

**IMPLEMENTASI *MARKETING MIX* PADA PRODUK
TABUNGAN DI BMT UGT SIDOGIRI CAPEM KALIWATES
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh:

MOH. TSAQIB
NIM. 083 133 188

Dosen Pembimbing:

Dr. Moch. Chotib, S.Ag, M.M
NIP. 19710727 200212 1 003

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
MARET 2019**

**IMPLEMENTASI *MARKETING MIX* PADA PRODUK
TABUNGAN DI BMT UGT SIDOGIRI CAPEM KALIWATES
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Rabu
Tanggal : 06 Maret 2019

Oleh:

MOH. TSAQIB
NIM. 083 133 188

Disetujui Pembimbing:

Dr. Moch. Chotib, S.Ag, M.M
NIP. 19710727 200212 1 003

**IMPLEMENTASI *MARKETING MIX* PADA PRODUK
TABUNGAN DI BMT UGT SIDOGIRI CAPEM KALIWATES
KABUPATEN JEMBER**

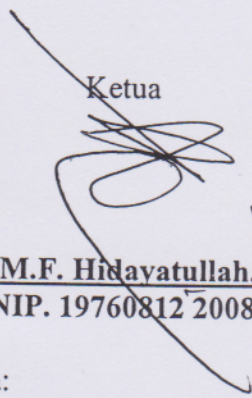
SKRIPSI

Telah diuji dan diterima
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

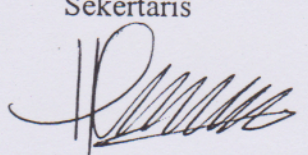
Hari : Rabu
Tanggal : 06 Maret 2019

Tim Penguji

Ketua

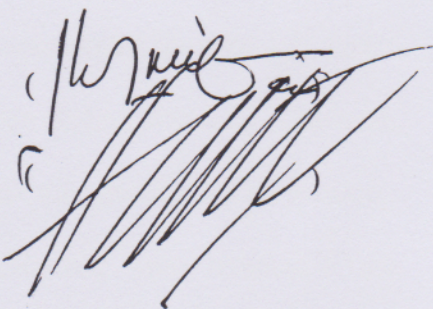

(M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I)
NIP. 19760812 200801 1 015

Sekretaris


(Nur Hidayat, S.E., M.M)
NUP. 201603132

Anggota:


1. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si
2. Dr. Moch. Chotib, S.Ag., MM



Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. Moch. Chotib, S.Ag., MM
NIP. 19710727 200212 1 003

MOTTO

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا

لَعَلَّكُمْ تَفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.(Qs. Al-Jumu'ah:10).*



* Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Jabal Raudhatul Jannah, 2010), 455.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah kupanjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan kesempatan untuk menyelesaikan tugas akhir dengan segala kekuranganku. Syukur ku ucapkan kepada-Mu karena telah menghadiri mereka yang selalu memberi semangat dan do'a di saat kutertatih, karena-Mu lah mereka ada, dan karena-Mu tugas akhir ini terselesaikan. Segala puji bagi-Mu ya Allah, engkau memberiku kesempatan di penghujung awal perjuanganku ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ayahanda Misderi dan Ibunda tercinta Mu'rifah yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi dan curahan hati dengan penuh kesabaran dan ikhlas, membesarkan dan membiayai baik materil maupun spiritual serta mengalirkan doa untuk kebahagiaan putranya di dunia dan akhirat dan demi keberhasilan serta selalu memberikan yang terbaik untuk putrinya.
2. Kakak perempuanku Rif'atus Zakiyah kakak Ipar Matjuri, saudara perempuanku Titin Yuliatin, Qiqi', serta keponakan-keponakanku Zainal Arifin, Khoiron Katsiron, Moh. Noer Zain, Rian Rofiqi, Faridatul Khasanah, Afandi yang selalu memberikan semangat dalam menghadapi segala sesuatu.
3. Guru-guruku mulai dari saya kecil sampai sekarang tanpa terkecuali baik guru ngaji di Masjid Nurul-Huda Gili Radja, Raudatul Athfal Nurul-Huda Gili Radja, MI Nutul-Huda Gili Radja, Mts Nurul-Huda Gili Radja, MA PP Nurul-Islam Karang Cempaka Bluto Sumenep, serta para dosenku di IAIN jember yang telah ikhlas memberikan banyak ilmu pengetahuan.

