Disini dsijelaskan bahwa Al Bai Bitsman Ajil merupakan salah satu bentuk pembiayaan secara kredit karena pembiyaanya dilakukan pada waktu jatuh tempo atau secara cicilan.

3. Rukun dan Ketentuan Ba’i Bitsaman Ajil

a. Pelaku

Pelaku cakap hukum dan baligh (berakal dan dapat membedakan), sehingga jual beli dengan orang gila menjadi tidak sah sedangkan jual beli dengan anak kecil dianggap sah, apabila seizin walinya.

b. Objek jual beli, harus memenuhi:

- 1) Barang yang diperjual belikan adalah barang yang halal.
- 2) Barang yang diperjualbelikan harus dapat diambil manfaatnya atau memiliki nilai, dan bukan merupakan barang yang dilarang diperjualbelikan.
- 3) Barang tersebut dimiliki oleh penjual.
Jual beli atas barang yang tidak dimiliki oleh penjual adalah tidak sah, karena penjual tidak dapat menyerahkan barang yang bukan miliknya. Jual beli yang bukan pemilik barang akan sah apabila sudah mendapatkan izin dari sang pemilik barang.
- 4) Saat penyerahan barang harus jelas waktunya. Karena jika tidak jelas akan menimbulkan ketidakpastian (*gharar*), yang dapat menimbulkan kerugian salah satu pihak.
- 5) Barang tersebut harus diketahui spesifiknya dan dapat diidentifikasi oleh pembeli sehingga tidak *gharar*.
- 6) Barang tersebut dapat diketahui kuantitas dan kualitas dengan jelas agar tidak *gharar*.
- 7) Harga barang tersebut jelas.
Harga barang yang diperjualbelikan harus diketahui oleh penjual dan pembeli termasuk cara membayarnya baik itu tunai maupun dicicil.
- 8) Barang yang diperjualbelikan ada ditangan penjual.

Jika barang tidak ada ditangan penjual akan menyebabkan *gharar*.

c. Ijab Kabul

Apabila jual beli telah dilakukan sesuai dengan ketentuan syariah maka kepemilikannya, pembayaran dan pemanfaatan atas barang yang diperjual belikan menjadi halal.²⁸

4. Bentuk dan sifat pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* yang dilakukan oleh bank :

- a. Bank mengangkat nasabah sebagai agen bank
- b. Nasabah dalam kapasitasnya sebagai agen bank, melakukan pembelian barang modal atas nama bank
- c. Bank menjual barang modal barang tersebut kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli ditambah keuntungan bank (*Mark-up*)
- d. Nasabah membeli barang modal tersebut dan pembayarannya dilakukan secara mencicil dalam jangka waktu yang telah disetujui bersama.

Pembiayaan BBA tidak termasuk dalam kegiatan dagang yang dilarang oleh lembaga perbankan, karena jual beli yang dilakukan oleh bank sebenarnya adalah untuk memenuhi syarat syariah yang hanya terdapat pada dokumen

²⁸ Sri Nurhayati dan Wasilah, *Akutansi Syariah di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 2014, hlm. 179-182

karena pada seketika itu juga bank pemilikan barang tersebut telah beralih pada nasabah. Dengan demikian bank tidak perlu menyediakan gadang/ ruang pameran sebagaimana lazimnya yang dilakukan oleh pedagang. Karena pada dasarnya bank hanya melakukan pembiayaan saja. Oleh karena itu kegiatan tersebut lebih cenderung kepada kegiatan pembiayaan biasa yang tidak dilarang oleh bank pada umumnya.²⁹

²⁹ Karnaen A. Perwataatmajda dan Muhammad Syafi'i Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf: 1992, hlm. 26-28

BAB III

GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

A. Sejarah BMT HARAPAN UMAT PATI

BMT HARUM didirikan pada tanggal 10 Mei 2005 dengan akta pendirian koperasi usaha syari'ah dan disahkan oleh Menteri Koperasi Pengusaha Kecil dan Menengah dengan No. Badan Hukum: 518/202/BH/XI/2005. Dengan semakin tingginya tingkat kepercayaan masyarakat kepada lembaga keuangan syari'ah, menjadikan peluang BMT HARUM untuk mengelola dan menyalurkan dana ke masyarakat lebih terbuka. Melalui kinerja yang berbasis syari'ah diharapkan BMT HARUM mampu menjadi salah satu penyokong bangkitnya perekonomian di tingkat mikro yang berbasiskan syari'ah di daerah Pati pada khususnya.

Sejarah perkembangan kami tidaklah tanpa hambatan. Tahun – tahun pertama sangatlah sulit untuk mengepakan sayap menembus pasar yang dipenuhi dengan lembaga keuangan konvensional. Tapi dengan semangat untuk mensyari'ahkan perekonomian rakyat dan atas izin Allah SWT tentunya, kami dapat berkembang sampai seperti sekarang ini. Diawal berdiri BMT HARUM hanya memiliki karyawan 3 orang. Seiring waktu 11 tahun berkarya BMT HARUM telah di kelola oleh 54 karyawan.³⁰

³⁰*Company profile of KSPPS Harapan Umat Pati*

Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap BMT HARUM dari tahun ke tahun semakin meningkat. Ini dapat dilihat semakin meningkatnya jumlah dana masyarakat yang masuk untuk dikelola secara syari'ah. Dan penyaluran dana ke masyarakat juga telah menyebar ke daerah – daerah di Pati

Untuk lebih menjangkau masyarakat dan memudahkan dalam transaksi maka kami membuka kantor kas pelayanan di beberapa daerah, yaitu :

