

**STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN MULTI BARANG
DENGAN MENGGUNAKAN AKAD MURABAHAH
PADA KSPPS BMT AL HIKMAH KANTOR CABANG
BABADAN**

TUGAS AKHIR

Diajukan Guna Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya dalam Ilmu Perbankan Syariah



Disusun Oleh :

GALUH ANJANI PUTRI
NIM : 1505015066

**PROGRAM D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2018

Dr. Ari Kristin P. S.E., M.Si.

Sewan RT 04/RW IV Puduk Payung, Banyumanik, Kota Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eksemplar

Hal : Naskah Tugas Akhir

An. Sdr. Galuh Anjani Putri

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya membaca, meneliti dan memperbaiki naskah Tugas Akhir, bersama ini saya kirim naskah Tugas Akhir saudara:

Nama : Galuh Anjani Putri

NIM : 1505015066

Judul : STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN MULTI
BARANG DENGAN MENGGUNAKAN AKAD
MURABAHAH PADA KSPPS BMT AL HIKMAH
KANTOR CABANG BABADAN

Dengan ini saya mohon kiranya Tugas Akhir saudara tersebut dapat segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 2 Juli 2018

Pembimbing



Dr. Ari Kristin P. S.E., M.Si.

NIP: 19790512 200501 2 004



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 : Galuh Anjani Putri

NIM : 1505015066

Judul : Strategi Pemasaran Pembiayaan Multi Barang Dengan Menggunakan Akad Murabahah Pada KSPPS BMT Al Hikmah Kantor Cabang Babadan

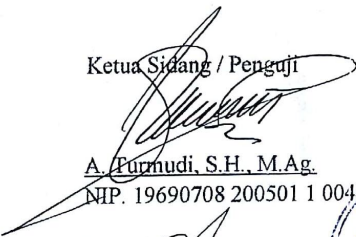
Telah diujikan oleh Dewan Penguji Program D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Islam Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat Cumlaude/Baik/Cukup, pada tanggal:

16 Juli 2018

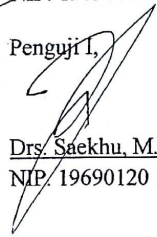
Dapat diterima, sebagai syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya Tahun Akademik 2018.

Semarang, 24 Juli 2018

Ketua Sidang / Penguji

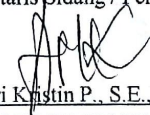

A. Fuznudi, S.H., M.Ag.
NIP. 19690708 200501 1 004

Penguji I,

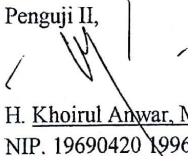

Drs. Saekhu, M.H.
NIP. 19690120 199403 1 004



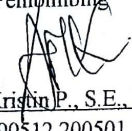
Sekretaris Sidang / Penguji


Dr. Ari Kristin P., S.E., M.Si.
NIP. 19790512 200501 2 004

Penguji II,


H. Khoirul Anwar, M.Ag.
NIP. 19690420 199603 1002

Pembimbing


Dr. Ari Kristin P., S.E., M.Si.
NIP. 19790512 200501 2 004

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ
اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisa : 29)

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Kepada Allah SWT yang telah memberikan kenikmatan dan kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, tidak lupa sholawat serta salam penulis panjatkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.
2. Kepada kedua orang tuaku, Bapak Asrokhim dan Ibu Sri Handayani yang selalu memberikan dukungan, semangat, bimbingan, serta kasih sayang yang tak henti-hentinya.
3. Untuk Mas Gilang Angga Syahputra selaku kakak penulis yang selalu memberi dukungan dan Adik Dwi Rahmadani Saputri selaku adik penulis yang selalu memberi semangat.
4. Untuk Ibu Ari Kristin P, S.E., M.Si. selaku pembimbing yang dengan tulus ikhlas memberikan waktu luang dan ilmunya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Keluarga D3 Perbankan Syariah angkatan 2015 yang telah membantu pembuatan Tugas Akhir ini.
6. Seluruh karyawan KSPPS BMT Al Hikmah yang telah membantu dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Semua pihak yang telah membantu, memberi dukungan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

DEKLARASI

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

Semarang, 2 Juli 2018

Deklarator,



Galuh Anjani Putri

NIM. 1505015066

ABSTRAK

Pembiayaan multi barang yang menggunakan akad *murabahah* merupakan produk penyaluran dana yang dimiliki oleh KSPPS BMT Al Hikmah Kantor Cabang Babadan. Dalam proses memasarkan pembiayaan multi barang BMT harus menyusun strategi-strategi pemasaran yang efektif dan matang agar berjalan lancar sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk penghimpunan dana maupun penyaluran dana yang dimiliki oleh BMT.

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran pembiayaan multi barang pada KSPPS BMT Al Hikmah Kantor Cabang Babadan, lalu hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi dalam memasarkan produk pembiayaan multi barang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kualitatif. Untuk melengkapi data dalam penyusunan tugas akhir ini penulis menggunakan langkah pengumpulan data dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi serta studi kepustakaan yang berkaitan dengan penelitian ini.

Hasil dari penelitian menjelaskan bahwa strategi pemasaran yang digunakan memasarkan produk pembiayaan multi barang menggunakan unsur bauran pemasaran/*marketing mix* yaitu berupa *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi). Dalam kegiatan promosi untuk memasarkan produk pembiayaan multi barang yang digunakan pada KSPPS BMT Al Hikmah yaitu, *door to door* (jemput bola), sosialisasi produk dilingkungan masyarakat, iklan yang terdiri dari brosur dan spanduk. Lalu hambatan-hambatan yang mempengaruhi dalam memasarkan produk pembiayaan multi barang terdiri dari mayoritas masyarakat belum paham tentang lembaga keuangan syariah, rendahnya mutu pendidikan sumber daya manusia dalam bidang keuangan syariah, persaingan antar BMT yang semakin ketat.

Kata Kunci: *Strategi, Pemasaran, Murabahah, BMT Al Hikmah Kantor Cabang Babadan.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberi rahmat, taufiq serta hidayah-Nya. Tak lupa kita panjatkan shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul: STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN MULTI BARANG DENGAN MENGGUNAKAN AKAD MURABAHAH PADA KSPPS BMT AL HIKMAH KANTOR CABANG BABADAN. Tugas Akhir ini disusun dalam rangka memenuhi persyaratan tugas dan melengkapi syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya Perbankan Syariah.

Dalam penulisan tugas akhir ini penulis menyadari bahwa proses penyusunan tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Bapak Dr. H. Imam Yahya, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
3. Bapak Johan Arifin, S.Ag. MM selaku Ketua Jurusan Program D III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

4. Ibu Dr. Ari Kristin P. S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah berjasa membantu dalam pembuatan tugas akhir ini
5. Seluruh dosen pengajar Program D III Perbankan Syariah UIN Walisongo
6. Bapak Muhari, S. Ag., selaku Ketua Pengurus di BMT Al Hikmah Ungaran
7. Bapak Awing Fraptiyo, SE selaku Kepala Operasional di BMT Al Hikmah Kantor Cabang Babadan
8. Kedua Orang Tua, kakak dan adik yang selalu memberi dukungan dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini
9. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini

Penulis percaya bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga penulis akan sangat berterima kasih atas kritik dan saran yang bersifat membangun penyempurnaan tugas akhir ini. Penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi kita semua, Aamiin.

Semarang, 1 Juli 2018

Galuh Anjani Putri
1505015066

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Hasil Penelitian	8
D. Tinjauan Pustaka	9
E. Metodologi Penelitian	11
F. Sistematika Penulisan	13
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Definisi Murabahah	15
1. Pengertian Murabahah	15
2. Dasar Hukum Murabahah	17

3. Rukun dan Syarat Murabahah	18
4. Fatwa DSN Tentang Murabahah	20
5. Tujuan dan Manfaat Murabahah	25
6. Skema Murabahah	25
7. Contoh Pembiayaan Murabahah	27
B. Definisi Strategi Pemasaran	29
1. Pengertian Strategi Pemasaran	29
2. Konsep Pemasaran	30
3. Strategi Pemasaran	33
4. Tujuan Pemasaran	35
5. Bauran Pemasaran	36

BAB III : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran.....	46
B. Tujuan dan Sasaran KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran	48
C. Badan Hukum Lembaga KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran	49
D. Visi dan Misi KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran	49
E. Struktur Organisasi KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran	51
F. Ruang Lingkup Usaha KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran	58
G. Strategi Pemasaran KSPPS BMT Al Hikmah Kantor Cabang Babadan	70

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Strategi Pemasaran Pembiayaan Multi Barang di
KSPPS BMT Al Hikmah Kantor Cabang Babadan .. 73
- B. Hambatan-Hambatan dan Solusi yang dihadapi KSPPS
BMT Al Hikmah dalam Proses Pemasaran Pembiayaan
Multi Barang 78

BAB V : PENUTUP

- A. Kesimpulan 82
- B. Saran..... 83
- C. Penutup..... 84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Gambar 1.1 Jumlah Nasabah dan Total Pembiayaan Multi Barang KSPPS BMT Al Hikmah Kantor Cabang Babadan	7
Gambar 2.2 Tabel Contoh Pembiayaan Murabahah	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Pembiayaan Murabahah	26
Gambar 3.1 Struktur Organisasi KSPPS BMT Al Hikmah	51

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sistem ekonomi dan keuangan syariah semakin memperlihatkan gairahnya di Indonesia. Selain perbankan yang telah berjalan 13 tahun, lembaga-lembaga keuangan lain, seperti asuransi syariah dan dana pensiun syariah, kini juga telah menunjukkan dukungan yang menggembirakan terhadap ekonomi syariah. Selain itu para pelaku pasar modal syariah juga mulai menunjukkan perhatian terhadap ekonomi syariah.

Sudah sangat banyak lembaga keuangan Islam yang tumbuh dan berkembang di Indonesia. Walaupun perkembangan di Indonesia ini boleh dibilang terlambat dibandingkan dengan negara-negara lain, namun kita patut bersyukur ternyata perkembangan ekonomi syariah di Indonesia mengalami kemajuan yang sangat cepat. Dengan disahkannya UU Perbankan No. 10/1998, telah memberikan landasan luas bagi berdirinya perbankan syariah di Indonesia. Selama kurun waktu enam tahun sejak tahun 1992 hingga 1998 hanya ada satu bank Islam di Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI). Dengan Undang-Undang baru ini maka dimungkinkan keleluasaan dari segi dasar pendirian bank sehingga dalam kurun waktu kurang dari tiga tahun telah bermunculan beberapa bank syariah baru, seperti Bank

Syariah Mandiri (BSM), Bank IFI cabang usaha syariah, Bank Bukopin Syariah, Bank Danamon Syariah dan menyusul beberapa bank konvensional lainnya yang sudah berminat untuk membuka cabang syariah atau mengonversikan salah satu anak perusahaannya menjadi *fully syariah implemented*.

Kedudukan perbankan syariah itu kenyataannya masih berkonsentrasi pada masyarakat perkotaan dan lebih melayani kepada usaha-usaha menengah ke atas. Sementara mayoritas Muslimin berada di pedesaan dan memiliki usaha yang relatif kecil dan terbatas. Untuk sekalipun sudah banyak berdiri bank-bank Islam di tanah air, namun mereka (kaum Muslimin pedesaan) tetap saja belum mendapatkan akses yang optimal kepada sistem perbankan syariah (Basri, 2002).

Karena itulah dikembangkan lembaga-lembaga keuangan syariah yang dapat berinteraksi dengan umat di pedesaan dengan kemudahan dan memberikan pembiayaan usaha-usaha kecil dan mikro. Lembaga-lembaga keuangan syariah ini adalah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS), Pegadaian Syariah dan Baitul Maal Wattamwil (BMT). Barangkali unit-unit keuangan syariah kelas mikro inilah yang memberikan keunikan dari perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia dibandingkan dengan yang berkembang di negara-negara Islam lainnya.¹

¹ Abdul Ghofur Anshori, *Gadai Syariah di Indonesia*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2011, h. 184-185

Dari persoalan di atas, mendorong munculnya lembaga keuangan syariah alternatif. Yakni sebuah lembaga yang tidak saja berorientasi pada bisnis tetapi juga sosial. Juga lembaga yang tidak melakukan pemusatan kekayaan pada sebagian kecil orang pemilik modal (pendiri) dengan penghisapan pada mayoritas orang, tetapi lembaga yang kekayaannya terdistribusi secara merata dan adil. Lembaga yang terlahir dari kesadaran umat dan ditakdirkan untuk menolong kelompok mayoritas yakni pengusaha kecil/mikro. Lembaga yang tidak terjebak pada permainan bisnis untuk keuntungan pribadi, tetapi membangun kebersamaan untuk mencapai kemakmuran bersama. Lembaga tersebut adalah Baitul Maal Wattamwil (BMT).²

BMT terdiri dari dua istilah, yaitu *baitul maal* dan *baitul tamwil*. *Baitul maal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang *non profit*, seperti zakat, infaq, dan shadaqah. Sedangkan *baitul tamwil* sebagai usaha pengumpulan dana dan penyaluran dan komersial.³

BMT memiliki basis kegiatan ekonomi rakyat dengan falsafah yang sama yaitu dari anggota, oleh anggota dan untuk anggota. Dan berdasarkan Undang-Undang RI Nomor 25

² Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wattamwil*, Yogyakarta: UII Press, 2004, h. 73

³ Choirul Huda, *Ekonomi Islam*, Semarang: CV Karya Abadi Jaya. 2015, h. 137

Tahun 1992, BMT berhak menggunakan badan hukum koperasi. Berdasarkan UU tersebut BMT pada dasarnya sama dengan koperasi simpan pinjam atau unit simpan pinjam konvensional, perbedaannya hanya terletak pada kegiatan operasional yang menggunakan prinsip syariah dan etika moral dengan melihat kaidah halal dan haram dalam melakukan usahanya.

Berangkat dari kebijakan pengelolaan BMT yang memfokuskan anggotanya pada sektor keuangan dalam hal penghimpunan dana dan pendayagunaan dana tersebut, maka bentuk idealnya adalah Koperasi Simpan Pinjam Syariah yang selanjutnya disebut KJKS (Koperasi Jasa Keuangan Syariah) sebagaimana Keputusan Menteri Koperasi RI No.91/Kep/M.KUKM/IX/2004 “Tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah”.