4. Para Saudara-Saudara seperjuanganku, serta teman-temanku semua yang tak mampu saya sebutkan satu persatu dan Untuk tunangan-ku Siti Lailatul-Khasanah terimakasih karena selalu memberikan motivasi, dukungan, cinta dan kasih sayang, perhatiannya padaku serta doa yang tulus untukku sehingga membuat aku selalu bersemangat.
5. Semua teman-teman kelas J5, J3, J2 angkatan 2013 yang senasib dan seperjuangan, terimakasih telah menjadi teman dan mengerti arti dari sebuah pertemanan dan perjuangan.
6. Almamaterku IAIN Jember tercinta.



KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur kepada Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul *“Implementasi MARKETING MIX Pada Produk Tabungan Di BMT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember”*.

Sholawat serta salam yang tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi kita Muhammad Saw, yang dengan jiwa sucinya penuh pengorbanan dan keikhlasan telah membimbing dan menuntun umatnya ke jalan penuh dengan cahaya ilmu yang di ridhoi oleh Allah SWT.

Dalam penulisan skripsi ini penulis telah banyak mendapatkan bantuan dan masukan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., MM. selaku Rektor IAIN Jember.
2. Bapak Dr. Moch. Chotib, S.Ag., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Jember.
3. Bapak M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam IAIN Jember.
4. Ibu Nurul Setianingrum, S.E., MM selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah IAIN Jember.
5. Segenap dosen IAIN Jember yang telah memberikan ilmunya.

6. Pimpinan dan semua pihak Balai desa Sidomulyo yang sudah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
7. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Teriring doa semoga amal yang telah kita lakukan menjadi amal yang tiada putus pahalanya, dan bermanfaat untuk kita baik di dunia maupun akhirat. Amiin Walaupun telah dengan segenap kemampuan, namun penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena keterbatasan ilmu. Perlu kiranya adanya koreksi, saran dan kritikan yang konstruktif dari seluruh pembaca yang penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat menjadi sumber informasi yang bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, 18 Desember 2018
Penulis

MOH. TSAQIB
NIM. 083 133 188

IAIN JEMBER

ABSTRAK

Moh. Tsaqib, Dr. Moch. Chotib, S.Ag. M.M, 2018: *Implementasi Marketing Mix Pada Produk Tabungan di BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember*

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan lembaga keuangan yang tidak hanya berbentuk bank tapi juga non bank yang melayani masyarakat dikalangan umum dan bersifat merakyat yaitu BMT, BMT adalah kelompok swadaya masyarakat sebagai lembaga ekonomi rakyat yang berupaya terus mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dengan sistem bagi hasil untuk meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dalam mengentaskan kemiskinan.

Fokus masalah dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana implementasi *marketing mix* pada produk tabungan di BMT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember ? 2) Apa saja hambatan dalam melakukan implementasi *marketing mix* pada produk tabungan di BMT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember ? 3) Bagaimana solusinya mengatasi hambatan didalam melakukan *marketing mix* pada produk tabungan di BMT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember ?

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui implementasi *marketing mix* di BMT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember ? 2) Untuk mengetahui hambatan dalam melakukan *marketing mix* di BMT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember ? 3) Untuk mengetahui solusinya mengatasi hambatan dalam menerapkan *marketing mix* pada produk tabungan di BMT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember ?.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Penentuan subjek penelitian menggunakan teknik *purposive*. Teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun analisis data dalam skripsi ini melalui tiga langkah yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Sedangkan untuk keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian bahwa 1) BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember berusaha menerapkan komponen *marketing mix* dalam memasarkan produknya, menetapkan harga atau bagi hasil yang sesuai dengan syariat Islam, dan mengembangkan promosi dengan menonjolkan kelebihan produk BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember. 2) Hambatan yang di alami oleh BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember, adanya persaingan yang begitu ketat yang menawarkan produk yang hampir sama dan ditambah dengan pemahaman calon atau nasabah yang kurang tentang bank dan lembaga keuangan syariah yang sebagian beranggapan bank konvensional lebih aman untuk menabung dan lain-lain. 3) Solusi yang digunakan oleh BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember adalah dengan solusi meningkatkan emosional terhadap nasabah, melakukan (*door to door*) dan (*face to face*) dilanjut dengan kunjungan setiap 1 minggu 1 kali.