1. Puri, Kompleks Pasar Puri no 13A Pati (082 325 146 060)
2. Sleko, Jl Roro Mendut Kompleks Pasar Beras Sleko Pati (082 323 900 432)
3. Juwana, Jl Ki Hajar Dewantara no 20 Juwana (0295 4746216)
4. Jakenan, Jl Juana-Pucakwangi depan lapangan Sleko (0295 5520052)
5. Pucakwangi, Kompleks Ruko Balong Pucakwangi (085 326 593 721)
6. Gabus, Komplek Perhutani Gabus (082 133 474 101)
7. Todanan, Blora, Jl. Raya Todanan Japah Km 2 (082 327 749 888)
8. Kayen, Jl. Pati kayen Km 17 (082 299 918 882)

BMT HARUM juga telah menjadi anggota dari Asosiasi BMT Jawa Tengah. Sehingga BMT HARUM telah memiliki wadah

untuk pengembangan dan penjamin simpanan (seperti LPS pada bank). Jadi simpanan dari anggota akan terjamin keamanannya.³¹

B. Visi dan Misi BMT HARAPAN UMAT PATI VISI

VISI

Menjadi Lembaga Keuangan Syari'ah yang Terbaik dan Terpercaya

MISI

1. Sebagai Lembaga Keuangan Syari'ah yang Berkualitas dalam Pelayanan
2. Sebagai Lembaga Keuangan Syari'ah yang Profesional dalam Pengelolaan.

C. BUDAYA KERJA P3BDKSI

1. Profesional
2. Pelayanan Prima
3. Perbaikan Terus Menerus
4. Bertanggung Jawab
5. Disiplin
6. Kerja TIM
7. Syari'ah
8. Inovatif

³¹ *Company profile* of KSPPS Harapan Umat Pati

D. FILOSOFI

Hanya Allah tujuan kami
Amal ihsan standar kerja
Ramah dan santun kepribadian
Untuk anda terbaik pelayanannya
Manfaat abadi dunia akhirat

E. SLOGAN

“KAMI SYARI’AH, ANDA BERKAH”

F. Legalitas BMT HARAPAN UMAT PATI

Legalitas BMT HARAPAN UMAT PATI telah mendapat pengesahan dari Menteri Koprasi Pengusaha Kecil dan Menengah dengan No. Badan Hukum 518/202/BH/XI/2005³²

G. Struktur Organisasi BMT HARAPAN UMAT PATI

Susunan Dewan Pengurus Syari’ah, Pengurus dan pengelola
 Pengurus

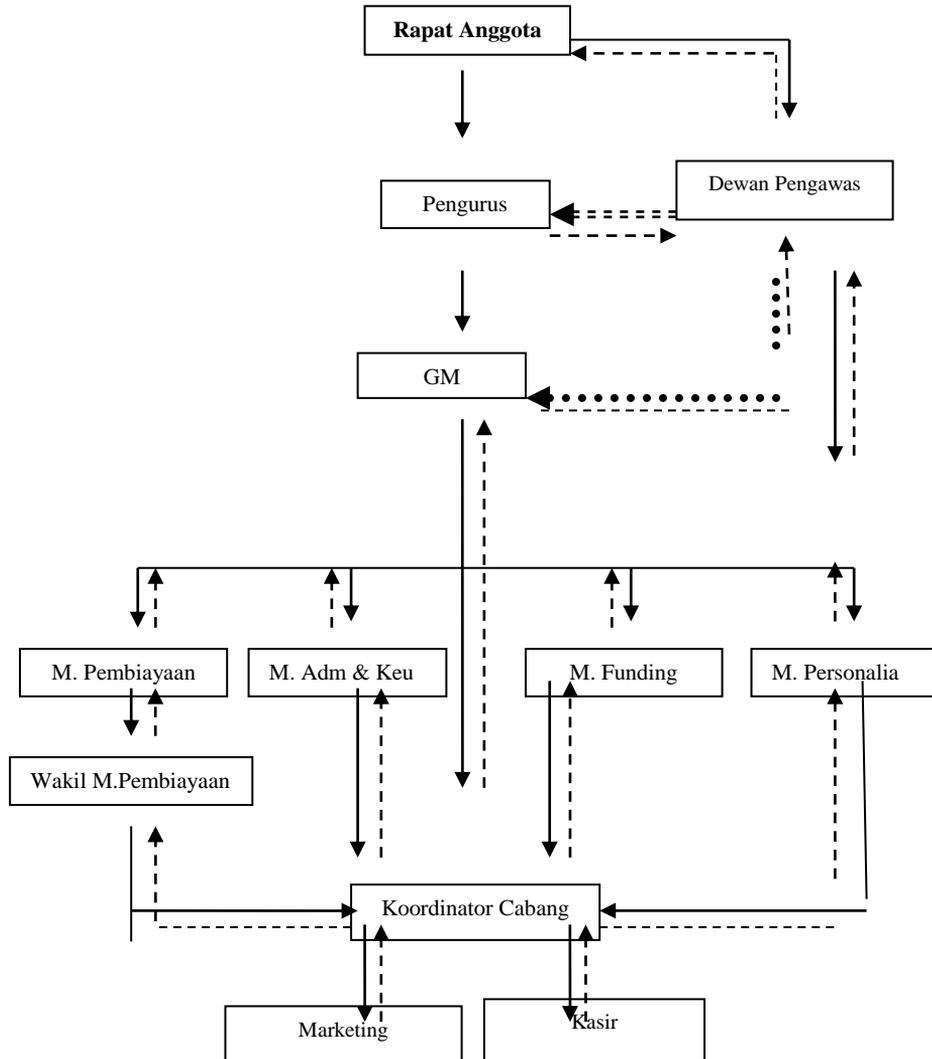
BMT HARAPAN UMAT Pati

Ketua	: Agus Sugeng R, SE. Ak M.M
Sekretaris	: Achmad Lutfinur S.P

³² *Company profile* of KSPPS Harapan Umat Pati

Bendahara	: Sudarno, S.T
Pengawas	
Ketua	: Ahmad Muslih, S.akt
Anggota	: Sugianto, S.T
Anggota	: Karmijan, A.Md
Dewan Pengawas Syariah	
Koordinator	: Habib Khalil, L.c.
Anggota	: Dedi Lesmana L.c.
Anggota	: Ali Zuhri

STRUKTUR ORGANISASI KSPPS Harapan Umat



Keterangan :

- Garis perintah
- Garis tanggung jawab/Laporan
- == == ==→ Garis Pengawasan³³

KKP BMT HARAPAN UMAT Kcp Kayen Pati:

1. Koordinator Cabang : Sigit Nugroho
2. Marketing : Rahmat Suharto
3. Teller : Hanik Muyasyaroh

Tugas masing-masing bagian.