Badan hukum koperasi syariah dianggap sah setelah akta pendiriannya dikeluarkan oleh notaris yang ditunjuk dan disahkan oleh pemerintah melalui Kandep Koperasi untuk keanggotaan wilayah Kabupaten/Kodya, sedangkan untuk keanggotaan yang meliputi provinsi harus dibuat di Konwil Koperasi provinsi yang bersangkutan.⁴

⁴ Hendar, *Manajemen Perusahaan Koperasi*, Jakarta: Erlangga, 2003, h. 10

Sebagai lembaga bisnis, BMT lebih mengembangkan usahanya pada sektor keuangan, yakni simpan-pinjam. Usaha ini seperti usaha perbankan yakni menghimpun dana anggota dan calon anggota (nasabah) serta menyalurkannya kepada sektor ekonomi yang halal dan menguntungkan. Namun demikian, terbuka luas bagi BMT untuk mengembangkan lahan bisnisnya pada sektor riil maupun sektor keuangan lain yang dilarang yang dilakukan oleh lembaga keuangan bank. Karena BMT bukan bank, maka ia tidak tunduk pada peraturan perbankan.

Pada dataran hukum Indonesia, badan hukum yang paling mungkin untuk BMT adalah koperasi, baik serba usaha (KSU) maupun simpan-pinjam (KSP). Namun demikian, sangat mungkin dibentuk perundangan tersendiri, mengingat sistem operasional BMT tidak sama persis dengan perkoperasian, semisal LKM (Lembaga Keuangan Mikro) Syariah.⁵

Oleh karena itu hadirnya BMT di tengah-tengah masyarakat memberikan peran yang luar biasa bagi pertumbuhan ekonomi bangsa ini tentunya ekonomi yang berbasis syariah. Dengan ada banyaknya BMT maupun KJKS

⁵ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wattamwil*, Yogyakarta: UII Press, 2004, h. 125-127

yang bermunculan di Indonesia salah satunya adalah KSPPS BMT Al Hikmah juga ikut berkontribusi dalam pemberdayaan masyarakat menengah ke bawah. Dengan adanya produk yang ditawarkan KSPPS BMT Al Hikmah yang mengeluarkan produk pendanaan dan pembiayaan syariah yang setiap produknya mempunyai akad masing-masing. Salah satu akad dalam produk pembiayaan yang ada di KSPPS BMT Al Hikmah adalah pembiayaan multibarang yang menggunakan akad *murabahah*.

Dalam rangka memperkenalkan atau mengembangkan produk pembiayaan multi barang yang menggunakan akad *murabahah* maka perlu dilakukan strategi pemasaran yang baik dan tepat guna menumbuhkan kepercayaan masyarakat untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Agar produk pembiayaan multi barang yang menggunakan akad *murabahah* diminati oleh masyarakat, maka KSPPS BMT Al Hikmah harus dapat menerapkan strategi pemasaran yang baik dan tepat guna menumbuhkan kepercayaan masyarakat dalam menggunakan produk yang ditawarkan tersebut.

Jumlah nasabah produk pembiayaan multi barang di BMT Al Hikmah dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, akan tetapi pada tahun 2017 mengalami penurunan dibandingkan pada tahun sebelumnya yaitu tahun 2016.

**Jumlah Nasabah dan Total Pembiayaan Multi Barang
Periode 2014-2017
KSPPS BMT Al Hikmah Cabang Babadan**

Tahun	Jumlah Nasabah	Jumlah Pembiayaan
2014	5	280.832.080
2015	4	270.032.080
2016	8	290.282.080
2017	4	265.432.080

Sumber: File dari BMT Al Hikmah Kantor Cabang Babadan

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis dapat memberikan gambaran bahwa strategi pemasaran merupakan aspek penting dalam lembaga keuangan syariah khususnya KSPPS BMT Al Hikmah. Hal tersebut menjadi faktor pendukung guna menghadapi persaingan pasar yang semakin kompleks serta diharapkan mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.

Dari uraian di atas, penulis merasa tertarik untuk mengkaji pembiayaan multi barang yang menggunakan akad *murabahah* yang merupakan penyaluran dana yang dilaksanakan di KSPPS BMT Al Hikmah Kantor Cabang Babadan. Oleh karena itu, penulis membahas dalam bentuk tugas akhir dengan judul **“Strategi Pemasaran Produk**

Pembiayaan Multi Barang Dengan Menggunakan Akad Murabahah Pada KSPPS BMT Al Hikmah Kantor Cabang Babadan”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan multi barang dengan menggunakan akad *murabahah* di KSPPS BMT Al Hikmah?
2. Hambatan apa saja yang dihadapi oleh KSPPS BMT Al Hikmah dalam memasarkan produk pembiayaan multi barang dengan menggunakan akad *murabahah* dan bagaimana solusinya?

C. Tujuan dan Manfaat Hasil Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian yang penulis lakukan di BMT Al Hikmah adalah :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran dalam pelaksanaan pembiayaan multi barang dengan menggunakan akad *murabahah* di KSPPS BMT Al Hikmah.

Sedangkan manfaat yang diperoleh dari penelitian ini untuk berbagai pihak, antara lain adalah :

1. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dan berfikir kreatif tentang bagaimana strategi pemasaran pembiayaan multi barang dengan menggunakan akad *murabahah* di KSPPS BMT Al Hikmah.

2. Bagi BMT Al Hikmah

Sebagai bahan evaluasi dalam upaya meningkatkan dan mengembangkan produk pembiayaan multi barang sebagai produk unggulan di BMT Al Hikmah.

3. Bagi D3 Perbankan Syariah

Bisa menambah informasi dan referensi bagi para pembaca yang membutuhkan data untuk penelitian.

4. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan sumber ilmu pengetahuan bagi masyarakat mengenai pembiayaan multi barang yang menggunakan akad *murabahah*.

D. Tinjauan Pustaka

Adapun yang menjadi tinjauan pustaka untuk bahan perbandingan dalam menyusun laporan Tugas Akhir, penulis menggunakan beberapa penelitian yang sudah dilaksanakan yang berkaitan dengan strategi pemasaran pembiayaan multibarang dengan menggunakan akad *murabahah*, antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Abdurrohman Al Ayubi dengan NIM 1111053000001 yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN MURABAHAH (Studi Kasus di PT. Bank Mega Syariah Kantor Cabang Tangerang City)”, menyimpulkan bahwa Bank Mega Syariah memerlukan strategi khusus dan ketrampilan

tersendiri. Dimulai dari persiapan menyusun marketing strategi dengan mempertimbangkan unsur produk, *price*, dan promosi.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Aziyah Sholaemah dengan NIM 20111014 yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH (Studi Kasus di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banyumanik Semarang)”, menyimpulkan bahwa strategi pemasaran produk pembiayaan *murabahah* yang diterapkan Bank Syariah Mandiri KCP Banyumanik antara lain meliputi beberapa strategi, diantaranya strategi dengan promosi, *door to door* / jemput bola, referensi dari teman, nasabah yang *Top Up*, para *marketing* harus menguasai produk yang ditawarkan, strategi *personal selling*.
1. Penelitian yang dilakukan oleh Ririn Widiawati dengan NIM 122503095 yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH (Studi Kasus di Bank Mega Syariah Cabang Ungaran)”, menyimpulkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan pada Bank Mega Syariah Cabang Ungaran menggunakan beberapa pendekatan yang disesuaikan dengan kebutuhan, segmentasi pasar dan sasaran yang dituju adalah *door to door*, iklan (brosur, spanduk, media elektronik) dan jemput bola.

E. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan tugas akhir ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.⁶

2. Sumber Data

Data yang digunakan untuk penelitian ini jika digolongkan menurut sumber perolehannya dapat digolongkan menjadi dua jenis, yaitu:

a. Data Primer

Data primer, yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Pengumpulan data tersebut dilakukan secara khusus untuk mengatasi riset yang sedang diteliti.

b. Data Sekunder

Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan

⁶ Lexy J. Meolong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2009, h. 186

diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.⁷

3. Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada responden untuk memperoleh informasi verbal dari responden. Metode wawancara membutuhkan kemampuan atau pendekatan personal yang kreatif dalam mengembangkan bahan wawancara dan mampu mendorong informan bercerita bebas dan terbuka.

b. Observasi

Observasi merupakan cara memperoleh data dengan mengamati (perilaku-bukan perilaku dari) subjek penelitian dan merekam jawabannya untuk dianalisis. Metode dalam observasi bisa dalam bentuk terstruktur dan tidak terstruktur. Dalam observasi bentuk struktur, peneliti merinci secara detail sesuatu yang akan diamati dan bagaimana pengukuran dapat direkam. Dalam observasi bentuk tidak terstruktur, peneliti berupaya mengamati segala aspek fenomena

⁷ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013, h. 101-102

yang berkaitan dengan masalah yang sedang ditangani.⁸

c. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data- data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.⁹

F. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas tentang akad *murabahah*, strategi pemasaran dan membahas tentang bauran pemasaran.

⁸ Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Teori dan Praktik*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013, h. 21-23

⁹ Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013, h. 152

BAB III : GAMBARAN UMUM KSPPS BMT AL
HIKMAH

KANTOR BABADAN

Pada bab ini berisi tentang sejarah singkat, visi dan misi, struktur organisasi, deskripsi jabatan, dan produk-produk.

BAB IV : PEMBAHASAN

Berisi tentang mengenai prosedur produk pembiayaan multi barang dengan akad murabahah, strategi pemasaran pembiayaan multi barang yang menggunakan akad *murabahah* dan hambatan-hambatan dalam melakukan strategi pemasaran.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari pembahasan, saran-saran serta kata penutup sebagai akhir dari pembahasan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Definisi *Murabahah*

1. Pengertian *Murabahah*

Murabahah merupakan produk pembiayaan perbankan syariah yang dilakukan dengan mengambil bentuk transaksi jual-beli (*ba'i* atau *sale*). Namun *murabahah* bukan transaksi jual beli biasa antara satu pembeli dan satu penjual saja sebagaimana yang kita kenal di dalam dunia bisnis perdagangan di luar perbankan syariah. Pada perjanjian *murabahah*, bank membiayai pembelian barang atau asset yang dibutuhkan oleh nasabahnya dengan membeli terlebih dahulu barang itu dari pemasok barang dan setelah kepemilikan barang itu secara yuridis berada di tangan bank, kemudian bank tersebut menjualnya kepada nasabah dengan menambahkan suatu *mark-up*/margin atau keuntungan di mana nasabah harus diberitahu oleh bank berapa harga beli bank dari pemasok dan menyepakati berapa besar *mark-up*/margin yang ditambahkan ke atas harga beli bank tersebut. Dengan kata lain, penjualan barang oleh bank kepada nasabah dilakukan atas dasar *cost-plus profit*.

Menurut Tarek al-Diwany, sebagaimana dikutip oleh Khir et al., *murabahah* adalah suatu bentuk jual-beli berdasarkan kepercayaan (*trust sale*) karena pembeli harus percaya bahwa penjual akan mengungkapkan harga beli yang sebenarnya (*true cost*).

Setelah penjual dan pembeli membicarakan mengenai harga beli yang sesungguhnya dari penjual, yaitu harga yang diperolehnya dari pemasok, baru kemudian antara penjual dan pembeli menyetujui besarnya (*profit margin*) baik besarnya ditentukan berdasarkan presentase tertentu dari harga beli penjual atau berdasarkan suatu jumlah tertentu yang disepakati oleh kedua belah pihak. Dalam transaksi *murabahah*, bank memikul resiko yang mungkin timbul atas pembelian suatu barang itu dalam kekuasaannya sebelum akhirnya dijual kepada pihak lain dengan menambahkan suatu keuntungan (*mark-up*). Keuntungan ini dianggap merupakan imbalan atas kemungkinan resiko yang menjadi tanggung jawab bank, baik berupa kehilangan atau kerusakan, sebelum barang itu akhirnya dijual kepada nasabah. Dengan kata lain, bank terlibat dalam pembelian dan penjualan memikul resiko tertentu. Oleh karena itu, adalah sudah sepatutnya apabila bank memperoleh

keuntungan atas transaksi penjualan yang dilakukannya kepada nasabah.¹⁰

2. Dasar Hukum *Murabahah*

Boleh tidaknya transaksi *murabahah* menurut Islam, diatur dalam Al-Qur'an dan Hadits.

a. Al-Qur'an

Ayat Al-Qur'an yang dapat dijadikan dasar hukum pernjanjian jual beli adalah QS. Al-Baqarah ayat 275 dan QS. An-Nisa ayat 29 :

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya:

“...Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...”

dan ayat:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesama dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu...”

¹⁰ Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah: Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*, Jakarta: Kencana, 2014, h. 191-192

b. Adapun dalam hadist disebutkan:

'Pendapat yang paling afdhal adalah hasil karya tangan seseorang dan jual beli yang mabrur.' (HR. Ahmad, Al-Bazzar, Ath-Thabarani)

Dari Suab Ar-Rumi r.a., bahwa Rasulullah bersabda:

*'Tiga perkara yang di dalamnya terdapat keberkatan: (1) menjual dengan pembayaran tangguh (murabahah), (2) muqaradhah (nama lain dari mudharabah), (3) mencampurkan tepung dengan gandum untuk kepentingan rumah bukan untuk diperjualbelikan.'*¹¹

3. Rukun dan Syarat *Murabahah*

a. Rukun *Murabahah*

Rukun jual beli *murabahah* menurut Madzab Hanafi adalah ijab dan kabul, sedangkan menurut Jumbuh ulama ada empat rukun yaitu: orang yang menjual, orang yang membeli, sighthat, dan barang yang di akadkan.

Menurut Madzab Hanafi bahwa ijab adalah menetapkan perbuatan tertentu yang menunjukkan keridhaan yang keluar pertama kali dari pembicaraan salah satu dari dua orang yang mengadakan akad. Kabul adalah apa yang diucapkan kedua kali dari

¹¹ Herry Sutanto & Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013, h. 182.

pembicaraan salah satu dari kedua belah pihak. Jadi yang dianggap adalah awal munculnya dan yang kedua saja. Baik yang berasal dari pihak penjual maupun dari pihak pembeli.

Menurut ulama Jumhar, *ijab* adalah apa yang muncul dari orang yang mempunyai hak dan memberikan hak kepemilikannya meskipun munculnya belakangan, sedangkan *kabul* adalah apa yang muncul dari orang yang akan memiliki barang yang dibelinya meskipun munculnya di awal.

b. Syarat *Murabahah*

Syarat jual beli adalah sesuai dengan jual beli yaitu:

1) Orang yang berakal

Orang yang melakukan jual beli harus memenuhi:

a) Berakal. Oleh karena itu, jual beli yang dilakukan anak kecil dan orang gila hukumnya tidak sah. Menurut Jumhur ulama bahwa orang yang melakukan akad jual beli itu harus telah baligh dan berakal.

b) Yang melakukan akad jual beli adalah orang berbeda.