Kata kunci : *Implementasi, Marketing Mix*

ABSTRACT

Moh. Tsaqib, Dr. Moch. Chotib, S.Ag. M.M, 2018: *implementation of the marketing mix on savings products at BMT UGT Sidogiri the auxiliary branch of the district of Jember.*

This research is motivated by financial institutions that are not only in the form of bank but also non-banks that serve the public. BMT is a community self-help group as a business and investment with a revenue sharing system to improve the economic quality of small and small entrepreneurs to alleviate poverty.

The focus of the problem in this research is 1) How is the implementation of the marketing mix on savings product at BMT UGT Sidogiri the auxiliary branch of the district of Jember? 2) What are the obstacles in completing the marketing mix on savings product at BMT UGT Sidogiri the auxiliary branch of the district of Jember? 3) How the solution to overcome the obstacles in conducting marketing mix on savings products at BMT UGT Sidogiri the auxiliary branch of the district of Jember?

The purpose of this research is 1) To know the implementation of the marketing mix on savings product at BMT UGT Sidogiri the auxiliary branch of the district of Jember. 2) To know the obstacles in completing the marketing mix on savings product at BMT UGT Sidogiri the auxiliary branch of the district of Jember. 3) To know the solution to overcome the obstacles in conducting marketing mix on savings products at BMT UGT Sidogiri the auxiliary branch of the district of Jember.

This research method used qualitative approach with research type of case study. Determination of research subject using purposive technique. Data collection techniques using observation, interviews and documentation. As for data analysis in this thesis through three steps namely data reduction, data presentation and conclusion. As for the validity of data using source triangulation.

Result of research that 1) BMT UGT Sidogiri the auxiliary branch of the district of Jember trying to apply the marketing mix component in marketing its products, set prices or profit sharing in accordance with Islamic sharia and develop promotions by highlighting the advantages of BMT UGT Sidogiri the auxiliary branch of the district of Jember. 2) The obstacles experienced by BMT UGT Sidogiri the auxiliary branch of the district of Jember the existence of competition that is so tight that offers almost the same product and couple with the understanding of prospective or customers who institutions, some of which conventional bank are safer to save and so on. 3) The solution that is used by BMT UGT Sidogiri the auxiliary branch of the district of Jember is to improve emotional solutions to do (door to door) and (face to face) followed by a visit every one week once.

Keyword : Implementation, Marketing mix.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian.....	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Istilah.....	7
F. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu	12
B. Kajian Teori	15
1. <i>Marketing MIX</i>	15
2. Tabungan.....	31

3. Baitul Maal Wat Tamwil (BMT).....	37
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	44
B. Lokasi Penelitian.....	45
C. Subyek Penelitian.....	46
D. Teknik Pengumpulan Data.....	47
E. Analisis Data.....	50
F. Keabsahan Data.....	52
G. Tahap-Tahap Penelitian.....	52
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	
A. Gambaran Objek Penelitian.....	55
B. Penyajian dan Analisis Data.....	72
C. Pembahasan Temuan.....	90
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	95
B. Saran-Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
1. Pernyataan Keaslian Tulisan	
2. Matrik Penelitian	
3. Pedoman Wawancara	
4. Surat Izin Penelitian	
5. Jurnal Kegiatan Penelitian	
6. Surat Keterangan Selesai Penelitian	
7. Foto Dokumentasi	
8. Biodata Penulis	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbedaan dan Persamaan Terhadap Penelitian Terdahulu.....	14
-----------	------------------------------------------------------------	----