1. Tugas Koordinator Cabang Pembantu
 - a. Memimpin dan mengontrol pelaksanaan operasional di kantornya.
 - b. Membina, memotivasi, mengawasi, mengontrol, dan mengevaluasi kinerja bawahan seperti teller dan marketing yang ada di kantor cabang.
 - c. Melaksanakan pemeriksaan, persetujuan, dan akad pencairan pembiayaan sesuai dengan plafond yang ditentukan dan di sepakati.
 - d. Mengatur dan menjaga kestabilan likuiditas kantornya.
 - e. Mengendalikan likuiditas di kantornya.
 - f. Bertanggung jawab terhadap pencapaian target sesuai dengan proyeksi yang telah dibuat dan tetapkan.

³³ *Company profile of KSPPS Harapan Umat Pati*

- g. Mempertanggung jawabkan segala aktivitas operasional maupun keuangan secara berkala kepada Direktur Kepatuhan.³⁴
2. Tugas dan tanggung jawab marketing antara lain:
- a. Mengatur, mengkoordinasi, dan mengawasi semua aktivitas yang berhubungan dengan simpanan dan pembiayaan.
 - b. Mencari sumber-sumber dana dengan melihat kemungkinan dan peluang dana yang mudah dihimpun, baik dari anggota ataupun simpanan dari pihak ketiga.
 - c. Mencari calon anggota penyimpan baru dan usaha-usaha anggota yang potensial untuk diberikan pembiayaan.
 - d. Mengamati posisi setiap pembiayaan anggota, memantau, dan memberikan pembinaan serta mengusahakan agar pelunasannya sesuai dengan perjanjian (akad) yang telah disepakati.
 - e. Melakukan penagihan ke setiap anggota yang diberikan pembiayaan sesuai tanggal atau waktu yang disepakati secara arif, mendidik dan efektif.
 - f. Mengikuti perkembangan proses permohonan pembiayaan anggota terutama dalam pemeriksaan kelengkapan dokumen permohonan pembiayaan.
 - g. Menilai kelayakan jaminan yang diajukan oleh pemohon pembiayaan.

³⁴ Wawancara dengan Koordinator Cabang KSPPS Harum Pati cabang Kayen Bapak Sigit Nugroho pada 6 Februari 2018

- h. Mengklarifikasikan pembiayaan-pembiayaan yang telah diberikan ke dalam pembiayaan lancar, kurang lancar, diragukan, dan macet.
 - i. Menganalisa dan memberikan nasihat-nasihat lebih dini terhadap peminjam kurang lancar dan diragukan, kiat-kiat agar usahanya lebih berhasil dan mampu membayar cicilan dan bagi hasilnya.
 - j. Mengatur pelaksanaan eksekusi jaminan.
 - k. Memberikan masukan-masukan kepada pengelola dalam rangka memperluas pemasaran.³⁵
3. Tugas dan tanggung jawab teller antara lain:
- a. Bertanggung jawab atas pelayanan nasabah dalam hal transaksi uang tunai seperti penyetoran simpanan, angsuran pembiayaan, penarikan simpanan, dan lain sebagainya.
 - b. Menerima, menyusun, dan menghitung secara hati-hati setiap setoran tunai dari nasabah untuk disimpan di *cash box*.
 - c. Bertanggung jawab atas pencatatan, pendataan, pelayanan informasi kepada nasabah dan calon nasabah.
 - d. Mengatur dan menyiapkan pengeluaran uang tunai yang telah disetujui oleh pengelola.
 - e. Menandatangani formulir-formulir serta slip setoran dari anggota.

³⁵ Wawancara dengan Marketing KSPPS Harum Pati cabang Kayen Bapak Rahmat Suharto pada 6 Febuari 2018

- f. Bertanggung jawab atas kecocokan saldo akhir laporan harian kas dengan saldo akhir uang tunai yang ada di BMT atau *cash box*.
- g. Bertanggung jawab atas pembuatan mutasi harian atau laporan kas harian.
- h. Bertanggung jawab atas peralatan dan perlengkapan kerja teller.³⁶

H. PRODUK – PRODUK BMT HARUM

Sebagai lembaga keuangan syari'ah BMT HARUM memiliki beberapa produk yang ditawarkan kepada masyarakat. Produk BMT HARUM tersebut dibagi menjadi dua yaitu produk simpanan dan produk pembiayaan. Diharapkan produk – produk tadi dapat membantu masyarakat dalam manajemen keuangan keluarga dan mengembangkan usaha kecil miliknya.