2) *Ijab Kabul*

Menurut para ulama fiqih, syarat *ijab* dan *kabul* adalah:

- a) Orang yang mengucapkan telah baligh dan berakal
 - b) Kabul sesuai dengan ijab
 - c) Ijab dan kabul itu dilakukan dalam satu majelis.
- 3) Barang yang dijualbelikan

Syarat barang yang diperjualbelikan yaitu:

- a) Barang itu ada atau tidak ada di tempat, tetapi pihak penjual menyatakan kesanggupannya untuk mengadakan barang itu.
- b) Dapat dimanfaatkan dan bermanfaat bagi manusia
- c) Milik seseorang, barang yang sifatnya belum dimiliki seseorang tidak boleh diperjualbelikan
- d) Boleh diserahkan saat akad berlangsung dan pada waktu disepakati bersama ketika transaksi berlangsung.¹²

4. Fatwa DSN Tentang *Murabahah*

Pembiayaan *murabahah* telah diatur dalam Fatwa DSN No. 04/DSN-MUI/IV/2000 pada tanggal 1 April 2000 yang intinya menyatakan bahwa dalam rangka membantu masyarakat guna melangsungkan dan meningkatkan kesejahteraan dan berbagai kegiatan bank syariah perlu memiliki fasilitas *murabahah* bagi yang

¹² Osmad Muthaher, *Akuntansi Perbankan Syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu 2012, h. 59-60

memerlukannya yaitu menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembayarinya dengan harga yang lebih sebagai laba.

Ketentuan tentang pembiayaan *murabahah* yang tercantum dalam Fatwa DSN No. 04/DSN-MUI/IV/2000 adalah sebagai berikut:

a. Ketentuan Umum Murabahah

- 1) Bank dan nasabah harus melakukan akad *murabahah* yang bebas riba.
- 2) Barang yang diperjualbelikan tidak diharamkan oleh syariat Islam.
- 3) Bank membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya.
- 4) Bank membeli barang yang diperlukan nasabah atas nama bank sendiri dan pembelian ini harus sah dan bebas riba.
- 5) Bank harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara utang.
- 6) Bank kemudian menjual barang tersebut kepada nasabah (pemesan) dengan harga jual senilai harga beli plus keuntungannya. Dalam kaitan ini Bank harus memberitahu secara jujur harga pokok

barang kepada nasabah berikut biaya yang diperlukan.

- 7) Nasabah membayar harga barang yang telah disepakati tersebut pada jangka waktu tertentu yang telah disepakati.
 - 8) Untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan atau kerusakan akad tersebut, pihak bank dapat mengadakan perjanjian khusus dengan nasabah.
 - 9) Jika bank hendak mewakilkan kepada nasabah untuk membeli barang dari pihak ketiga. Akad jual beli *murabahah* harus dilakukan setelah barang, secara prinsip, menjadi milik bank.
- b. Ketentuan *Murabahah* kepada Nasabah
- 1) Nasabah mengajukan permohonan dan perjanjian pembelian suatu barang atau *asset* kepada bank.
 - 2) Jika bank menerima permohonan tersebut, ia harus membeli terlebih dahulu *asset* yang dipesannya secara sah dengan pedagang.
 - 3) Bank kemudian menawarkan *asset* tersebut kepada nasabah dan harus nasabah harus menerima (membeli)-nya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakatinya, karena secara hukum perjanjian tersebut mengikat, kemudian kedua belah pihak harus membuat kontrak jual beli.

- 4) Dalam jual beli ini bank dibolehkan meminta nasabah untuk membayar uang muka saat menandatangani kesepakatan awal pemesanan.
- 5) Jika nasabah kemudian menolak membeli barang tersebut, biaya *riil* bank harus dibayar dari uang muka tersebut.
- 6) Jika nilai uang muka kurang dari kerugian yang harus ditanggung oleh bank, bank dapat meminta kembali sisa kerugiannya kepada nasabah.
- 7) Jika uang muka memakai kontrak '*urbun* sebagai alternatif dari uang muka, maka:
 - a) Jika nasabah memutuskan untuk membeli barang tersebut, ia tinggal membayar sisa harga.
 - b) Jika nasabah batal membeli, uang muka menjadi milik bank maksimal sebesar kerugian yang ditanggung oleh bank akibat pembatalan tersebut, dan jika uang muka tidak mencukupi, nasabah wajib melunasi kekurangannya.
- 8) Jaminan dalam *murabahah* diperbolehkan, agar nasabah serius dengan pesannya. Disini bank dapat meminta nasabah untuk menyediakan jaminan yang dapat dipegang.

- 9) Utang dalam *murabahah* secara prinsip penyelesaiannya tidak ada kaitannya dengan transaksi lain yang dilakukan nasabah dengan pihak ketiga atas barang tersebut. Jika nasabah menjual kembali barang tersebut dengan keuntungan atau kerugian, ia tetap berkewajiban untuk menyelesaikan utangnya kepada bank. Jika nasabah menjual barang tersebut sebelum masa angsuran berakhir, ia tidak wajib segera melunasi seluruh angsurannya. Kemudian jika penjualan barang tersebut menyebabkan kerugian, nasabah harus tetap menyelesaikan utangnya sesuai kesepakatan awal. Ia tidak boleh memperlambat pembayaran angsuran atau meminta kerugian itu diperhitungkan.
- c. Penundaan pembayaran dalam *murabahah*
Bahwa nasabah yang memiliki kemampuan tidak dibenarkan menunda penyelesaian utangnya, jika nasabah menunda-nunda pembayaran dengan sengaja, atau jika salah satu pihak menunaikan kewajibannya, maka penyelesaiannya dilakukan melalui badan Arbitrase Syariah setelah tidak mencapai kesepakatan melalui musyawarah.
- d. Bangkrut dalam *murabahah*, jika nasabah telah dinyatakan pailit dan gagal menyelesaikan utangnya,

bank harus menunda tagihan utang sampai ia menjadi sanggup kembali.¹³

5. Tujuan/Manfaat *Murabahah*

a. Bagi Bank

- 1) Sebagai salah satu bentuk penyaluran dana
- 2) Memperoleh pendapatan dalam bentuk *margin*

b. Bagi Nasabah

- 1) Merupakan salah satu alternatif untuk memperoleh barang tertentu melalui pembiayaan dari bank
- 2) Dapat mengangsur pembayaran dengan jumlah angsuran yang tidak akan berubah selama masa perjanjian.¹⁴

6. Skema *Murabahah*

Dalam pembiayaan *murabahah*, sekurang-kurangnya terdapat dua pihak yang melakukan transaksi jual beli, yaitu bank syariah sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli barang.

¹³ Khotibul Umam, *Perbankan Syariah: Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016, h. 105-108

¹⁴ Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014, h. 47



Sumber: Muhammad, 2002

Keterangan:

1. Bank syariah dan nasabah melakukan negosiasi tentang rencana transaksi jual beli yang akan dilaksanakan. Poin negosiasi meliputi jenis barang yang akan dibeli, kualitas barang dan harga jual.
2. Bank syariah melakukan akad jual beli dengan nasabah, dimana bank syariah sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli. Dalam akad jual beli ini, ditetapkan barang yang menjadi objek jual beli yang telah dipilih oleh nasabah, dan harga jual barang.
3. Atas dasar akad yang dilaksanakan antara bank syariah dan nasabah, maka bank syariah membeli barang dari supplier/penjual. Pembelian yang

dilakukan oleh bank syariah ini sesuai dengan keinginan nasabah yang telah tertuang dalam akad.

4. Supplier mengirimkan barang kepada nasabah atas perintah bank syariah.
5. Nasabah menerima barang dari supplier dan menerima dokumen kepemilikan barang tersebut.
6. Setelah menerima barang dan dokumen, maka nasabah melakukan pembayaran. Pembayaran yang lazim dilakukan oleh nasabah ialah dengan cara angsuran.¹⁵

7. Contoh Pembiayaan *Murabahah*

Bapak Kholid akan mengajukan pembiayaan untuk membeli mobil seharga Rp 150.000.000,- (*seratus lima puluh juta rupiah*). Disepakati Bank akan membelikan mobil tersebut ke diller mobil (*supplier*) yang telah menjadi mitra bank syariah yang kemudian akan dikirim kepada Bapak Kholid dengan nama kepemilikan barang langsung Bapak Kholid.

Bapak Kholid akan membayar mobil secara tangguh kepada Bank selama 15 bulan dengan cicilan pokok sebesar Rp. 10.000,- (*sepuluh juta rupiah*) per bulan. Dikarenakan Bapak Kholid membayar secara tangguh, maka terdapat kewajiban lain yang harus dibayarkan yaitu membayar keuntungan (*ribhun*)

¹⁵ Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2011, h. 139-140

tambahan kepada pihak bank. Keuntungan tambahan ini seringkali disebut dengan *profit margin* atau *mark-up price*. Disepakati selama 15 bulan masa tangguh pembayaran, Bapak Kholid harus membayar keuntungan sebesar Rp. 21.000.000,- (*dua puluh satu juta rupiah*).

Sehingga dalam 15 bulan Bapak Kholid akan membayar harga barang total menjadi Rp. 171.000.000,- (*seratus tujuh puluh satu juta rupiah*). Perubahan harga mobil yang semula Rp. 150.000.000,- menjadi Rp. 171.000.000,- disebut *mark-up price* atau harga yang dinaikkan atas dasar pertimbangan banyak aspek yang ditawarkan oleh pihak bank sebagai penjual dan disepakati oleh nasabah sebagai pihak pembeli. Semuanya disepakati pada saat negosiasi.¹⁶

JENIS	WAKTU	JUMLAH		TOTAL
		<u>Pembiayaan</u>	<u>Angsuran</u>	
<u>Harga barang / mobil</u>		Rp. 150.000.000,-		
<u>Waktu perjanjian</u>	<u>15 bulan</u>			
<u>Ribhun</u>	<u>perbulan</u>		Rp. 1.400.000,-	
<u>Cicilan pokok harga barang</u>	<u>perbulan</u>		Rp. 10.000.000,-	
<u>Total Angsuran</u>	15x		Rp. 11.400.000,-	Rp. 171.000.000,-

¹⁶ Ahmad Dahlan, *Buku Syariah Teoritik, Praktik, Kritik*, Yogyakarta: Teras, 2012, h. 193-194

B. Definisi Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha, baik yang berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Hanya saja sebagian pelaku pemasaran tidak atau belum mengerti ilmu pemasaran, tetapi sebenarnya mereka telah melakukan usaha-usaha pemasaran. Hal ini terjadi karena pelaku pemasaran belum pernah belajar atau bahkan belum pernah mendengar kata-kata pemasaran. Justru kejadian seperti ini banyak terjadi di kehidupan masyarakat.

Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga bisa dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat. Para pesaing justru semakin gencar melakukan usaha pemasaran dalam rangka memasarkan produknya.

Selama ini pengertian pemasaran oleh berbagai organisasi sering disalahartikan. Tidak sedikit organisasi menyebutkan pemasaran sama dengan promosi atau periklanan atau penjualan. Bahkan departemen pemasaran pun sering disebut departemen penjualan, termasuk

manajer pemasaran diartikan sebagai manajer penjualan, sedangkan staf pemasaran hanyalah dianggap sebagai *salesman*.

Philip Kotler mendefinisikan pengertian pemasaran adalah:

Suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.¹⁷

2. Konsep Pemasaran

Dalam kegiatan pemasaran terdapat beberapa konsep yang mana masing-masing konsep memiliki tujuan yang berbeda. Konsep ini timbul dari satu periode ke periode lainnya akibat perkembangan pengetahuan baik produsen maupun konsumen. Penggunaan konsep ini tergantung kepada perusahaan yang juga dikaitkan dengan jenis usaha dan tujuan perusahaan yang bersangkutan.

Saat ini ada lima konsep dalam pemasaran dimana masing-masing konsep saling bersaing satu sama lainnya, setiap konsep dijadikan landasan pemasaran oleh masing-masing perusahaan untuk menjalankan kegiatan pemasarannya.

Adapun konsep-konsep yang dimaksud adalah sebagai berikut:

¹⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2010, h. 51-53

a. Konsep Produksi

Konsep ini menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dan selaras dengan kemampuan mereka dan oleh karenanya manajemen harus berkonsentrasi pada peningkatan efisiensi produksi dan efisiensi distribusi. Konsep produksi merupakan salah satu falsafah tertua yang menjadi penuntun para penjual. Konsep ini menekankan kepada volume produksi atau distribusi yang seluas-luasnya dengan harga ditekan serendah mungkin.

b. Konsep Produk

Konsep produk berpegang teguh bahwa konsumen akan menyenangi produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang paling baik serta memiliki keistimewaan yang mencolok. Oleh karena itu, perusahaan harus mencurahkan upaya terus-menerus dalam perbaikan produk. Konsep ini menimbulkan adanya *marketing myopia* (pemandangan yang dangkal terhadap pemasaran). Secara umum konsep produk menekankan kepada kualitas, penampilan, dan ciri-ciri yang terbaik.

c. Konsep Penjualan

Kebanyakan konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk, terkecuali perusahaan menjalankan suatu usaha promosi dan penjualan yang kokoh. Oleh

karena itu, perusahaan harus menjalankan usaha-usaha promosi dan penjualan dalam rangka mempengaruhi konsumen. Konsep penjualan biasanya diterapkan pada produk-produk asuransi atau ensiklopedia juga untuk lembaga nirlaba seperti parpol. Dalam konsep ini kegiatan pemasaran ditekankan lebih agresif melalui usaha-usaha promosi yang gencar.

d. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk mencapai sasaran organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran. Kemudian kunci yang kedua adalah pemberian kepuasan seperti yang diinginkan oleh konsumen secara lebih efektif dan lebih efisien dari yang dilakukan pesaing.

Menurut Philip Kotler konsep ini menekankan ke dalam beberapa pengertian di bawah ini:

- 1) Menemukan keinginan pelanggan dan berusaha untuk memenuhi keinginan tersebut.
- 2) Membuat apa yang dijual, daripada menjual apa yang dibuat.
- 3) Cintailah pelanggan
- 4) Adalah yang menentukan
- 5) Berhenti memasarkan produk yang dapat Anda buat dan mencoba membuat produk yang dapat Anda jual.

e. Konsep Pemasaran Kemasyarakatan

Konsep pemasaran kemasyarakatan menyatakan bahwa tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan minat pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing sedemikian rupa sehingga dapat mempertahankan dan mempertinggi kesejahteraan masyarakat. Konsep pemasaran kemasyarakatan merupakan konsep yang bersifat kemasyarakatan, konsep ini menekankan kepada penentuan kebutuhan, keinginan, dan minat pasar serta memberikan kepuasan, sehingga memberikan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

Bagi dunia perbankan konsep yang paling tepat untuk diaplikasikan adalah konsep pemasaran yang bersifat kemasyarakatan atau paling tidak menggunakan konsep pemasaran. Dalam kedua konsep itu jelas tertuang bahwa pelanggan benar-benar harus diperhatikan. Tujuannya adalah agar pelanggan tetap setia menggunakan produk atau jasa-jasa yang dihasilkan oleh bank.¹⁸

3. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi bisnis. Dengan adanya

¹⁸ Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2010, h. 58-60

strategi pemasaran, maka implementasi program dalam mencapai tujuan organisasi dapat dilakukan secara aktif, sadar dan rasional tentang bagaimana suatu merek atau lini produk mencapai tujuannya dalam lingkungan bisnis yang semakin turbulen. Strategi pemasaran bagi setiap perusahaan dapat berfungsi sebagai berikut:

- a. Sebagai respons organisasi untuk menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan sepanjang siklus bisnis.
- b. Sebagai upaya untuk membedakan dirinya dari pesaing dengan menggunakan kekuatan korporat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang lebih baik dalam lingkungan tertentu.
- c. Sebagai kunci keberhasilan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis, memberikan kesatuan arah bagi semua mitra internal perusahaan. Strategi pemasaran yang jelas akan memberi arah mengkombinasi variabel-variabel segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, *positioning*, elemen bauran pemasaran, dan biaya bauran pemasaran konsep strategi yang tidak jelas, keputusan yang diambil akan subjektif.
- d. Sebagai alat fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan

bersaing yang berkesinambungan dalam melayani pasar sasaran.¹⁹

4. Tujuan Pemasaran

Setiap tindakan yang dilakukan apakah oleh perusahaan atau badan usaha tentu mengandung suatu maksud dan tujuan tertentu. Penetapan tujuan ini disesuaikan dengan keinginan pihak manajemen perusahaan itu sendiri. Badan usaha dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai dapat dilakukan dengan berbagai pertimbangan matang. Kemudian ditetapkan cara-cara untuk mencapai tujuan tersebut.