BABI

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perubahan dunia begitu cepat telah memaksa produsen dan para penjual berpikir keras agar tetap eksis di dunianya. Perubahan ini diakibatkan oleh beberapa sebab, seperti pesatnya pertumbuhan dan perkembangan teknologi, baik teknologi mesin dan alat-alat berat, terlebih lagi alat komunikasi. Perkembangan teknologi mesin misalnya telah mampu mengubah mutu produk, mulai dari kemasan sampai kepada isinya semakin menarik dan kompetitif.¹ Tidak menutup kemungkinan tingkat persaingan pada industri jasa keuangan (*financial services*) di Indonesia saat ini semakin besar, hal ini ditandai dengan banyaknya penyedia jasa keuangan sebagaimana telah diatur dalam Undang-undang Republik Indonesia nomor 21 tahun 2011 tentang Otoritas jasa keuangan, yang meliputi jasa keuangan di sektor perbankan, pasar modal, asuransi, dana pensiun, lembaga pembiayaan, dan lembaga jasa keuangan lainnya. Kondisi ini memaksa para pelaku di industri jasa keuangan melakukan aktivitas pemasaran dalam menarik konsumen.²

Akibat perubahan teknologi yang begitu cepat, berimbas juga kepada perilaku masyarakat. Informasi yang masuk dari berbagai sumber dengan

¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2004), 5.

² Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Strategi Sukses Bisnis Bank*, (Jakarta : PT Gramedia Building Blok I, Lt 5, 2014), 162.

mudah diperoleh dan diserap oleh berbagai masyarakat sekalipun dipelosok pedesaan yang terpencil. Imbas yang paling nyata adalah masyarakat begitu cepat pandai dalam memilih produk yang disukai dengan membandingkan-bandingkan antara produk yang sejenis, tentu saja dalam arti yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka. Cepatnya informasi yang masuk akibat majunya teknologi sector informasi seperti televisi, radio, koran atau majalah telah menjadikan masyarakat semakin cerdas dan masyarakat sudah semakin sulit untuk dibohongi.³

Di zaman serba berubah seperti sekarang, pemasaran menjadi denyut jantung dari berbagai usaha. Hal ini harus dianggap sebagai penunjang utama bagi kehidupan perusahaan. Konsep modern pemasaran diakui perannya sebagai penyumbang langsung untuk mendapatkan laba serta volume penjualan.

Lembaga keuangan yang tidak hanya berbentuk bank tetapi juga non bank. Lembaga keuangan non bank yang melayani masyarakat dikalangan umum dan bersifat merakyat seperti BMT.

Seperti telah diutarakan bahwa *Baitul Maal wat tamwil* (BMT) adalah kelompok swadaya masyarakat sebagai lembaga ekonomi rakyat yang berupaya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dengan sistem bagi hasil untuk meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dalam mengentaskan kemiskinan.

³ Kasmir. *Pemasaran Bank* (Jakarta : Kencana,2005), 2.

BMT didirikan dari, oleh, dan untuk masyarakat setempat sehingga mengakar pada masyarakat dan perputaran dana semaksimal mungkin digunakan untuk masyarakat setempat. Sistem bagi hasil sudah merupakan tradisi masyarakat Indonesia sehingga kehadiran BMT sesuai dengan kehendak dan budaya mereka. Kegiatan bisnis BMT bertujuan membantu pengusaha kecil bawah dan kecil dengan memberikan pembiayaan yang dipergunakan sebagai modal dalam rangka mengembangkan usahanya. Dengan kegiatan bisnis ini, usaha anggota berkembang dan BMT memperoleh pendapatan sehingga kegiatan BMT berkesinambungan secara mandiri.⁴

BMT melaksanakan dua jenis kegiatan, yaitu *baitul tamwil* dan *baitul maal*. *Baitul tamwil* mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan pengusaha kecil dan bawah dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan ekonomi sementara *baitul maal* menerima titipan zakat, infak, dan sedekah, serta menjalankannya sesuai dengan peraturan dan amanahnya.⁵

Ada beberapa tujuan suatu perusahaan dalam melakukan kegiatan antara lain :⁶

1. Memenuhi kebutuhan suatu produk.
2. Memenuhi suatu keinginan para pelanggan suatu produk.

⁴ Neni Sri Imaniyati. *Aspek-aspek Hukum BMT (Baitul Maal wat Tamwil)*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2010),76.