1. PRODUK SIMPANAN

a. SIRELA (SIMPANAN SUKARELA)

Sirela (simpanan sukarela) merupakan simpanan yang menggunakan sistem *wadiah*. Besarnya setoran sesuai dengan keinginan anggota dan tidak di patok oleh pihak BMT. Tapi besarnya setoran awal ditetapkan minimal Rp 10.000. Pada akhir bulan akan mendapat bagi hasil dengan

³⁶ Wawancara dengan Teller KSPPS Harum Pati cabang Kayen Ibu Hanik Muyasyaroh pada 6 Febuari 2018

sistem nisbah yaitu disesuaikan dengan saldo rata-rata perbulan dan pendapatan pada bulan tersebut. Kelebihan dari produk simpanan ini adalah simpanan dapat diambil oleh anggota yang bersangkutan sewaktu-waktu.

Prosedur syarat dan ketentuan:

- 1) Fc KTP/SIM yang berlaku
- 2) Mengisi form permohonan keanggotaan
- 3) Mengisi form aplikasi simpanan
- 4) Setoran pertama minimal Rp. 10.000

b. SISUKA (SIMPANAN SUKARELA BERJANGKA)

SISUKA adalah produk simpanan yang menggunakan sistem *mudhorobah* dan *wadiah*. Sisuka ini adalah seperti deposito pada bank. Besarnya setoran minimal Rp 500.000 dengan pilihan jangka waktu 3 bulan, 6 bulan atau 12 bulan. Sisuka memiliki bagi hasil yang sangat menarik yang lebih tinggi dari sirela karena sisuka hanya dapat diambil pada saat jatuh tempo sesuai dengan jangka waktu yang dipilih. Bagi hasil ini dapat diambil oleh anggota yang bersangkutan setiap bulan maupun pada saat jatuh tempo.

Prosedur syarat dan ketentuan:

- 1) Fc KTP/SIM yang berlaku
- 2) Mengisi form permohonan keanggotaan

3) Mengisi form aplikasi simpanan³⁷

c. SIMPEL (SIMPANAN PELAJAR)

Simpanan pelajar adalah produk simpanan yang ditujukan untuk perencanaan biaya sekolah putra-putri anda. Besarnya setoran minimal Rp 25.000 per bulan. Setiap akhir bulan akan mendapatkan bagi hasil sesuai dengan saldo rata-rata perbulan dan pendapatan pada bulan itu. Produk simpanan ini tidak dapat diambil sewaktu-waktu, tapi hanya dapat diambil pada waktu tahun ajaran baru. Tapi pada waktu tahun ajaran baru akan mendapat bingkisan langsung yang menarik (d disesuaikan dengan saldo).

Prosedur syarat dan ketentuan:

- 1) Fc KTP/SIM yang berlaku
- 2) Mengisi form permohonan keanggotaan
- 3) Mengisi form aplikasi simpanan

d. SIQURBAN (SIMPANAN QURBAN)

Simpanan qurban adalah produk simpanan yang ditujukan untuk mempersiapkan pembelian hewan qurban pada saat hari raya Idul Adha. Besarnya setoran minimal Rp 125.000 per bulan. Siqurban hanya bisa diambil pada 1 minggu sebelum hari raya Idul Adha. Setiap bulannya akan mendapat bagi hasil yang menarik yang disesuaikan dengan saldo rata-rata.

³⁷ *Company profile* of KSPPS Harapan Umat Pati

e. SIMAPAN

Simpanan Masa Depan adalah jenis investasi yang memberikan fasilitas simpanan untuk kebutuhan di masa depan. Dengan setoran rutin minimal Rp 50.000,- per bulan, simpanan ini member bagi hasil dengan indeks per bulan antara kisaran 1% dari saldo rata-rata. Pengambilan bisa dilakukan setelah simpanan mengendap minimal 5 (lima) tahun.

f. Arisan Berkah

Besarnya setoran arisan berkah ini adalah Rp 25.000 perbulan dengan periode 24 bulan (2 tahun). Adapun sistem dari arisan berkah adalah setelah dapat pada saat pengundian, tidak ikut lagi. Bonus pada tahun pertama Rp 50.000 dan pada tahun kedua Rp 60.000. Contoh : Si A sudah setor 10 kali dan pada saat pengundian nama Si A keluar, maka Si A mendapat Rp 350.000 $[(10 \times \text{Rp } 25.000) + \text{Rp } 50.000]$. Dan bagi anggota yang sampai pada akhir periode belum dapat maka anggota tersebut memiliki kesempatan untuk mendapat doorprize menarik mulai dari kulkas, tv, sepeda, magic com, dvd dan alat-alat rumah tangga lainnya.³⁸

g. Arisan Wisata

Besarnya setoran arisan wisata adalah Rp 100.000 perbulan (d disesuaikan dengan tujuan wisata). Jangka waktu

³⁸ *Company profile* of KSPPS Harapan Umat Pati

per periode adalah 24 bulan (2 tahun). Bonus dari arisan ini adalah wisata gratis yang dilaksanakan pada bulan ke-18. Adapun pembagian uang arisan dilaksanakan pada akhir periode atau pada bulan ke-24. Jadi produk ini adalah seperti menabung rutin perbulan dengan hadiah wisata gratis.³⁹

2. Produk Pembiayaan

a. Pembiayaan *Murabahah*

Yaitu pembiayaan yang digunakan untuk pembelian barang. BMT membeli barang dan menjual kembali kepada anggota sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan/*margin* yang telah disepakati. Adapun cara pembayaran adalah dengan cara melunasi sesuai jatuh tempo.

b. Pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil*

Yaitu pembiayaan ini hampir sama dengan pembiayaan *Murabahah*, namun bedanya dalam hal pembayarannya. Pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* menggunakan cara dengan mengangsur setiap bulannya.

c. Pembiayaan *Ijarah*

Yaitu pembiayaan yang digunakan untuk keperluan membayar kebutuhan di bidang jasa, seperti membayar kios, membayar pekerjaan, dll. Pembiayaan *Qardh* Yaitu pembiayaan yang digunakan untuk tujuan sosial yang wajib

³⁹ *Company profile of KSPPS Harapan Umat Pati*

dikembalikan dalam jumlah yang sama sesuai dengan jumlah pembiayaan.