Dalam praktiknya tujuan suatu perusahaan dapat bersifat jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya hanya bersifat sementara dan juga dilakukan sebagai langkah untuk mencapai tujuan jangka panjang. Demikian pula dalam hal menjalankan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki banyak kepentingan untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Secara umum tujuan pemasaran bank adalah:

- a. Memaximumkan konsumsi, atau dengan kata lain, memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.

¹⁹ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010, h. 119

- b. Memaksimalkan kepuasan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah. Nasabah yang puas akan menjadi ujung tombak pemasaran selanjutnya, karena kepuasan ini akan ditularkan kepada nasabah lainnya melalui ceritanya (getuk tular).
- c. Memaksimalkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
- d. Memaksimalkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.²⁰

5. Bauran Pemasaran

Keberhasilan suatu perusahaan berdasarkan keahliannya dalam mengendalikan strategi pemasaran yang dimiliki. Konsep pemasaran mempunyai seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan yaitu yang lebih dikenal dengan *marketing mix* (bauran pemasaran).

Kotler (2000) memberikan definisi mengenai bauran pemasaran sebagai:

'Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran faktor yang dapat dikendalikan -product, price, promotions, place- yang dipadukan oleh

²⁰ Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2010, h. 56-57

perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran.'

Sementara Saladin (2003) memberikan definisi *'Bauran pemasaran (marketing mix) adalah serangkaian dari variabel pemasaran yang dapat dikuasai oleh perusahaan dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran.'*

Sehingga bauran pemasaran dapat diartikan sebagai perpaduan seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan oleh perusahaan sebagai bagian dalam upaya mencapai tujuan pada pasar sasaran.²¹

Berikut adalah penjelasan secara singkat mengenai masing-masing unsur dari bauran pemasaran (*marketing mix*), antara lain sebagai berikut:

a. Product (Produk)

Sama halnya dengan perbankan konvensional, produk yang dihasilkan dalam perbankan syariah bukan berupa barang, melainkan berupa jasa. Ciri khas jasa yang dihasilkan haruslah mengacu kepada nilai-nilai syariat atau yang diperbolehkan dalam Al-Qur'an. Namun agar bisa lebih menarik minat konsumen terhadap jasa perbankan yang dihasilkan, produk tersebut harus tetap melakukan strategi "*differensiasi*" atau "*diversifikasi*"

²¹ M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta: 2012, h. 14

agar para konsumen mau beralih dan mulai menggunakan jasa perbankan syariah.

b. *Price (Harga)*

Salah satu elemen yang membedakan antara perbankan syariah dan bank konvensional. Penentuan harga jual produk berupa jasa yang ditawarkan dalam perbankan syariah merupakan salah satu faktor terpenting untuk menarik minat nasabah. Menerjemahkan pengertian harga dalam perbankan syariah bisa dianalogikan dengan melihat seberapa besar pengorbanan yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan sebuah manfaat dalam bentuk jasa yang setimpal atas pengorbanan yang telah dikeluarkan oleh konsumen tersebut. Ketika jasa yang dihasilkan oleh perbankan syariah mampu memberikan sebuah nilai tambah (keuntungan) lebih besar daripada perbankan konvensional pada saat ini maka artinya harga yang ditawarkan oleh perbankan syariah tersebut mampu bersaing bahkan berhasil mengungguli perbankan konvensional.

c. *Place (Tempat)*

Tidak kalah penting dengan unsur “produk” dan “harga”. Dalam melakukan penetrasi pasar, perbankan syariah yang baik tidak akan berhasil jika tidak didukung oleh tempat atau saluran distribusi yang baik dalam menjual jasa yang ditawarkan kepada konsumen.

Menyebarkan unit pelayanan perbankan syariah hingga ke pelosok daerah adalah sebuah keharusan jika ingin melakukan penetrasi pasar dengan baik. Modal yang dibutuhkan memanglah tidak sedikit apabila harus dilakukan secara bersamaan. Setidaknya, dibutuhkan waktu dan dilakukan secara bertahap atau bisa juga dengan melakukan sistem kerja sama (*partnership*) dengan unit-unit pelayanan sejenis agar jasa yang ditawarkan dengan berbasis syariah tersebut bisa sampai dan menyebar hingga ke pelosok-pelosok daerah di Indonesia. Jika pelayanan perbankan syariah bisa dilakukan di mana saja di seluruh Indonesia maka bisa dipastikan penetrasi pasar perbankan syariah akan lebih cepat berhasil.

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi juga akan menjadi salah satu faktor pendukung kesuksesan perbankan syariah. Dalam pemasaran, efektivitas sebuah iklan seringkali digunakan untuk menanamkan “citra merek (*brand image*)” atau agar lebih dikenal keberadaannya. Ketika konsep citra merek sudah tertanam di benak masyarakat umum maka menjual sebuah produk baik itu dalam bentuk barang maupun jasa akan menjadi jauh lebih mudah. Kurangnya sosialisasi atau promosi yang dilakukan oleh perbankan syariah bisa menjadi salah satu penyebab lambannya

perkembangan perbankan syariah di Indonesia saat ini. Memang, biaya yang tidak sedikit diperlukan untuk melakukan kegiatan promosi atau sejenisnya.²²

Dalam praktiknya paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik promosi produk maupun jasanya, yaitu:

1) Periklanan (*Advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh bank. Informasi yang diberikan adalah manfaat produk, harga produk serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan pesaing. Tujuan promosi lewat iklan adalah berusaha menarik, dan mempengaruhi calon nasabahnya. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti lewat:

- a) Pemasangan *billboard* (papan nama) di jalan-jalan strategis
- b) Pencetakan brosur baik disebar di setiap cabang atau pusat-pusat
- c) Pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang strategis

²² Gita Danupranata, *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba, 2013, h. 40-41

- d) Melalui koran
- e) Melalui majalah
- f) Melalui televisi
- g) Melalui radio

2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Tentu saja agar nasabah tertarik untuk membeli, maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin. Promosi penjualan dapat dilakukan melalui pemberian diskon, kontes, kupon, atau sampel produk.

Bagi bank promosi penjualan dapat dilakukan melalui:

- a) Pemberian insentif kepada setiap nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu
- b) Pemberian cendera mata, hadiah, serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah yang loyal

3) Publisitas (*Publicity*)

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pemeran, bakti sosial, serta kegiatan lainnya. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank di mata

para nasabahnya. Oleh karena itu, publisitas perlu diperbanyak lagi. Tujuannya adalah agar nasabah mengenal bank lebih dekat. Dengan ikut kegiatan tersebut, nasabah akan selalu mengingat bank tersebut dan diharapkan akan menarik nasabah kegiatan publisitas dapat dilakukan melalui:

- a) Ikut pameran
 - b) Ikut kegiatan amal
 - c) Ikut bakti sosial
 - d) *Sponsorship* kegiatan
- 4) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari *cleaning service*, satpam, sampai pejabat bank. *Personal selling* juga dilakukan melalui merekrut tenaga-tenaga *salesman* dan *salesgirl* untuk melakukan penjualan *door to door*. Penjualan secara *personal selling* akan memberikan beberapa keuntungan bank, yaitu antara lain:

- a) Bank dapat langsung bertatap muka dengan nasabah atau calon nasabah, sehingga dapat langsung menjelaskan tentang produk bank kepada nasabah secara rinci.
- b) Dapat memperoleh informasi langsung dari nasabah tentang kelemahan produk kita langsung

dari nasabah, terutama dari keluhan yang nasabah sampaikan termasuk informasi dari nasabah tentang bank lain.

- c) Petugas bank dapat langsung memengaruhi nasabah dengan berbagai argument yang kita miliki.
- d) Memungkinkan hubungan terjalin akrab antara bank dengan nasabah.
- e) Petugas bank yang memberikan pelayanan merupakan citra bank yang diberikan kepada nasabah jika pelayanan yang diberikan baik dan memuaskan.
- f) Membuat situasi seolah-olah mengharuskan nasabah mendengarkan, memerhatikan dan menanggapi bank.

5) Kepuasan Nasabah (Pelanggan)

Tujuan utama dari strategi pemasaran yang dijalankan adalah untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara kualitas artinya jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang didapat merupakan nasabah yang produktif yang mampu memberikan laba bagi bank.

Untuk mencapai tujuan tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara dan salah satunya adalah melalui memberikan kepuasan nasabah atau pelanggan. Kepuasan nasabah menjadi sangat bernilai bagi bank atau perusahaan, sehingga tidak heran selalu ada slogan bahwa pelanggan adalah raja, yang perlu dilayani dengan sebaik-baiknya.

Dalam praktiknya apabila nasabah puas atas pelayanan yang diberikan bank, maka ada dua keuntungan yang diterima bank, yaitu:

- a) Nasabah yang lama akan tetap dapat dipertahankan (tidak lari ke bank lain) atau dengan kata lain nasabah loyal kepada bank, hal ini sama seperti yang dikemukakan oleh Derek dan Rao yang mengatakan kepuasan konsumen secara keseluruhan akan menimbulkan loyalitas pelanggan.
- b) Kepuasan nasabah lama akan menular kepada nasabah baru, dengan berbagai cara, sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah. Seperti yang dikemukakan Richens yang mengatakan kepuasan pelanggan dengan cara memberikan rekomendasi atau memberitahu akan pengalamannya yang menyenangkan tersebut dan merupakan iklan dari mulut ke mulut. Artinya,

nasabah tersebut akan dengan cepat menular ke nasabah lain dan berpotensi menambah nasabah baru.²³

²³ Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2010, h. 156-161

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Berdirinya KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran

KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syari'ah) BMT Al Hikmah adalah sebuah lembaga ekonomi swadaya masyarakat yang tumbuh dan berkembang di wilayah kecamatan Ungaran. Lahirnya KSPPS BMT Al Hikmah ini diawali dengan 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 didirikannya KSPPS BMT Al Hikmah ini adalah untuk menciptakan sebuah lembaga perekonomian masyarakat sebagai sasaran untuk meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi umat Islam dengan sasaran utama pedagang dan pengusaha kecil serta masyarakat umum lapis bawah di kecamatan Ungaran. Salah satu unit usahanya adalah unit simpan pinjam dengan menggunakan sistem bagi hasil. Adapun target yang hendak dicapai adalah terbentuknya pusat perekonomian umat melalui kegiatan usaha mencapai kesejahteraan hidup umat.

Meniti keberangkatannya, KSPPS BMT Al Hikmah mulai beroperasi di komplek Pasar Babadan Blok B-26 pada tanggal 15 Oktober 1998 dengan modal awal sebesar Rp 15.000.000,- (Lima Belas Juta Rupiah). Modal awal tersebut

berasal dari simpanan yang disetorkan para anggota berupa simpanan pokok, simpanan pokok khusus dan simpanan wajib. Pengelolaan KJKS BMT Al Hikmah dipercayakan kepada empat orang pengelola yang telah mendapatkan pelatihan melalui Proyek Penanggungan Pekerja Trampil (P3T) di asrama haji Donohudan, Solo. Sampai saat ini tercatat 18 orang yang mengelola KJKS BMT Al Hikmah. Dalam perkembangannya, KSPPS BMT Al Hikmah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Selama sepuluh tahun berdiri, jumlah anggota yang menanamkan modal pun meningkat dengan meningkatnya jumlah nominal simpanan yang harus disetorkan. Sampai bulan Februari 2015 tercatat hampir 8000 anggota aktif dengan simpanan nominal simpanan lebih dari 10 Milyar. Untuk pembiayaan yang disalurkan juga mengalami peningkatan seiring dengan peningkatan aset dan tentunya meningkat pula rugi labanya setiap bulan.

Pada tanggal 2 Desember 2009 dalam perkembangannya, KSPPS BMT Al Hikmah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Kemajuan dan perkembangan KSPPS 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 KSPPS BMT Al Hikmah. Sehingga dirasa perlu

perluasan wilayah dengan dibukanya kantor cabang karangjati. Kemudian pada tanggal 5 Februari 2010, PAD BMT Al Hikmah disahkan sehingga berubah menjadi Koperasi BMT Al Hikmah dengan bentuk usahanya KSU (Koperasi Serba Usaha). Pada 6 Februari 2012 BMT Al Hikmah resmi menempati kantor pusat di Jl. Jend. Sudirman No. 12 Mijen Gedanganak Ungaran Timur, dan pada tahun tersebut juga telah dibuka dua kantor cabang di Jl. Samban-Jimbaran Dsn. Secang RT 01 RW 01 Ds. Samban Bawen dan Jl. Tirtomoyo No. 07 Bandungan. Sampai saat ini jumlah semua kantor pelayanan berjumlah tujuh kantor. Dua kantor terakhir yang didirikan berada di daerah Gunungpati Sekaran dan Ngabean. Pada akhirnya mulai bulan September 2016 telah terjadi proses PAD dari Koperasi menjadi KSPPS BMT Al Hikmah.

B. Tujuan dan Sasaran

1. Tujuan

- a. Menyelamatkan kelompok-kelompok usaha lapisan masyarakat 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.
- b. Menghimpun dan menyalurkan kepada anggotanya yang melaksanakan aktivitas usaha yang produktif dan prospektif kepada para anggota memberikan pelayanan pinjaman kepada anggotanya yang melaksanakan usaha untuk modal kerja dengan prosedur yang mudah dan murah.