⁵ Neni Sri Imaniyati. *Aspek-aspek Hukum BMT (baitul maal wat tamwil)* (Bandung : PT Citra Aditya Bakti, 2010),76.

⁶ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2000),168

3. Memberikan kepuasan semaksimal mungkin kepada para pelanggan.
4. Ingin menguasai pasar dan menghadapi persaingan.

Melanjutkan pendapat Kasmir, dalam memasarkan produk dan jasa harus melihat empat komponen penting yaitu:⁷

1. *Product*, (Produk)
2. *Place*, (Tempat)
3. *Promotion*, (Promosi)
4. *Price*, (Harga)

Pendapat diatas, dilakukan agar dapat mengimplementasikan *MARKETING MIX* yang tepat dalam menggapai suatu tujuan perusahaan. Dari beberapa penjelasan yang telah dipaparkan di atas, penulis tertarik untuk mengangkat judul: **Implementasi *MARKETING MIX* Pada Produk Tabungan Di BMT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember**

B. Fokus Penelitian

Perumusan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan istilah fokus penelitian. Bagian ini mencantumkan semua fokus permasalahan yang akan dicari secara singkat, jelas, tegas, spesifik, operasional yang dituangkan dalam bentuk kalimat.⁸

1. Bagaimana implementasi *marketing mix* pada produk tabungan di BMT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember?

⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 2008), 156

⁸ Tim penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* (Jember. Stain Jember Press, 2017), 44

2. Apa saja hambatan dalam melakukan implementasi *marketing mix* pada produk tabungan di BMT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember?
3. Bagaimana solusinya mengatasi hambatan didalam melakukan *marketing mix* pada produk tabungan di BMT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember?

C. Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan penelitian ini adalah menemukan, mengembangkan, dan membuktikan pengetahuan. Sedangkan secara khusus tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menemukan. Menemukan berarti sebelumnya belum pernah ada atau belum diketahui. Dengan metode kualitatif, maka penelitian dapat menemukan pemahaman luas dan mendalam terhadap situasi sosial yang kompleks, memahami interaksi dalam situasi sosial tersebut sehingga dapat ditemukan hipotesis, pola hubungan yang akhirnya dapat dikembangkan menjadi teori.⁹ Berdasarkan fokus penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui implementasi *marketing mix* di BMT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember.
2. Untuk mengetahui hambatan dalam melakukan *marketing mix* di BMT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember.
3. Untuk mengetahui solusinya mengatasi hambatan dalam menerapkan *marketing mix* pada produk tabungan di BMT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember.

⁹ Tim Penyusun IAIN JEMBER, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2017),44

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan di berikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoritis dan kegunaan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan. Kegunaan penelitian harus realistis.¹⁰

1. Manfaat Teoritis.

Hasil dari penelitian ini semoga memberikan pengetahuan yang positif dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi pihak lain yang akan melakukan penelitian lebih lanjut.

2. Manfaat praktis.

a. Bagi peneliti

Hasil penelitian mampu memberikan ilmu dan pemahaman bagi penulis mengenai Implementasi *MARKETING MIX* Pada Produk Tabungan Di BMT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember.

b. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sumber referensi bagi mahasiswa yang ingin meneliti hal yang sama.

c. Bagi lembaga yang di teliti

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan bahan untuk mempertimbangkan kebijakan-kebijakan dalam pengambilan keputusan terkait dengan proses pemasaran produk.