Syarat-syarat Pembiayaan:

- 1) Mengisi formulir permohonan pembiayaan.
- 2) Fotocopy KTP Suami Istri.
- 3) Fotocopy Kartu Keluarga
- 4) Fotocopy rekening listrik dan SPPT Pajak.
- 5) Fotocopy agunan.
- 6) Bersedia disurvei.
- 7) Jangka waktu pembiayaan maksimal 36 bulan (3 tahun)

Dari sekian pembiayaan yang ada di BMT Harapan Umat Pati, namun hanya dua yang diterapkan di BMT Harapan Umat Pati Cabang Kayen, yaitu:

1. Pembiayaan *Murabahah*

Yaitu pembiayaan yang digunakan untuk pembelian barang. BMT membeli barang dan menjual kembali kepada anggota sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan/*margin* yang telah disepakati. Adapun cara pembayaran adalah dengan cara melunasi sesuai jatuh tempo.

2. Pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil*

Yaitu pembiayaan ini hampir sama dengan pembiayaan *Murabahah*, namun bedanya dalam hal

pembayarannya. Pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* menggunakan cara dengan mengangsur setiap bulannya.⁴⁰

I. Data Perusahaan/Aspek Hukum BMT Harapan Umat Pati

- Nama Lembaga : Koperasi Serba Usaha BMT Harapan Umat
 Alamat : Jl. Kolonel Sugiono 1-A, Pati, Jawa Tengah
 No.Telp : 0295-386070
 Email : bmtharumpati@yahoo.com
 Berdiri : 10 Mei 2005
 No. Badan Hukum : 518/202/BH/XI/2005
 Jumlah Pengurus : 54 orang
 Kantor Cabang
1. Puri : Kompleks Pasar Puri no 13A Pati
 2. Sleko : Jl Roro Mendut Kompleks Pasar Beras Sleko
Pati
 3. Juwana : Jl Ki Hajar Dewantara no 20 Juwana
 4. Jakenan : Jl Juana-Pucakwangi depan lapangan Sleko
 5. Pucakwangi : Kompleks Ruko Balong Pucakwangi
 6. Gabus : Komplek Perhutani Gabus
 7. Blora : Jl. Raya Todanan Japah Km 2
 8. Kayen : Jl. Pati kayen Km 17⁴¹

⁴⁰ *Company profile* of KSPPS Harapan Umat Pati

⁴¹ *Company profile* of KSPPS Harapan Umat Pati

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Penerapan *Marketing Mix* Pada Pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil*

Bauran pemasaran (marketing mix) adalah kombinasi dari variabel atau kegiatan yang inti dari pemasaran, variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen. Variabel tersebut perlu dikombinasikan dan dikoordinasi oleh perusahaan seefektif mungkin dalam melakukan tugas / kegiatan pemasarannya. Keempat unsur/variabel bauran pemasaran tersebut adalah produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Keempat strategi tersebut saling mempengaruhi, sehingga semuanya penting sebagai kesatuan strategi. Strategi *marketing mix* ini merupakan bagian dari strategi pemasaran dan berfungsi sebagai pedoman dalam menggunakan variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan oleh pimpinan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam bidang pemasaran.⁴²

Pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* adalah pembelian barang dengan pembayaran cicilan. Pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* merupakan pembiayaan yang diberikan kepada nasabah dalam rangka pemenuhan kebutuhan barang modal (investasi). Pembiayaan ini mirip dengan kredit investasi yang diberikan oleh bank-bank

⁴²Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2007, hlm 198-199

konvensional dan juga berjangka waktu di atas satu tahun (*long run financing*).⁴³Pembiayaan BBA ini mirip dengan *murabahah*, yang membedakan adalah BBA bentuk pembayaran tangguhannya melalui cicilan.⁴⁴Pembiayaan ini bertujuan untuk meringankan biaya angsuran karena sistem pembayaran angsurannya dengan dicicil setiap bulan.Oleh karena itu, pembiayaan banyak diminati oleh masyarakat.⁴⁵

Pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* banyak diminati oleh masyarakat karena pembiayaan ini sangat efektif bagi masyarakat di KSPPS Harapan Umat Pati cabang Kayen. Selain prosesnya yang cepat, pembayarannya juga dapat menggunakan sistem jemput bola dimana pihak KSPPS Harum Pati cabang Kayen yang datang langsung ke nasabah untuk menarik cicilan tiap bulannya. Dengan sistem jemput bola ini dapat mempermudah anggotanya dan pembiayaan BBA semakin banyak diminati oleh masyarakat.

Dari data-data jumlah anggota yang sudah penulis peroleh dapat diketahui bahwa pertumbuhan dan perkembangan jumlah anggota *Ba'i Bitsaman Ajil* di KSPPS Harapan Umat Pati cabang Kayen dari tahun ke tahun semakin meningkat. Hal ini dapat dilihat dari awal berdirinya KSPPS Harum Pati cabang Kayen yang mulai

⁴³Karnaen A. Perwataatmajda dan Muhammad Syafi'i Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf: 1992, hlm. 27

⁴⁴Mervyn K. Lewis dan Latifah M. Algaod, *Perbankan Syariah Prinsip Praktik dan Prospek*, Jakarta : PT Serambi Ilmu Semesta, 2001, hlm.85

⁴⁵Makhalul Ilmi SM, *Teori dan Praktik Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, Yogyakarta : UII Pers, 2002, hlm.38

beroperasi pada tahun 2015. Pada awal berdiri dari jumlah anggota yang sangat sedikit hingga sekarang jumlah anggota setiap bulannya kurang lebih mencapai 189 anggota setiap bulannya. Dengan peningkatan yang pesat ini tentunya membutuhkan strategi-strategi dan inovasi mengenai produk-produk yang ada di KSPPS Harum Pati cabang Kayen. Selain itu kinerja para karyawan juga mempengaruhi minat masyarakat, karena jika karyawan bersikap baik dan mematuhi SOP yang ada maka masyarakat akan menganggap baik dan penggunaan produk akan semakin meningkat.