C. Badan Hukum Lembaga Koperasi KSPPS BMT Al Hikmah

Berangkat dari semangat bahwa koperasi KSPPS BMT Al Hikmah adalah milik masyarakat, bukan milik perorangan, golongan dan kelompok tertentu. Koperasi KSPPS BMT Al Hikmah memiliki badan hukum koperasi. Koperasi KSPPS BMT Al Hikmah mendapatkan akte pendirian No : 047/BH/KDK.II.I/III/1999 tanggal 02 Maret 1999 dan telah mengalami perubahan Anggaran Dasar menjadi tingkat Jawa Tengah.

D. Visi dan Misi

Visi :

Menjadi lembaga keuangan mikro syariah yang sehat, professional dan terpercaya di Jawa Tengah,

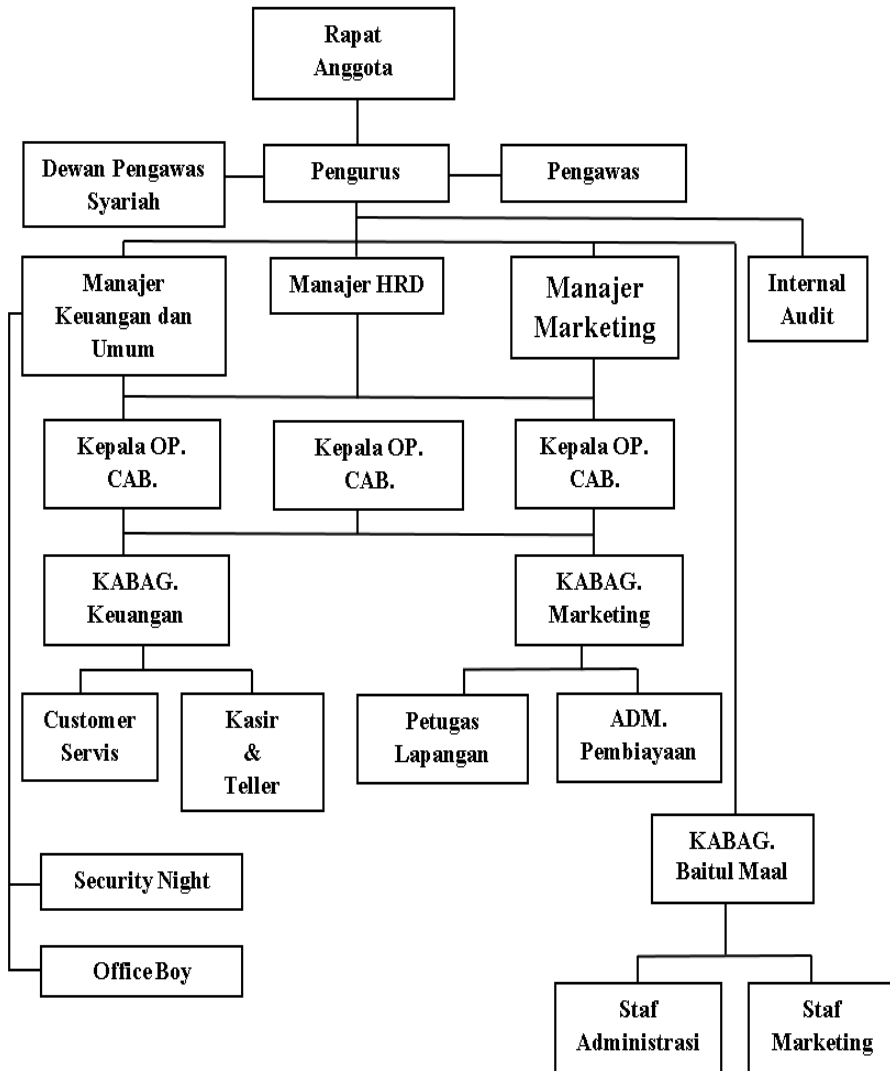
Misi :

- a. Meminimalkan NPL (Non Personal Loan)
- b. Memperbaiki struktur permodalan

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

E. Struktur Organisasi

1. Bagan Struktur Organisasi KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran



Adapun susunan Manajemen dan Pegawai BMT Al Hikmah Ungaran Tahun 2018, yaitu:

1. Dewan Pengawas Syariah
 - a. Ketua : Drs. Toni Irianto
 - b. Anggota 1 : Dr. Muh. Saerozi
 - c. Anggota 2 : Abdurrohimi
2. Pengawas
 - a. Ketua : Gatot Indramoto, SE
 - b. Anggota 1 : Drs. H. Abu Hanafi
 - c. Anggota 2 : Ichasn Maarif, ST
3. Pengurus
 - a. Ketua : Muhari, S. Ag
 - b. Sekretaris : Awing Fraptiyo, SE
 - c. Bendahara : Asroti, S. Pd. I
 - d. Office Boy : Nurkhasan
4. Kepala Operasional dan Pengelolaan Cabang, terdiri dari:
 - a. **Cabang Mijen Gedanganak**
 - Kaop : Asroti, S. Pd. I
 - Admin : Heni Fajar R, S. Pd
 - Marketing :
 - Mudhofar
 - Syafur Rohman
 - Saefudin
 - b. **Kantor Cabang Babadan**
 - Kaop : Awing Fraptiyo, SE

Admin :
- Yuni Fatmawati, SE
- Salamti Nurul Ariyani
(Kasir/Teller)

Marketing :
- Nurul Huda Amrullah
- Zulikhan Yahya

c. Kantor Cabang Bawen

Kaop : Supandriyo, A.Md
Admin : Sefi Aprillia, A.Md
Marketing : Aditya Tiya

d. Kantor Cabang Karangjati

Kaop : Mujana
Admin : Fakhrul Saktiana

Marketing :
- Ahwat Adi Wibowo
- Abdul Chamid

e. Kantor Cabang Bandungan

Kaop : Sulamin
Admin : Nurjanah
Marketing : Masyudi, A.Md

f. Kantor Cabang Gunungpati

Kaop : Eko Susilo, SE
Admin : Ridwanullah
Marketing : Kharis Muhandis, A.Md²⁴

Berikut adalah uraian pembagian tugas masing-masing jabatan di KSPPS BMT Al Hikmah:

1. Pengawas

Mengamati jalannya operasional KSPPS BMT Al Hikmah, meneliti dan membuat rekomendasi produk baru KSPPS BMT Al Hikmah, serta membuat pertanyaan secara berkala, bahwa KSPPS BMT Al Hikmah yang diawasi sesuai dengan ketentuan syariah.

2. Dewan Pengurus

Mengawasi, mengevaluasi dan mengarahkan pelaksanaan pengelolaan BMT.

²⁴ Awing Fraptiyo, SE. *Struktur Organisasi dan Susunan Manajemen dan Pegawai BMT Al Hikmah Ungaran*, 2018.

3. General Manajer
 - a. Menjabarkan kebijakan umum BMT yang telah dibuat dewan pengurus dan sudah disetujui BMT.
 - b. Menyusun dan menghasilkan rencana kerja dan anggaran, proyeksi *financing* dan *non financing* yang kemudian disampaikan kepada dewan pengurus untuk mendapat persetujuan RAT.
 - c. Menyetujui penyaluran dana sesuai dengan batas wewenang.
 - d. Mempertimbangkan dan melakukan penambahan, pengangkatan, serta pemberhentian karyawan sesuai dengan persetujuan BMT.
 - e. Mengelola dan mengawasi pengeluaran biaya-biaya harian untuk tercapainya target pemasukan yang telah ditetapkan secara keseluruhan.
4. Manajer
 - a. Menyusun rencana strategi yang mencakup, pandangan pihak eksekutif, prediksi tentang kondisi lingkungan, perkiraan posisi perusahaan dalam persaingan.
 - b. Mengusulkan rencana strategi kepada dewan pengawas untuk disahkan dalam RAT maupun non RAT.
 - c. Mengusulkan rancangan anggaran dan rencana kerja dan *baitul tamwil*, *baitul maal*, *quantum quality*, SBU

lainnya kepada dewan pengawas yang nantinya disahkan dalam RAT.

5. Admin Pembiayaan
 - a. Melakukan pelayanan dan pembiayaan kepada anggota
 - b. Menyusun rencana pembiayaan
 - c. Menerima berkas pengajuan pembiayaan
 - d. Mengajukan berkas pembiayaan hasil analisis kepada komisi pembiayaan
 - e. Melakukan analisis pembiayaan
 - f. Melakukan pembinaan anggota pembiayaan agar tidak macet
 - g. Melakukan administrasi pembiayaan
 - h. Membuat laporan perkembangan pembiayaan
6. Manajer Pemasaran
 - a. Menyusun rencana bisnis, strategi pemasaran dan rencana tindakan berdasarkan target yang harus dicapai.
 - b. Menyusun rencana kerja dan strategi restrukturisasi berdasarkan target yang ditetapkan.
 - c. Membina hubungan dengan anggota atau calon anggota yang terdapat di wilayah kerja BMT.
 - d. Memandu pelaksanaan aktivitas pemasaran, aktivitas produk-produk, dan pencairan anggota baru yang potensial untuk seluruh produk.

- e. Mereview analisa pemberian fasilitas pembiayaan secara komprehensif dan menyampaikan kepada general manager untuk mendapatkan persetujuan sesuai jenjang kewenangan.

7. Teller

- a. Memberikan pelayanan kepada anggota baik penarikan maupun penyetoran tabungan atau angsuran.
- b. Menghitung keadaan keuangan atau transaksi setiap hari.
- c. Mengatur dan menyiapkan pengeluaran uang tunai yang telah disetujui oleh manager cabang.
- d. Menandatangani formulir serta slip dari anggota serta mendokumentasikannya.

8. Customer Service

- a. Memberikan pelayanan kepada nasabah dalam memberikan informasi produk kepada calon anggota.
- b. Membantu anggota dalam melakukan proses pembukuan rekening simpanan
- c. Membantu anggota dalam melakukan proses penutupan rekening simpanan
- d. Memberikan informasi saldo simpanan anggota
- e. Mempersiapkan buku simpanan anggota
- f. Mempersiapkan berkas permohonan pembukuan rekening simpanan anggota

- g. Memberikan pelayanan informasi perbankan lainnya kepada anggota, terutama dalam menangani permasalahan transaksi anggota.
9. Marketing
- a. Bertanggungjawab kepada manajer pemasaran atas semua pekerjaan yang menjadi tanggungjawabnya.
 - b. Melakukan penagihan terhadap anggota yang mengajukan pembiayaan di BMT.
 - c. Mengambil tabungan milik anggota yang menabung tetapi tidak bisa datang ke kantor untuk melakukan penarikan.
 - d. Mensosialisasikan produk-produk BMT kepada masyarakat.
 - e. Menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat yang membutuhkan dana untuk mengembangkan bidang usaha atau yang lainnya.²⁵

F. Ruang Lingkup Usaha KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran

Sistem yang digunakan oleh KSPPS BMT Al Hikmah baik dalam produk simpanan atau pembiayaan adalah dengan sistem syariah (bagi hasil). Produk-produk KSPSS BMT Al Hikmah terbagi atas produk penghimpunan dana dan produk penyaluran dana kepada para anggota.

²⁵ File dari BMT Al Hikmah

1. Produk Penghimpunan Dana (Simpanan)

Produk penghimpunan dana yang dirancang khusus atas dasar syariah (dengan sistem bagi hasil), terdiri dari beberapa jenis simpanan, antara lain:

a. Simpanan Sukarela Lancar (SIRELA)

Simpanan sukarela lancar merupakan simpanan anggota masyarakat yang didasarkan akad *wadi'ah yad dhamanah*. Atas ijin penitip dana yang disimpan pada rekening SIRELA dapat dimanfaatkan oleh KSPPS BMT Al Hikmah. Penarikan maupun penyetoran dari produk ini dapat dilakukan oleh pemegang rekening setiap saat.

Fitur :

- 1) Diperuntukan bagi anggota perorangan
- 2) Syarat pembukaan simpanan yang sangat ringan
- 3) Bebas biaya administrasi bulanan
- 4) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *wadi'ah yad dhamanah*
- 5) Memperoleh bagi hasil simpanan yang akan ditambahkan secara otomatis setiap bulan
- 6) Pembukaan rekening minimum Rp 10.000,-
- 7) Setoran selanjutnya minimum Rp 10.000,-
- 8) Saldo minimum yang harus dipelihara Rp 10.000,-

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

Syarat :

- 1) Mengisi aplikasi pendaftaran anggota BMT
- 2) Mengisi aplikasi pembukaan rekening SIRELA
- 3) Menyerahkan fotocopy 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 yang berprestasi.

Fitur :

- 1) Diperuntukkan bagi pelajar dan mahasiswa
- 2) Syarat pembukaan simpanan yang sangat ringan
- 3) Bebas biaya administrasi bulanan
- 4) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *wadi'ah yad dhamanah*

- 5) Memperoleh bagi hasil simpanan yang akan ditambahkan secara otomatis setiap bulan
- 6) Pembukaan rekening minimum Rp 10.000,-
- 7) Setoran selanjutnya minimum Rp 10.000,-
- 8) Saldo minimum yang harus dipelihara Rp 10.000,-
- 9) Penyetoran dan penarikan simpanan dapat dilakukan sewaktu-waktu pada jam kerja
- 10) Mengajukan beasiswa bagi pelajar atau mahasiswa yang berprestasi

Syarat :

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

c. Simpanan Sukarela Qurban (SISUQUR)

Simpanan sukarela qurban adalah simpanan anggota yang dirancang khusus sebagai sarana mempersiapkan dana untuk melaksanakan ibadah qurban atau aqiqah. Penyetoran dapat dilakukan sewaktu-waktu sedangkan penarikan atau

pencairannya hanya dapat dilakukan pada bulan Dzulhijjah saat pelaksanaan penyembelihan hewa qurban.

Fitur :

- 1) Diperuntukkan bagi anggota perorangan
- 2) Bebas biaya administrasi bulanan
- 3) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah*
- 4) Memperoleh bonus simpanan
- 5) Pembukaan rekening minimum Rp 25.000,-
- 6) Setoran selanjutnya minimum Rp 10.000,-
- 7) Saldo minimum yang harus dipelihara Rp 10.000,-
- 8) Hanya dapat diambil pada saat akan melaksanakan Ibadah Qurban atau Aqiqah

Syarat :

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

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

Simpanan Ibadah Haji merupakan inovasi baru dari KSPPS BMT Al Hikmah yang dikhususkan bagi Anda Masyarakat Muslim yang berencana menunaikan Ibadah Haji/Umroh.