¹⁰ Tim Penyusun, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah*, 45

d. Bagi Lembaga IAIN Jember

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan pengembangan lebih lanjut. Serta akan menambahkan kualitas mahasiswa dibidangnya, sehingga dapat dijadikan informasi dan referensi bagi seluruh aktivis akademika untuk menggali lebih mendalam dan lebih lengkap untuk melahirkan mahasiswa yang berkualitas.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti didalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalah pahaman terhadap makna sebagaimana yang dimaksud oleh peneliti. Adapun tujuannya tidak lain adalah untuk memudahkan para pembaca dan memahami secara komprehensif terhadap maksud kandungan serta alur pembahasan bagi judul karya ilmiah ini, yang terlebih dahulu akan dijelaskan mengenai beberapa istilah pokok yang terdapat dalam judul ini, yakni sebagai berikut:¹¹

1. *Marketing MIX*

Memasarkan produk-produk bank merupakan bagian dari kegiatan bank yang bisa dikatakan sangat penting. Hal ini akan menjadi hal yang sangat penting dalam meningkatkan *income* untuk bank itu sendiri. Semakin banyak produk yang diminati oleh masyarakat, maka pastinya juga akan memberikan jumlah *income* perusahaan yang lebih besar pula.

¹¹ Tim Penyusun, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah*, 45

Mengingat pentingnya hal ini, setiap bagian *marketing* bank harus benar-benar mengetahui strategi pemasaran bank yang tepat untuk mendapatkan kepercayaan dari nasabah atau klien.¹²

Bauran pemasaran (*Marketing MIX*) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran.¹³

Pembahasan penerapan bauran pemasaran yang terdiri dari 4P yaitu:

a. *Produk*

Desain dan produk merupakan atribut yang harus diperhatikan, seperti sistem, prosedur, dan pelayanannya, termasuk ukuran, bentuk dan kualitas.

b. *Price*

Harga merupakan aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga sangat sangat menentukan laku dan tidaknya suatu produk.

c. *Promotion*

Kegiatan promosi pada produk dan jasa pada umumnya dilakukan melalui iklan di media massa, atau televisi konsep kegiatan promosi secara menyeluruh, meliputi *advertising*, *sales promotion*, *public relation*, *sales training*, *marketing reseach*, dan *development*.

¹². Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Strategi Sukses Bisnis Bank*, (Jakarta : PT Gramedia Building Blok I, Lt 5, 2014), 169.

¹³. Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 1995),18

d. *Place*

Place disebut juga saluran distribusi. Saluran distribusi produk dan jasa adalah berupa kantor cabang yang secara langsung menyediakan produk dan jasa yang ditawarkan.¹⁴

2. Tabungan

Tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadi'ah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, namun tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet, giro, dan/ atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.¹⁵

3. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Selain itu produk juga di artikan sebagai pemahaman subyektif dari produsen atas “sesuatu” yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi dan daya beli.¹⁶

¹⁴ Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Strategi Sukses Bisnis Bank*, (Jakarta : PT Gramedia Building Blok I, Lt 5, 2014), 168.

¹⁵ Pengertian Tabungan, Undang-undang R.I No. 21 tahun 2008, *Tentang Perbankan Syariah*, pasal 1 ayat 21.

¹⁶ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Bayumedia Publishing Anggota IKAPI Jatim, 1999),95

F. Sitematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah bentuk deskriptif naratif, bukan seperti daftar isi. Adapun sistematika pembahasan dari penelitian ini adalah:

BAB I : Pendahuluan, pada bab ini memberikan ilustrasi dasar-dasar berpijak, memberikan arah kejelasan tentang metode yang digunakan dalam membahas judul skripsi ini. Oleh karena itu dalam bab ini dikemukakan latar belakang masalah, fokus masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan.

BAB II : Pada bab ini akan di paparkan kajian pustaka serta literatur yang berhubungan dengan skripsi. Penelitian terdahulu serta kajian teori yang mencakup tentang implementasi *marketing mix* pada produk tabungan.

BAB III : Metode penelitian mencakup pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitiann, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan tahap-tahapan penelitian.

BAB IV : Penyajian Data dan Analisis, menguraikan tentang gambaran obyek yang akan diteliti, penyajian data dan analisis data serta pembahasan temuan.