Jadi *marketing mix* pada pembiayaan BBA merupakan proses dimana pihak KSPPS dapat menarik calon anggota melalui strategi pemasaran serta mengenai pembiayaan BBA itu sendiri, agar calon anggota dan anggota dapat memahami tentang produk tersebut. Dengan demikian KSPPS Harum Pati cabang Kayen menererapkan *marketing mix* pada pembiayaan BBA adalah sebagai berikut :

1. Produk (*Product*)

Produk merupakan segala bentuk sesuatu yang ditawarkan pihak KSPPS Harum Pati cabang Kayen kepada anggotanya, disini bertujuan agar anggota tetap bertahan untuk menjadi anggota pembiayaan BBA di KSPPS Harum Pati cabang Kayen. Dalam produk pembayaran *Ba'i Bitsaman Ajil* ini memiliki keunggulan tersendiri, yaitu:

- a. Barang yang di perjual belikan terjaga dengan aman

Semakin amannya barang yang di perjualbelikan maka minat masyarakat akan semakin banyak, dan masyarakat tertarik untuk menggunakan produk pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil*.

- b. Pembayaran dapat diangsur

Dalam produk pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* ini sistem pembayarannya dapat diangsur setiap bulannya. Dengan sistem angsuran seperti ini anggota tidak merasa terbebani.

- c. Prosedur yang mudah.

Prosedur dalam pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* sangatlah mudah, anggota hanya mengisi form yang sudah disediakan dan menyerahkan syarat yang telah ditentukan, seperti foto copy KTP, dll. Setelah itu akad dilakukan dan barang yang diperjualbelikan segera disurvei oleh pihak dari KSPPS, apabila sudah sesuai prosedur pencairan dana dapat diproses secara cepat.

2. Harga (*Price*)

Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang dapat memberikan pemasukan dan pendapatan bagi perusahaan. Dalam pengajuan pembiayaan BBA, anggota dapat mengajukan jumlah yang mereka butuhkan dan pihak KSPPS juga akan mempertimbangkan kembali. Penentuan angsuran setiap

bulannya telah disepakati diawal akad. KSPPS Harum Pati cabang Kayen telah menerapkan strategi *marketing mix* dalam pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil*, yaitu:

a. Biaya Administrasi yang murah.

Semakin murah biaya administrasi maka akan semakin banyak menarik minat masyarakat untuk menggunakan pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil*.

b. Biaya angsuran yang terjangkau.

Anggota yang menggunakan pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* setiap bulannya hanya di bebani pembayaran sebesar 2% dari jumlah pembiayaan yang telah di sepakati. Dengan ini anggota tidak merasa disulitkan dalam pembayaran angsuran setiap bulannya.

3. Tempat (*Place*)

Tempat merupakan hal yang terpenting bagi para anggotanya. Setiap KSPPS berlomba-lomba untuk mendapatkan tempat yang strategis dan dapat dijangkau oleh masyarakat. Dalam hal ini pasar adalah salah satu tempat yang dianggap paling strategis. Banyak KSPPS yang bertempat di sekitar pasar, karena banyak dari anggotanya adalah pedagang. KSPPS Harum Pati cabang Kayen telah menerapkan strategi dalam menentukan lokasi, yaitu:

a. Letak KSPPS strategis

KSPPS Harum Pati cabang Kayen mempunyai letak yang strategis, selain di dekat jalan raya letaknya juga dekat dengan pasar, sehingga ini memudahkan anggotanya apabila ingin datang langsung ke KSPPS. Hal ini juga akan menarik minat masyarakat untuk menjadi anggota dan menggunakan produk pembiayaan BBA.

b. Jemput Bola

Yaitu dengan cara marketing mendatangi langsung anggotanya, kerumah-rumah ataupun ketempat usaha anggota. Dengan ini pihak KSPPS dapat memudahkan anggotanya yang lokasinya jauh ataupun yang tidak sempat meluangkan waktunya untuk datang ke KSPPS.

c. Pemerataan yang baik serta fasilitas yang memadai

Dalam penjualan produk pembiayaan BBA karyawan KSPPS tidak pilih pilih lokasi untuk menawarkan produknya. Selain itu sarana prasarana yang telah disediakan KSPPS juga sangat memadai dan lengkap, sehingga aman bagi anggota dan pihak KSPPS.

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah upaya untuk mengajak masyarakat menjadi anggota KSPPS Harum Pati cabang Kayen, selain itu KSPPS juga memberi informasi mengenai produk BBA sehingga dapat menarik masyarakat menggunakan atau

membeli produk yang telah di tawarkan oleh KSPPS. Sarana promosi yang digunakan, yaitu:

1) Promosi penjualan (*sales promotion*)

Promosi yang digunakan KSPPS Harum Pati adalah melalui siaran radio, yang bertujuan agar semua orang mendengar dan mengetahui KSPPS Harum Pati dan semua produk-produknya. Melalui *customer service* serta penyebaran brosur. Dalam hal ini karyawan langsung terjun ke masyarakat dengan membawa brosur dan menjelaskan produk-produk yang ditawarkan pihak KSPPS terutama produk pembiayaan BBA guna menarik minat calon anggota agar menjadi anggota produk tersebut. Selain itu karyawan juga menjelaskan keunggulan produk BBA sehingga calon anggota tertarik dan menggunakan produk BBA.