Fitur :

- 1) Diperuntukkan bagi anggota perorangan usia 10 tahun ke atas
- 2) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah*
- 3) Bekerjasama dengan Bank Syariah Mandiri dalam Online dengan SISKOHAT Kementrian Agama
- 4) Tersedia fasilitas Dana Talangan Haji hingga senilai Rp 25.000.000,-
- 5) Bebas biaya administrasi bulanan
- 6) Pembukaan rekening awal minimum Rp 500.000,-
- 7) Setoran berikutnya minimal Rp 50.000,-
- 8) Memperoleh bagi hasil simpanan yang akan diakumulasikan sebagai tambahan biaya ibadah haji / umroh
- 9) Penarikan simpanan dapat dilakukan setelah jangka waktu yang telah disepakati atau anggota sudah siap untuk melaksanakan ibadah haji / umroh

e. Simpanan Sukarela Berjangka (SI SUKA)

Simpanan Sukarela Berjangka merupakan simpanan berjangka dengan prinsip syariah yang memberikan hasil investasi yang optimal bagi anggota KSPPS BMT Al Hikmah.

Fitur :

- 1) Diperuntukkan bagi anggota atau lembaga
- 2) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah* (bagi hasil)
- 3) Pilihan jangka waktu fleksibel 6, 12 dan 24 bulan
- 4) Tidak dikenakan biaya administrasi
- 5) Bagi hasil yang optimal dengan nisbah yang kompetitif
- 6) Bagi hasil langsung menambah saldo Simpanan Harian
- 7) Jangka waktu dapat diperpanjang otomatis (automatic roll over)
- 8) Setoran minima Rp 500.000,-
- 9) Dapat dijadikan jaminan pembiayaan di KSPPS BMT Al Hikmah

f. Simpanan Wajib Berhadiah (SI WADIAH)

Simpanan Wajib Berhadiah merupakan produk baru di KSPPS BMT Al Hikmah.

Fitur :

- 1) Setiap bulan menyetor si wadiah sebesar Rp 200.000,-
- 2) Diperbolehkan mendaftar lebih dari 1 kepesertaan
- 3) Jangka waktu penyeteroran selama 24 bulan (akad *mudharabah*)
- 4) Pengundian dilaksanakan dalam 3 tahap pada periode 8, 16, dan 24
- 5) Setiap anggota dipastikan akan mendapatkan hadiah sesuai undian yang diperoleh
- 6) Setiap anggota berhak mendapatkan bagi hasil pada periode akhir simpanan²⁶

2. Produk Penyaluran Dana (Lending)

Produk penyaluran dana ini merupakan jenis pembiayaan berupa modal usaha dan sewa barang atau jasa. Beberapa jenis pembiayaan yang disediakan menggunakan prinsip-prinsip sebagai berikut:

1. Prinsip Jual Beli *Murabahah*
2. Prinsip Jasa *Ijarah*
3. Prinsip *Mudharabah / Musyarakah*

Dana simpanan dari masyarakat yang ada di KSPPS BMT Al Hikmah dikelola secara produktif dan professional dalam bentuk pembiayaan untuk pengembangan ekonomi umat. Berbagai produk

²⁶ File dari BMT Al Hikmah

pembiayaan diperuntukkan bagi mitra yang membutuhkan modal kerja usaha, pengadaan barang dan sewa barang atau jasa.

Berikut adalah beberapa jenis produk pembiayaan yang ada di KSPPS BMT Al Hikmah:

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 diperjualbelikan termasuk harga pembelian barang kepada pembeli kemudian ia mensyaratkan atasnya laba/keuntungan dalam jumlah tertentu. Fasilitas pembiayaan ini diperuntukkan bagi anggota yang menginginkan memiliki barang atau peralatan usaha guna mendukung kegiatan usaha anggota KSPPS BMT Al Hikmah siap membantu mewujudkan keinginan anggota untuk memiliki barang impian tersebut dengan proses mudah cepat dan harga terjangkau.

Keunggulan pembiayaan pemilikan sepeda motor di KSPPS BMT Al Hikmah diantaranya :

- 1) Melayani semua jenis sepeda motor pabrikan Jepang (Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki)
- 2) Persyaratan mudah dengan proses cepat

- 3) Uang muka minimal 30% 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 pinalti
- 9) Fasilitas asuransi TLO (optional)

b. Pembiayaan Multi Jasa dengan Prinsip *Ijarah*

Disebut akad *ijarah* karena merupakan 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 memabayar biaya pendidikan, biaya sewa rumah, biaya sewa tempat usaha, biaya perawatan rumah sakit, biaya perjalanan dan biaya

lain yang diperlukan. KSPPS BMT Al Hikmah siap membantu membayarkan kebutuhan anggota tersebut atau sesuai tempo kesepakatan.

Syarat :

- 1) Bersedia menjadi anggota KSPPS 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 persyaratan administratif :
 - a) Foto copy KTP suami istri
 - b) Foto copy Kartu Keluarga (KK)
 - c) Foto copy Surat Nikah
 - d) Melampirkan foto copy BPKB Kendaraan, Sertifikat Tanah / Surat Kios / Los Pasar
 - e) Untuk jaminan BPKB Kendaraan dilengkapi dengan foto copy STNK, sedangkan untuk jaminan sertifikat dilengkapi dengan SPPT terbaru dan Surat Keterangan dari Kelurahan
- c. Pembiayaan Mitra Usaha (Kerjasama *Mudharabah / Musyarakah*)

Fasilitas pembiayaan diperuntukkan bagi anggota yang menginginkan permodalan dalam pengembangan usaha yang digelutinya agar usaha ya tersebut menjadi lebih besar dan menguntungkan KSPPS BMT Al Hikmah siap menjadi mitra sebagai pemodal ataupun bermitra sebagai partner dalam mengembangkan usaha tersebut.

Syarat :

- 1) Bersedia menjadi anggota KSPPS BMT Al Hikmah
- 2) Memiliki usaha produktif dan berprospektif
- 3) Bersedia di survey di lokasi usaha yang diajukan
- 4) Mengisi aplikasi pengajuan pembiayaan yang telah disediakan
- 5) Melengkapi persyaratan administratif :
 - a) Foto copy KTP suami istri
 - b) Foto copy Kartu Keluarga (KK)
 - c) Foto copy data pendukung usaha
 - d) Melampirkan foto copy BPKB Kendaraan, Sertifikat Tanah / Surat Kios / Los Pasar²⁷

²⁷ File BMT Al Hikmah Ungaran

G. Strategi Pemasaran KSPPS BMT Al Hikmah Kantor Cabang Babadan

1. *Door To Door* (Jemput Bola)

Strategi jemput bola merupakan pelayanan BMT untuk mengantar atau mengambil uang anggota, jadi anggota tidak perlu susah-susah untuk mendatangi BMT untuk melakukan setoran, karena marketing akan bersedia datang langsung ke rumah anggota. Strategi jemput bola ini juga bisa dilakukan untuk mempromosikan produk yaitu dengan cara bertatap muka langsung dengan pemilik rumah yang menjadi target sasaran. Yang pertama dilakukan adalah dengan memperkenalkan diri menyebutkan nama dan tempat bekerja. Lalu menjelaskan bahwa maksud dan tujuan adalah ingin mengajak bekerja sama. Setelah itu memberikan brosur dan menjelaskan produk serta menerangkan keunggulan maupun manfaat dari produk tersebut. Setelah semuanya sudah cukup jelas selanjutnya berpamitan dengan pemilik rumah dengan sopan. Dan jangan lupa untuk meminta nomor telepon kepada pemilik rumah yang bisa dihubungi jika sewaktu-waktu orang tersebut ingin menjadi anggota baru di BMT.

2. Sosialisasi Produk di Lingkungan Masyarakat

Memberikan pengetahuan tentang kelebihan atau keunggulan produk dari BMT kepada masyarakat. Sebelumnya pihak dari BMT berkoordinasi terlebih

dahulu pemimpin setempat atau kepada ketua RT setempat agar bisa mengadakan sosialisasi di lingkungan masyarakat tersebut sehingga setiap warga mau mengikuti sosialisasi yang dilakukan oleh BMT. Setelah semuanya selesai pihak BMT bisa langsung mengadakan sosialisasi dengan cara memberikan pengetahuan atau edukasi tentang ekonomi syariah, perbankan syariah lalu produk-produk yang ada di perbankan syariah. Sehingga masyarakat mengetahui bahwa lembaga keuangan syariah dengan lembaga keuangan konvensional itu berbeda.

3. Periklanan

a. Brosur

Brosur yang dibuat oleh BMT dilengkapi dengan penjelasan tiap produk seperti keunggulan, manfaat dan di desain sedemikian rupa sehingga menarik untuk dibaca. Penyebaran brosur ini dilakukan oleh marketing dengan cara terjun langsung ke masyarakat, mendatangi warga-warga setempat, membagikan ke tempat-tempat yang ramai, ke pedagang-pedagang, pasar, sekolah dan sebagainya.

b. Spanduk

Selain membagikan brosur BMT juga melakukan pemasangan spanduk. Pemasangan spanduk ini dipasang di lokasi-lokasi yang strategis yang dapat dilihat oleh semua orang atau orang yang berlalu

lalang seperti di jalan raya, karena agar semua orang tahu bahwa ada produk BMT yang sedang dipasarkan.²⁸

²⁸ Wawancara Dengan Bapak Awing Fraptiyo Selaku Kepala Operasional BMT Al Hikmah Kantor Cabang Babadan Pada Tanggal 15 Mei 2018

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang diterapkan pada KSPPS BMT Al Hikmah kantor cabang Babadan yang digunakan dalam meningkatkan jumlah anggota produk pembiayaan multi barang menggunakan beberapa unsur bauran pemasaran/*marketing mix* guna mencapai sasaran pasar yang dituju sekaligus mencapai tujuan dan sasaran perusahaan, unsur tersebut berupa: produk (*product*), tempat (*place*), harga (*price*), promosi (*promotion*).²⁹

1. Produk (*Product*)

BMT Al Hikmah memiliki berbagai produk yang variatif baik pendanaan maupun pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan anggota. Produk yang ditawarkan oleh BMT Al Hikmah sendiri sesuai dengan syariah Islam. Salah satunya adalah produk pembiayaan multi barang yang menggunakan akad *murabahah*. Pembiayaan multi barang merupakan produk akad jual beli atas barang tertentu dimana penjual menyebutkan dengan jelas barang yang diperjualbelikan termasuk harga pembelian barang

²⁹ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013, h. 198

kepada pembeli kemudian ia mensyaratkan atas laba/keuntungan dalam jumlah tertentu.³⁰

2. Tempat (*Place*)

Pemilihan lokasi atau tempat yang strategis akan menentukan bagaimana BMT tersebut dikenal oleh masyarakat. KSPPS BMT Al Hikmah berlokasi di Jalan Komplek Pasar Babadan Blok E 23-25 Ungaran Barat. Keunggulan dari lokasi tersebut adalah:

- a. Lokasi yang strategis karena letaknya di pusat keramaian yaitu berdekatan dengan pasar Babadan, perumahan, pabrik, dan jalan raya yang dapat mempermudah BMT menghimpun dana maupun menyalurkan dan melalui produk-produk BMT.
- b. Jalan yang mudah diakses dan dijangkau oleh masyarakat dengan menggunakan berbagai sarana transportasi baik pengendara sepeda motor atau mobil sehingga memudahkan anggota dalam bertransaksi.
- c. Lokasi tempat parkir yang luas, nyaman dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.³¹

3. Harga (*Price*)

Strategi penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dan mempengaruhi

³⁰ File BMT Al Hikmah Ungaran

³¹ Wawancara Dengan Bapak Awing Fraptiyo Selaku Kepala Operasional BMT Al Hikmah Kantor Cabang Babadan Pada Tanggal 15 Mei 2018.

citra produk. Serta keputusan konsumen untuk membeli. Penentuan harga juga berhubungan dengan pendapatan dan turut mempengaruhi penawaran atau saluran pemasaran. Keputusan dalam penentuan harga harus konsisten dengan strategi pemasaran secara keseluruhan.³²

Dalam menentukan harga harus ditetapkan margin pembiayaan kepada anggota KSPPS BMT Al Hikmah Kantor Cabang Babadan. KSPPS BMT Al Hikmah dalam menentukan margin tergantung dari plafon pembiayaan dan anggota dapat tawar-menawar dalam margin yang ditentukan oleh pihak BMT. Harga dapat mempengaruhi dampak terhadap minat anggota terhadap produk tersebut.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi yang dilakukan oleh KSPPS BMT Al Hikmah dalam memasarkan produk pembiayaan multi barang adalah dengan cara:

a. *Door To Door* (Jemput Bola)

Dalam memasarkan produk pembiayaan multi barang dengan cara terjun langsung ke masyarakat untuk mengenalkan produk ini. Dengan cara ini masyarakat tahu bahwa ada produk pembiayaan yang

³² Philip Kotler & Gary Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*,
Terjemahan Oleh: Alexander Siondoro, Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia
2003, h. 8

menggunakan akad syariah. Selain itu masyarakat juga dapat lebih mudah untuk mendapatkan informasi mengenai produk di BMT. Cara seperti ini akan lebih efektif dibandingkan hanya dengan menunggu calon anggota datang ke BMT. Strategi jemput bola juga memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada anggota terhadap produk atau jasa yang dijual. Anggota tidak perlu datang ke kantor tetapi marketing BMT yang akan mendatangi ke tempat tinggal anggota.

b. Sosialisasi Produk di Lingkungan Masyarakat

Melakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat tentang lembaga keuangan syariah agar masyarakat benar-benar paham tentang sistematika ekonomi syariah. Karena sebagian masyarakat masih beranggapan bahwa lembaga keuangan syariah maupun BMT sama saja dengan lembaga keuangan konvensional. Lalu memberikan informasi tentang kelebihan lembaga keuangan syariah di bandingkan dengan lembaga keuangan konvensional, bahwasannya lembaga keuangan syariah tidak mengandung riba (halal), sistem bagi hasil yang tidak memberatkan, pelayanan yang ramah, cepat dan akurat. Dengan adanya sosialisasi diharapkan

masyarakat dapat tertarik menggunakan jasa atau produk yang ada di BMT.

c. *Advertising* (Periklanan)

KSPPS BMT Al Hikmah dalam memasarkan produknya menggunakan iklan seperti melalui brosur, spanduk, maupun penjualan pribadi (*Personal Selling*), yang akan dijabarkan sebagai berikut:

1) Brosur

Brosur yang dicetak oleh BMT Al Hikmah sendiri menjelaskan secara detail terkait dengan produk BMT Al Hikmah pembiayaan multi barang yang menggunakan akad *murabahah*. Penyebaran brosur disebar kepada warga yang memiliki usaha seperti pedagang pakaian, toko kelontong, warung makanan dan lain-lain. Dengan menggunakan brosur sendiri lebih efektif dan efisien karena calon anggota mengetahui informasi-informasi setiap produk yang dimiliki seperti, keunggulan, manfaat, harga. Serta dapat membedakan produk pembiayaan *murabahah* yang dimiliki BMT Al Hikmah dengan produk pembiayaan BMT lainnya.