2) Pemberian cinderamata (hadiah)

Setiap anggota yang menggunakan pembiayaan BBA, pihak KSPPS akan memberikan dalam waktu 1 tahun sekali seperti kalender, gelas ataupun payung sebagai bonus untuk anggotanya.

Dalam penyaluran dana pada produk BBA KSPPS Harum Pati cabang Kayen masih mempunyai beberapa kendala, salah satunya adalah dalam hal jempot bola. Menurut pengamatan penulis pada saat masih

melaksanakan magang (praktik kerja lapangan) di KSPPS Harum Pati cabang Kayen produk BBA adalah produk yang paling banyak diminati oleh masyarakat, namun dalam sistem jemput bola ini di KSPPS Harum Pati cabang Kayen masih kurang optimal ini dikarenakan anggota yang terlalu banyak diberbagai wilayah sedangkan sumber daya masyarakat di KSPPS masih kurang personil untuk melakukan sistem jemput bola. Kendala lainnya adalah pelayanan yang telah diberikan KSPPS sudah cukup baik, namun masih tetap ada pembiayaan produk BBA yang bermasalah (kredit macet). Hal ini harus diperhatikan oleh KSPPS agar menambah sumber daya manusia yang dibutuhkan oleh KSPPS cabang kayen agar sistem jemput bola ini bisa berjalan dengan optimal dan sesuai dengan target yang telah ditentukan.

Jumlah Anggota BBA

No	Tahun	Anggota
1	2016	1800
2	2017	2148

Pada table diatas dapat dilihat bahwa jumlah anggota BBA di KSPPS Harum Pati cabang Kayen mengalami peningkatan selama dua tahun terakhir. Dalam meningkatkan jumlah anggotanya, KSPPS Harum Pati cabang Kayen dituntut untuk menerapkan strategi pemasaran (*marketing mix*) sehingga dapat meningkatkan jumlah anggotanya.⁴⁶

⁴⁶Wawancara dengan Koordinator Cabang KSPPS Harum Pati cabang Kayen Bapak Sigit Nugroho pada 6 Febuari 2018

ANALISIS

Menurut penelitian yang penulis lakukan sistem pembiayaan pada KSPPS Harapan Umat Pati Cabang Kayen ini sebenarnya belum sesuai dengan teori mengenai pembayarannya. Pembayaran dalam pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* lebih merujuk ke pembiayaan *Murabahah*. Karena pada pembiayaan BBA dibayar secara berangsur namun dalam pembiayaan BBA disini pembayarannya ditanggihkan pada setiap bulannya. Jadi seharusnya pembiayaan ini diberi nama *Murabahah / Ba'i Bitsaman ajil* karena pembayarannya sesuai dengan akad *Murabahah*.

Namun dalam segi marketing mix, KSPPS Harapan Umat Pati Cabang Kayen sudah menerapkan marketing mix. Disini dapat dilihat dari harga, harga yang diterapkan pada pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* di KSPPS ini lebih murah dan terjangkau dari KSPPS lain yang menjadi saingan KSPPS Harum Pati Cabang Kayen ini. Selain harga yang menjadi daya tarik anggota, sistem jemput bola juga sangat berpengaruh terhadap pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* yang ada di KSPPS Harum Pati Cabang Kayen. Sistem ini selain mempermudah anggotanya dalam membayar angsuran juga bisa mempererat hubungan antara KSPPS Harum Pati Kayen dengan para anggota. Melalui sistem jemput bola ini, pihak KSPPS memiliki keuntungan

tersendiri karena dapat mengetahui kondisi anggota yang sebenarnya, jadi jika terjadi pembiayaan bermasalah ini mempermudah pihak KSPPS dalam mengurusnya.

Selain itu produk BBA di KSPPS Harum Pati cabang Kayen juga sangat membantu masyarakat di sekitar KSPPS yang perekonomiannya cenderung menengah kebawah, dengan adanya produk ini maka masyarakat merasa terbantu jika membutuhkan dana sewaktu-waktu. Hal ini menunjukkan bahwa produk BBA banyak diminati masyarakat dan bermanfaat untuk masyarakat di wilayah sekitar KSPPS cabang Kayen.

Dalam menghadapi banyaknya persaingan KSPPS juga mempunyai kelemahan, yaitu :

- a. Kurangnya sumber daya manusia. Dengan kurangnya SDM ini mengakibatkan ketidak maksimalan untuk mencapai target yang telah ditetapkan oleh kantor pusat.
- b. Minimnya promosi. Dalam melakukan promosi KSPPS masih kurang karena masih banyak masyarakat yang belum mengerti secara rinci apa sebenarnya produk BBA itu sendiri.

Dengan mengetahui kelemahan-kelemahan tersebut maka KSPPS Harum Pati cabang Kayen harus mempunyai strategi pemasaran guna mengatasi kelemahan yang ada.

Dari segi peluang, produk BBA untuk berkembang dan meningkat sangatlah tinggi di wilayah Kayen dan sekitarnya, ini

dapat dilihat dari pertimbangan yang membentuk peluang-peluang :

- a. Dilihat dari segi agama, mayoritas masyarakat di Kayen adalah islam, mereka lebih tertarik mengajukan pembiayaan ke koperasi yang berbasis syariah dibanding yang berbasis konvensional.
- b. Koperasi yang berbasis syariah lebih transparan dalam perhitungannya dan tidak mengandung riba.
- c. Minimnya tingkat ekonomi masyarakat kayen dan sekitarnya mengakibatkan semakin banyak masyarakat yang membutuhkan dana untuk usahanya dan menggunakan produk BBA.

Namun dengan banyaknya persaingan antara lembaga keuangan lainnya di Kayen selain KSPPS Harum banyak juga KSPPS yang jaraknya juga tidak jauh dari KSPPS Harum, jadi ini sangat mempengaruhi tingkat anggota karena sewaktu waktu anggota bisa berpindah ke KSPPS lain jika kurang puas terhadap produk pembiayaan di KSPPS Harum cabang Kayen ini. Selain itu pembiayaan produk *Ba'i Bitsaman Ajil* yang bermasalah juga merupakan ancaman bagi KSPPS. Dengan diketahuinya ancaman tersebut diharapkan para karyawan dapat mengantisipasi dan mengupayakan strategi khusus agar ancaman ini tidak terjadi di KSPPS Harum Pati cabang Kayen.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas tentang Penerapan *Marketing Mix* pada Produk Pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* di KSPPS Harapan Umat Pati Cabang Kayen, maka dapat ditarik kesimpulan Penerapan *marketing mix* pada pembiayaan BBA yaitu pertama produk (*product*), pembiayaan BBA mempunyai keunggulan tersendiri dari produk lainnya. Kedua yaitu harga (*price*), penentuan cicilan setiap bulannya adalah 2% dari pembiayaan yang telah diajukan, dengan ini anggota tidak merasa disulitkan dalam pembayaran angsuran setiap bulannya. Ketiga adalah tempat (*place*), KSPPS Harum Pati cabang Kayen mempunyai letak yang strategis, selain di dekat jalan raya letaknya juga dekat dengan pasar, sehingga ini memudahkan anggotanya apabila ingin datang langsung ke KSPPS. Yang keempat yaitu promosi (*promotion*), promosi yang dilakukan KSPPS Harum Pati adalah melalui siaran radio, melalui *customer service* dan penyebaran brosur.

B. Saran

Guna meningkatkan anggota pada produk pembiayaan BBA, maka perlu memperhatikan beberapa hal, sebagai berikut:

1. Sosialisasi mengenai pembiayaan BBA lebih di tingkatkan dan lebih terperinci lagi agar masyarakat mengetahui dan memahami tentang pembiayaan BBA.

2. Tingkatkan sumber daya manusia dalam system jemput bola, karena system ini membutuhkan sumber daya manusia yang cukup agar bias mencapai dan melebihi target yang telah ditentukan.
3. Lebih banyak aktif dalam melakukan promosi agar masyarakat mengetahui pembiayaan BBA di KSPPS Harum Pati cabang Kayen.

Dengan selesainya Tugas Akhir ini penulis tidak lupa untuk mengucapkan syukur kepada Allah SWT, atas rahmat, taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulis mengetahui bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu dengan semua keterbatasan yang penulis punya penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca. Sehingga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akmala, Denise Tria, *Implementasi Marketing Mix Pada Produk Tabungan Utama Di Bank Mega Syariah Cabang Semarang*, TA 2015
- Al Arif, M. Nur Rianto *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Penerbit Alfabeta, 2012.
- Al-Qur'an dan terjemah.
- Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2007.
- Brosur KSPPS Harum Pati.
- Company Profile BMT Harum Pati.
- Ilmi SM, *Makhalul Teori dan Praktik Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: UII Pers, 2002.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014.
- Jurnal EMBA Vol.1 No.4 Desember 2013.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Layyinatufah, *Penerapan Marketing MIX Pada Produk Simpanan Sukarela Lancar (SIRELA) di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran Cabang Bandungan*, TA 2017.
- Lewis, Mervyn K. dan Latifah M. Algaod., *Perbankan Syariah Prinsip Praktik dan Prospek*, (Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta, 2001.

- Malik, Irsyadul, *Penerapan Akad Ba'i Bistaman Ajil (BBA) Pada Pembiayaan Multiguna Di KSPPS BMT Walisongo Semarang*, TA 2017.
- Nurhayati , Sri dan Wasilah, *Akutansi Syariah di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Perwataatmajda, Karnaen A. dan Muhammad Syafi'i Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf: 1992.
- Sumarni, Murti, *Manajemen Pemasaran Bank Edisi Kelima*, Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002.
- Sutarno, *Serba Serbi Manajemen Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998.
- Wawancara dengan Koordinator Cabang KSPPS Harum Pati cabang Kayen Bapak Sigit Nugroho pada 6 Febuari 2018
- Wawancara dengan bapak Awi selaku anggota pembiayaan BBA di KSPPS Harum Pati cabang kayen pada 8 Febuari 2018.
- Wawancara dengan Marketing KSPPS Harum Pati cabang Kayen Bapak Rahmat Suharto pada 6 Febuari 2018.
- Wawancara dengan Teller KSPPS Harum Pati cabang Kayen Ibu Hanik Muyasyaroh pada 6 Febuari 2018.
- Winamo, Surakhm a d, *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar, Metode, dan Teknik*, (Bandung: Tarsito, 1990).
- Wulandari, *Strategi Penanganan Pembiayaan Ba'i Bitsaman Ajil Bermasalah di BMT Harapan Umat Pati Cabang Gabus*, TA 2017.

Yaya, Rizal dkk, *Akutansi Perbankan Syariah*, Jakarta : Salemba Empat, 2014.

Yunus, Jamal Yulail Manajemen Bank Syariah Mikro, Malang: UIN-Malang Press, 2009.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Diah Angguningtiyas

Tempat, Tanggal Lahir : Pemalang, 11 Juli 1997

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Alamat : Jl. HOS Cokroaminoto No. 41 RT
02/03 Lawangrejo, Pemalang, Jawa
Tengah

Jenjang Pendidikan Formal

Tahun 2003 – 2009 : SDN 02 Lawangrejo

Tahun 2009 – 2012 : MTs Negeri Pemalang

Tahun 2012 – 2015 : SMA Negeri 2 Pemalang

Tahun 2015 – Sekarang : UIN Walisongo Semarang Fakultas
Ekonomi Dan Bisnis Islam