2) Spanduk

Media promosi spanduk ini dipasang dijalan-jalan lalu didepan setiap kantor cabang, agar

mempermudah masyarakat untuk mengetahui informasi produk yang dimiliki oleh BMT Al Hikmah.³³

B. Hambatan Yang Di Hadapi BMT Al Hikmah dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Multi Barang

1. Hambatan-Hambatan

a. Mayoritas Masyarakat Belum Paham Tentang Lembaga Keuangan Syariah

Minimnya pengetahuan masyarakat tentang lembaga keuangan syariah menjadi kendala yang dihadapi BMT dalam memasarkan produk. Masih banyak yang belum mengerti dan salah faham tentang lembaga keuangan syariah, mereka menganggapnya sama saja dengan lembaga keuangan konvensional. Tapi sebagian masyarakat sudah mengetahui apa itu lembaga keuangan syariah, namun dalam prakteknya masyarakat belum mengetahui apa saja produk-produk yang ada didalamnya. Maka dari itu harus dilakukan sosialisasi kepada masyarakat umum mengenai lembaga keuangan syariah.

b. Rendahnya Mutu Pendidikan Sumber Daya Manusia dalam Bidang Keuangan Syariah

³³ Wawancara Dengan Bapak Awing Fraptiyo Selaku Kepala Operasional BMT Al Hikmah Kantor Cabang Babadan Pada Tanggal 15 Mei 2018.

Tidak semua karyawan paham tentang keuangan syariah karena sebagian dari mereka berasal dari latar belakang pendidikan yang lebih berorientasi pada ekonomi konvensional dari pada ekonomi Islam maka itu dari pihak manajemen BMT harus memberikan pembinaan dan pelatihan syariah secara terus-menerus agar kemampuan karyawan tentang syariah meningkat dan melahirkan SDM yang unggul dalam bidang syariah.

c. Persaingan Antar BMT Yang Semakin Ketat

Banyaknya BMT di sekitar Ungaran yang merupakan kawasan yang padat penduduk dan luas memunculkan peluang bisnis dalam sektor keuangan syariah. Maka dari itu dapat menimbulkan persaingan antar BMT satu dengan BMT yang lainnya untuk menarik masyarakat menggunakan produk di BMT. Dengan adanya persaingan ini BMT harus mampu bersaing secara sehat dalam melakukan pemasaran produk. Lalu memberikan edukasi dan pengenalan kepada calon anggota tentang BMT Al Hikmah, bahwa BMT Al Hikmah mempunyai keunggulan tersendiri dibandingkan dengan BMT yang lain.³⁴

³⁴ Wawancara dengan Bapak Awing Fraptiyo selaku Kepala Operasional BMT Al Hikmah Kantor Cabang Babadan, tanggal 15 Mei 2018

2. Solusi

a. Mengadakan Event

Mengadakan event seperti jalan sehat atau kegiatan keagamaan saat hari ulang tahun BMT maupun setiap 3 bulan sekali bisa dilakukan untuk mengenalkan BMT maupun produk-produk BMT kepada masyarakat. Event ini bisa diadakan ditempat keramaian agar banyak dikunjungi orang. Lalu mengadakan bakti sosial di lingkungan KSPPS BMT Al Hikmah Babadan yang ditujukan kepada keluarga yang tidak mampu, anak yatim maupun manula, ini sebagai wujud kepedulian dari BMT Al Hikmah kepada masyarakat sekitar BMT.

b. Mengadakan Pelatihan Ekonomi Syariah

BMT bisa mengadakan pelatihan kepada karyawannya berupa pemahaman terhadap ekonomi syariah, prinsip-prinsip syariah yang ada dalam perbankan syariah supaya setiap karyawan memiliki pemahaman yang luas mengenai ilmu syariah maupun ilmu perbankan. Dalam pengadaan pelatihan ini diharapkan mampu memberikan dampak konkret atau positif bagi karyawan di BMT.

c. Kerjasama Dengan Pihak Lain

Dengan adanya kerja sama dengan pihak lain atau menggandeng perusahaan maupun organisasi untuk

pemasaran produk. Diharapkan dengan kerjasama ini akan membuat banyak orang tertarik untuk menjadi anggota di BMT dan BMT dapat dikenal oleh banyak orang.

d. Menggunakan Media Sosial Sebagai Alat Kegiatan Promosi

Dengan menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran merupakan yang paling ampuh karena hampir semua orang dari latar belakang yang berbeda, pasti sangat aktif menggunakannya. Selain lebih efektif dan efisien, promosi melalui media sosial bisa lebih menyebar dan menjangkau konsumen dari berbagai kalangan. Karena semakin banyak promosi melalui media sosial yang disebar semakin besar pula peluang untuk menjaring konsumen yang potensial.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang diterapkan pada KSPPS BMT Al Hikmah kantor cabang Babadan yang digunakan dalam meningkatkan jumlah anggota produk pembiayaan multi barang menggunakan beberapa unsur bauran pemasaran/*marketing mix* guna mencapai sasaran pasar yang dituju sekaligus mencapai tujuan dan sasaran perusahaan, unsur tersebut berupa: produk (*product*), tempat (*place*), harga (*price*), promosi (*promotion*).²⁹

1. Produk (*Product*)

BMT Al Hikmah memiliki berbagai produk yang variatif baik pendanaan maupun pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan anggota. Produk yang ditawarkan oleh BMT Al Hikmah sendiri sesuai dengan syariah Islam. Salah satunya adalah produk pembiayaan multi barang yang menggunakan akad *murabahah*. Pembiayaan multi barang merupakan produk akad jual beli atas barang tertentu dimana penjual menyebutkan dengan jelas barang yang diperjualbelikan termasuk harga pembelian barang

²⁹ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013, h. 198

kepada pembeli kemudian ia mensyaratkan atas laba/keuntungan dalam jumlah tertentu.³⁰

2. Tempat (*Place*)

Pemilihan lokasi atau tempat yang strategis akan menentukan bagaimana BMT tersebut dikenal oleh masyarakat. KSPPS BMT Al Hikmah berlokasi di Jalan Komplek Pasar Babadan Blok E 23-25 Ungaran Barat. Keunggulan dari lokasi tersebut adalah:

- a. Lokasi yang strategis karena letaknya di pusat keramaian yaitu berdekatan dengan pasar Babadan, perumahan, pabrik, dan jalan raya yang dapat mempermudah BMT menghimpun dana maupun menyalurkan dan melalui produk-produk BMT.
- b. Jalan yang mudah diakses dan dijangkau oleh masyarakat dengan menggunakan berbagai sarana transportasi baik pengendara sepeda motor atau mobil sehingga memudahkan anggota dalam bertransaksi.
- c. Lokasi tempat parkir yang luas, nyaman dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.³¹

3. Harga (*Price*)

Strategi penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dan mempengaruhi

³⁰ File BMT Al Hikmah Ungaran

³¹ Wawancara Dengan Bapak Awing Fraptiyo Selaku Kepala Operasional BMT Al Hikmah Kantor Cabang Babadan Pada Tanggal 15 Mei 2018.

citra produk. Serta keputusan konsumen untuk membeli. Penentuan harga juga berhubungan dengan pendapatan dan turut mempengaruhi penawaran atau saluran pemasaran. Keputusan dalam penentuan harga harus konsisten dengan strategi pemasaran secara keseluruhan.³²

Dalam menentukan harga harus ditetapkan margin pembiayaan kepada anggota KSPPS BMT Al Hikmah Kantor Cabang Babadan. KSPPS BMT Al Hikmah dalam menentukan margin tergantung dari plafon pembiayaan dan anggota dapat tawar-menawar dalam margin yang ditentukan oleh pihak BMT. Harga dapat mempengaruhi dampak terhadap minat anggota terhadap produk tersebut.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi yang dilakukan oleh KSPPS BMT Al Hikmah dalam memasarkan produk pembiayaan multi barang adalah dengan cara:

a. *Door To Door* (Jemput Bola)

Dalam memasarkan produk pembiayaan multi barang dengan cara terjun langsung ke masyarakat untuk mengenalkan produk ini. Dengan cara ini masyarakat tahu bahwa ada produk pembiayaan yang

³² Philip Kotler & Gary Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*,
Terjemahan Oleh: Alexander Siondoro, Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia
2003, h. 8

menggunakan akad syariah. Selain itu masyarakat juga dapat lebih mudah untuk mendapatkan informasi mengenai produk di BMT. Cara seperti ini akan lebih efektif dibandingkan hanya dengan menunggu calon anggota datang ke BMT. Strategi jemput bola juga memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada anggota terhadap produk atau jasa yang dijual. Anggota tidak perlu datang ke kantor tetapi marketing BMT yang akan mendatangi ke tempat tinggal anggota.

b. Sosialisasi Produk di Lingkungan Masyarakat

Melakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat tentang lembaga keuangan syariah agar masyarakat benar-benar paham tentang sistematika ekonomi syariah. Karena sebagian masyarakat masih beranggapan bahwa lembaga keuangan syariah maupun BMT sama saja dengan lembaga keuangan konvensional. Lalu memberikan informasi tentang kelebihan lembaga keuangan syariah di bandingkan dengan lembaga keuangan konvensional, bahwasannya lembaga keuangan syariah tidak mengandung riba (halal), sistem bagi hasil yang tidak memberatkan, pelayanan yang ramah, cepat dan akurat. Dengan adanya sosialisasi diharapkan

masyarakat dapat tertarik menggunakan jasa atau produk yang ada di BMT.

c. *Advertising* (Periklanan)

KSPPS BMT Al Hikmah dalam memasarkan produknya menggunakan iklan seperti melalui brosur, spanduk, maupun penjualan pribadi (*Personal Selling*), yang akan dijabarkan sebagai berikut:

1) Brosur

Brosur yang dicetak oleh BMT Al Hikmah sendiri menjelaskan secara detail terkait dengan produk BMT Al Hikmah pembiayaan multi barang yang menggunakan akad *murabahah*. Penyebaran brosur disebar kepada warga yang memiliki usaha seperti pedagang pakaian, toko kelontong, warung makanan dan lain-lain. Dengan menggunakan brosur sendiri lebih efektif dan efisien karena calon anggota mengetahui informasi-informasi setiap produk yang dimiliki seperti, keunggulan, manfaat, harga. Serta dapat membedakan produk pembiayaan *murabahah* yang dimiliki BMT Al Hikmah dengan produk pembiayaan BMT lainnya.

2) Spanduk

Media promosi spanduk ini dipasang dijalan-jalan lalu didepan setiap kantor cabang, agar

mempermudah masyarakat untuk mengetahui informasi produk yang dimiliki oleh BMT Al Hikmah.³³

B. Hambatan Yang Di Hadapi BMT Al Hikmah dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Multi Barang

1. Hambatan-Hambatan

a. Mayoritas Masyarakat Belum Paham Tentang Lembaga Keuangan Syariah

Minimnya pengetahuan masyarakat tentang lembaga keuangan syariah menjadi kendala yang dihadapi BMT dalam memasarkan produk. Masih banyak yang belum mengerti dan salah faham tentang lembaga keuangan syariah, mereka menganggapnya sama saja dengan lembaga keuangan konvensional. Tapi sebagian masyarakat sudah mengetahui apa itu lembaga keuangan syariah, namun dalam prakteknya masyarakat belum mengetahui apa saja produk-produk yang ada didalamnya. Maka dari itu harus dilakukan sosialisasi kepada masyarakat umum mengenai lembaga keuangan syariah.

b. Rendahnya Mutu Pendidikan Sumber Daya Manusia dalam Bidang Keuangan Syariah

³³ Wawancara Dengan Bapak Awing Fraptiyo Selaku Kepala Operasional BMT Al Hikmah Kantor Cabang Babadan Pada Tanggal 15 Mei 2018.

Tidak semua karyawan paham tentang keuangan syariah karena sebagian dari mereka berasal dari latar belakang pendidikan yang lebih berorientasi pada ekonomi konvensional dari pada ekonomi Islam maka itu dari pihak manajemen BMT harus memberikan pembinaan dan pelatihan syariah secara terus-menerus agar kemampuan karyawan tentang syariah meningkat dan melahirkan SDM yang unggul dalam bidang syariah.

c. Persaingan Antar BMT Yang Semakin Ketat

Banyaknya BMT di sekitar Ungaran yang merupakan kawasan yang padat penduduk dan luas memunculkan peluang bisnis dalam sektor keuangan syariah. Maka dari itu dapat menimbulkan persaingan antar BMT satu dengan BMT yang lainnya untuk menarik masyarakat menggunakan produk di BMT. Dengan adanya persaingan ini BMT harus mampu bersaing secara sehat dalam melakukan pemasaran produk. Lalu memberikan edukasi dan pengenalan kepada calon anggota tentang BMT Al Hikmah, bahwa BMT Al Hikmah mempunyai keunggulan tersendiri dibandingkan dengan BMT yang lain.³⁴

³⁴ Wawancara dengan Bapak Awing Fraptiyo selaku Kepala Operasional BMT Al Hikmah Kantor Cabang Babadan, tanggal 15 Mei 2018

2. Solusi

a. Mengadakan Event

Mengadakan event seperti jalan sehat atau kegiatan keagamaan saat hari ulang tahun BMT maupun setiap 3 bulan sekali bisa dilakukan untuk mengenalkan BMT maupun produk-produk BMT kepada masyarakat. Event ini bisa diadakan ditempat keramaian agar banyak dikunjungi orang. Lalu mengadakan bakti sosial di lingkungan KSPPS BMT Al Hikmah Babadan yang ditujukan kepada keluarga yang tidak mampu, anak yatim maupun manula, ini sebagai wujud kepedulian dari BMT Al Hikmah kepada masyarakat sekitar BMT.

b. Mengadakan Pelatihan Ekonomi Syariah

BMT bisa mengadakan pelatihan kepada karyawannya berupa pemahaman terhadap ekonomi syariah, prinsip-prinsip syariah yang ada dalam perbankan syariah supaya setiap karyawan memiliki pemahaman yang luas mengenai ilmu syariah maupun ilmu perbankan. Dalam pengadaan pelatihan ini diharapkan mampu memberikan dampak konkret atau positif bagi karyawan di BMT.

c. Kerjasama Dengan Pihak Lain

Dengan adanya kerja sama dengan pihak lain atau menggandeng perusahaan maupun organisasi untuk

pemasaran produk. Diharapkan dengan kerjasama ini akan membuat banyak orang tertarik untuk menjadi anggota di BMT dan BMT dapat dikenal oleh banyak orang.

d. Menggunakan Media Sosial Sebagai Alat Kegiatan Promosi

Dengan menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran merupakan yang paling ampuh karena hampir semua orang dari latar belakang yang berbeda, pasti sangat aktif menggunakannya. Selain lebih efektif dan efisien, promosi melalui media sosial bisa lebih menyebar dan menjangkau konsumen dari berbagai kalangan. Karena semakin banyak promosi melalui media sosial yang disebar semakin besar pula peluang untuk menjaring konsumen yang potensial.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, Abdul Ghofur. 2011. *Gadai Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Danupranata, Gita. 2013. *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta: Salemba
- File dari BMT Al Hikmah Ungaran
- Hendar. 2003. *Manajemen Perusahaan Koperasi*. Jakarta: Erlangga
- Huda, Choirul. 2015. *Ekonomi Islam*. Semarang: CV Karya Abadi Jaya
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana
- Kasmir. 2010. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Terjemahan Alexander Siondoro, Jakarta: Indeks Gramedia,
- Meolang, Lexy J. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Muhammad. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers
- Muhammad. 2014. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Muthaheer, Osmad. 2012. *Akuntansi Perbankam Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Rianto, M. Nur. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta
- Ridwan, Muhammad. 2004. *Manajemen Baitul Maal Wattamwil*. Yogyakarta: UII Press
- Sjahdeini, Sutan Remi. 2014. *Perbankan Syariah: Produk-Produk Dan Aspek-Aspek Hukumnya*. Jakarta: Kencana
- Sutanto, Herry & Khaerul Umam . 2013. *Manajemen Perbankan Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia


Umam, Khotibul. 2016. *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar Dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers


Wijaya, Tony. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Teori & Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Hasil Wawancara


Wawancara Dengan Bapak Awing Fraptiyo Selaku Kepala Operasional BMT Al Hikmah Kantor Cabang Babadan Pada Tanggal 15 Mei 2018

LAMPIRAN

 BMT^{K S P P S} AL HIKMAH UNGARAN - KAB. SEMARANG		SLIP PENARIKAN Tanggal / /	
JENIS PENARIKAN <input type="checkbox"/> Si Reli <input type="checkbox"/> Si Wadiah <input type="checkbox"/> Si Suka <input type="checkbox"/> S. Pokok <input type="checkbox"/> Si Suqur <input type="checkbox"/> S. Wajib <input type="checkbox"/> Saras <input type="checkbox"/> 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. : Lembar 1 : BMT 2 : Anggota

 BMT^{K S P P S} AL HIKMAH UNGARAN - KAB. SEMARANG		SLIP ANGSURAN Tanggal / /													
JENIS ANGSURAN <input type="checkbox"/> BBA <input type="checkbox"/> RAHN <input type="checkbox"/> MBA <input type="checkbox"/> MBA Angs. <input type="checkbox"/> PARAS <input type="checkbox"/> MBA PARAS <input type="checkbox"/> QH <input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> Al Ijarah <input type="checkbox"/> _____		Nama : Alamat : No. Pby. : Cabang :	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Uraian</th> <th>Nominal</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Pokok</td> <td>Rp</td> </tr> <tr> <td>2. Bahas</td> <td>Rp</td> </tr> <tr> <td>3. CR</td> <td>Rp</td> </tr> <tr> <td>4. Denda</td> <td>Rp</td> </tr> <tr> <td>Jumlah</td> <td>Rp</td> </tr> </tbody> </table>	Uraian	Nominal	1. Pokok	Rp	2. Bahas	Rp	3. CR	Rp	4. Denda	Rp	Jumlah	Rp
Uraian	Nominal														
1. Pokok	Rp														
2. Bahas	Rp														
3. CR	Rp														
4. Denda	Rp														
Jumlah	Rp														
Angsuran Ke	Supervisor	Tanda Tangan Kasir	Tanda Tangan & Nama Jelas Ket. : Lembar 1 : BMT 2 : Anggota												

 BMT^{KSPPS} AL HIKMAH UNGARAN - KAB. SEMARANG		SLIP SETORAN Tanggal / /
JENIS SETORAN	Nama : Alamat : No. Rek. : Cabang :	Jumlah Setoran Rp. Terbilang
<input type="checkbox"/> Si Rela <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. Pemby <input type="checkbox"/> Si Haji <input type="checkbox"/>	Supervisor Tanda Tangan Kasir Tanda Tangan Penyetor	Ket. : Lembar 1 : BMT 2 : Anggota

 BMT AL HIKMAH UNGARAN - KAB. SEMARANG <i>Mengembangkan Ekonomi Umat Islam</i>		KARTU VALIDASI
No. Tab/Dep. :		
Jenis Tab/Dep.. :		
Atas nama :		
No. KIP/SIM :		
Pekerjaan :		
Temp. & Tgl. lahir :		
Alamat rumah :		
Alamat kantor :		
Telepon :		
DIBUAT	DISETUIJI	

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

*) Coret salah satu

Tanggal Pengajuan :

Jenis Pengajuan : Baru Lama

I. DATA PEMOHON

Nama Lengkap :

Nama Panggilan :

Nama Ibu Kandung :

Tempat Tgl. Lahir :

Status : Menikah Belum Menikah Janda/ Duda

Identitas : KTP SIM Nomor :

Alamat Sekarang :

Telepon : Rumah Kantor HP :

Alamat Lain Yang Bisa Dihubungi :

Telepon :

Waktu Bisa Dihubungi : Di Rumah pukul : Di Kantor pukul :

Status Rumah Yang Ditempati : Milik sendiri/ Kontrak/ Milik keluarga/ Kredit* (coret yang tidak perlu)

II. DATA KELUARGA

Nama Suami/ istri :

Tempat Tgl. Lahir :

Pekerjaan :

Jumlah Anak : Orang

TK : Orang

SD : Orang

SLTP : Orang

SLTA : Orang

PT : Orang

KEKAYAAN/ INVENTARIS		
Jenis	Jumlah	Keterangan
Rumah		
Tanah		
Mobil		
Kendaraan		

III. DATA USAHA/ PEKERJAAN

Untuk Pengusaha/ pedagang

Nama Usaha :

Bidang Usaha :

Alamat Usaha :

Status Tempat Usaha : Milik Sendiri/ Kontrak
Rp. Per Bln/ Thn

Untuk Karyawan

Nama Perusahaan :

Alamat :

Telepon :

Jabatan :

Lama Bekerja :

IV. DATA KEUANGAN/ PENGHASILAN

Pendapatan Per Bulan : Rp.

Pendapatan Suami/istri : Rp.

Pendapatan lain : Rp.

Jumlah Pemasukan : Rp.

Biaya Hidup Per Bulan : Rp.

Pinjaman lain : Rp.

Jumlah Pengeluaran : Rp.

Sisa Penghasilan : Rp.

Pinjaman Lain

Pinjaman Di :

Jumlah Pinjaman :

Jangka Waktu :

Angs. Per bulan :

Sisa Pokok :

Jenis Simpanan : Si Relasi Si Suka Si Suqur
 Saras Simpel

Tanggal :

Nama Lengkap :

Tempat / Tgl. Lahir :

Jenis Kelamin : Laki - laki Perempuan

Jenis Identitas : KTP SIM

No. Identitas :

Pendidikan : SD SLTP SLTA PT

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

Alamat :

Kelurahan :

Kecamatan :

Kota :

Telepon : Rumah : Kantor :
 HP :

Ahli Waris : Hubungan Keluarga :

Saldo Awal : Rp.

VALIDASI

DIISI OLEH			TANDA TANGAN Ungaran,
Pembuat	Pemeriksa	Persetujuan	



BMT^{K S P P S} AL HIKMAH
KABUPATEN SEMARANG - KAB. SEMARANG

Kantor BMT Al Hikmah
Jl. Veteran No.12 Lt.2, Mijen
Kec. Mijen Kabupaten Semarang Timur 50519
Telp. (061) 415-1111
Email: bmtalhsng@yahoo.co.id

LAYANAN

SIMPANAN



SIRELA

Simpanan Sukarela Qurban

Simpanan Syariah yang sangat ringan, sangat mudah dan semua kalangan masyarakat dapat melaksanakan administrasinya.

FITUR :

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

SYARAT :

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



SIMPEL

Simpanan Pelajar

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

FITUR :

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

SYARAT :

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

SISUQUR

Simpanan Sukarela Qurban

Simpanan Syariah yang dirancang khusus bagi anda sebagai sarana memperoleh 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,-



SIHAJI/UMROH

Simpanan Ibadah Haji/ Umroh

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

FITUR :

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

SISUKA

Simp. Suka Rela Berjangka

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

FITUR :

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

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

Kantor Cabang :

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

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 :

- 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



MUKTUSA



PERTANIAN



PERKANToran



PERGALANGAN



INDUSTRI
RUMAH TANGGA



PETERNAKAN

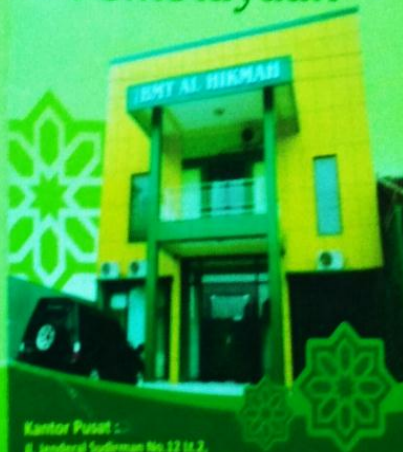


BMT AL HIKMAH

UNGARAN KAB. SEMARANG

SH NO. 0410000011110001001 2 MARET 1999

Layanan Pembiayaan



Kantor Pusat :

Jl. Jenderal Sudirman No. 12 II.2,

Mijen Gedanganak Ungaran Timur 50519

Telp/Fax 024-6924415 E-mail : bmtalikhmahong@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 Pabrik Jepang (HONDA, YAMAHA, SUZUKI, KAWASAKI).
- Persyaratan Mudah dengan proses cepat.
- Uang muka minimal 30% dari harga kendaraan yang diinginkan.
- Margin diperhitungkan dari harga pokok dikurangi dengan uang muka yang disetorkan.
- Total angsuran lebih ringan dibandingkan dengan Dealer / Leasing.
- Jangka Waktu Maksimal sampai dengan 3 tahun.
- Fasilitas Asuransi TLO (optional).



PEMBIAYAAN MULTI JASA

Dengan Prinsip Jasa Ijarah

Fasilitas Pembiayaan diperuntukkan bagi Anggota yang terkendala dalam membayar Biaya Pendidikan, Biaya Sewa Rumah, Biaya Sewa Tempat Usaha, Biaya Perawatan Rumah Sakit, Biaya Perjalanan dan Biaya Lain yang diperlukan.

BMT AL HIKMAH siap membantu membayarkan kebutuhan Biaya tersebut dan anggota mengembalikan pembiayaan dan jasanya secara angsuran atau tempo sesuai dengan kesepakatan.

SYARAT :

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



BMT AL HIKMAH
Ungaran Kab. Semarang

Gadai Syariah Si GADIS

Cara Berhak Menyelesaikan Masalah

Mudah

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

Uang cair kurang dari 30 menit

Cepat

Aman

Memberikan jaminan keamanan terhadap barang yang dititipkan

Dikelola dengan sistem Syariah yang berlandaskan atas dasar prinsip tolong menolong

Berhak

- Kantor Pusat : Jln. Jend. Soedirman No 12 Mijen Gedanganak
Ungaran Timur Telp. 024 6924415
- Cabang Babadan : Komplek Pasar Babadan Blok E 23-25
Ungaran Barat Telp. 024 6922743
- Cabang Karangjati : Komplek Terminal Pasar Karangjati No 11
Bergas Telp. 0298 525657
- Cabang Bawen : Jl. Tegalpanas - Jimbaran Dsn. Secang RT 01/01
Ds. Samban Bawen Telp. 024 70603355
- Cabang Bandungan : Jl. Tirtomoyo No. 07 Bandungan Telp. 0298 711151
- email : bmtalikhmasma@yahoo.co.id

Barang yang bisa digadai

Perhiasan emas



Hand Phone



Elektronik



Kendaraan Bermotor



Laptop



Alat-alat Rumah Tangga



Tanpa Angsuran, Tanpa Bagi Hasil

Si GADIS

Merupakan produk unggulan KJKS BMT AL HIKMAH yang membantu memberikan solusi segala permasalahan keuangan anda dengan MUDAH, CEPAT, AMAN dan BERKAH



BMT AL HIKMAH

UNGERAN KAB. SEMARANG

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



SI WADIAH

Simpanan Wajib Berhadiah

Kantor Pusat :

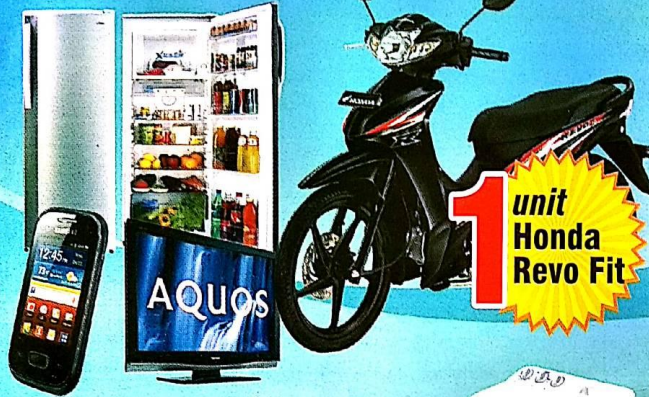
Jl. Jenderal Sudirman No.12 Lt.2,

Mijen Gedanganak Ungaran Timur 50519

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

Hubungi :

HADIAH UTAMA



1 unit
Honda
Revo Fit

DAPATKAN HADIAH MENARIK

- 1 Mesin Cuci Sharp
- 1 Lemari Es 1 Pintu
- 1 Handphone Android
- 3 Televisi Berwarna 14"
- 6 Magicom
- 6 Kompor Gas 2 Tungku
- 9 DVD Player
- 9 Kompogas 1 Tungku
- 21 Setrika Listrik
- 43 Bingkisan Menarik

CARANYA MUDAH

- Setiap bulan menyeter simpanan SI WADIAH sebesar Rp. 200.000,-
- Tiap anggota diperbolehkan untuk mendaftar lebih dari 1 kesempatan.
- Jangka Waktu penyeteroran selama 24 Bulan.
- Pengundian hadiah dilaksanakan dalam 3 tahap pada periode 8, 16 dan 24.
- Setiap anggota dipastikan akan mendapatkan hadiah sesuai undian yang diperoleh.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Bahwa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Galuh Anjani Putri
Umur : 21 Tahun
Tempat / Tanggal Lahir : Semarang, 01 Juli 1997
Bangsa : Indonesia
Agama : Islam
Tempat Tinggal : Mangkang Wetan Kauman, RT 04
RW 03, Kelurahan Mangkang Wetan,
Kecamatan Tugu, Semarang

Menerangkan sesungguhnya

PENDIDIKAN

1. Tamatan SDN 02 Mangkang Wetan Semarang
2. Tamatan SMP Kesatrian 2 Semarang
3. Tamatan SMK Islamic Centre Baiturrahman Semarang

Semarang,

Saya yang bersangkutan

Galuh Anjani Putri