BAB V : Penutup, menguraikan tentang kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran-saran yang kepada pihak-pihak objek yang diteliti.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Peneliti pada bagian ini, mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasan, baik penelitian yang sudah dipublikasikan atau belum terpublikasikan. Dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan sebagai berikut:¹⁷

1. Miftahul Jannah, 2017. Judul penelitian : “ *Analisis Strategi Pemasaran Produk di BMT Sidogiri cabang Balung.*”

Hasil Penelitian 1. Strategi pemasaran produk BMT Sidogiri Cabang Balung yang dilakukan dengan menggunakan strategi *marketing mix*. 2. Tantangan BMT Sidogiri cabang Balung dalam pelaksanaan Strategi Pemasarannya itu dengan adanya pesaing yang disekitar lokasi. 3. Strategi BMT dalam menanggulangi tantangannya dengan melakukan perubahan kinerja karyawan, mendatangi orang-orang yang berpengaruh dikalangan masyarakat seperti kiyai/ustad. Selain itu menentukan tempat yang strategis dalam penempatan kantor BMT Sidogiri Cabang Balung penggunaan alat *mobile printer* secara *online*, sistem jaringan, dan pembukaan kantor pembantu merupakan fasilitas termutakhir yang

¹⁷ Tim Penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*,39

dilakukan BMT Sidogiri Cabang Balung dalam memanjakan nasabah dan calon nasabah.¹⁸

2. Desta Marta Nita, 2017. Judul penelitian: “*Analisis Strategi Pemasaran Produk BMT Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Pada BMT Sepakat Sejahtera Bersama Cabang Sukarame Bandar Lampung)*”.

Berdasarkan hasil penelitian strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT Sepakat Sejahtera Bersama Cabang Sukarame Bandar Lampung menggunakan strategi-strategi yang terdiri dari komponen bauran pemasaran yaitu Produk, Harga, Tempat, dan Promosi. Strategi pemasaran pada produk ditunjukkan dengan adanya produk unggulan yaitu produk Murabahah, Simpanan walimah, Simpanan pendidikan serta Simpanan berjangka (Deposito). Penetapan harga yang sesuai dengan kemampuan nasabah, Strategi tempat dilakukan dengan memilih lokasi yang terjangkau bagi nasabah dan calon nasabah, Sementara strategi promosi yang dilakukan adalah meluruskan niat, jemput bola, pelayanan yang baik, memperluas jaringan dan periklanan seperti menyebar brosur. Hasil penelitian juga menyimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT Sepakat Sejahtera Bersama sudah sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip Ekonomi Islam yaitu Adl dan Takaful.¹⁹

¹⁸ Miftahul Jannah, *Analisis Strategi Pemasaran Produk di BMT Sidogiri Cabang Balung*, (Jember: Program Sarjana IAIN Jember, 2017)

¹⁹ Desta Marta Nita, *Analisis Strategi Pemasaran Produk BMT Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Dalam Persepektif Ekonomi Islam*, (Studi Pada BMT Sepakat Sejahtera Cabang Sukarame Bandar Lampung), (Lampung: Program Sarjana IAIN Lampung, 2017).

3. Musrifah, 2016. Judul: “*Implementasi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) pada tabungan faedah di BRI Syariah Kcp. Ajibarang Banyumas*”.

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan terhadap adanya bauran pemasaran pada produk tabungan faedah di BRI Syariah Kcp Ajibang Banyumas, adalah bauran pemasran yang sudah diterapkan di bank tersebut, seperti yang sudah diungkapkan oleh Hair Jr. (2000) berpendapat bahwa proses perencanaan dan pelaksanaan konsep pemberian harga, promosi dan pendistribusian produk, pelayanan, dan ide yang ditujukan untuk menciptakan kepuasan diantara perusahaan dan para pelanggannya.

Adapun elemen bauran pemasaran tersebut untuk usaha jasa meliputi 7P yaitu: (1) *Product*, (2) *Promotion*, (3) *Price*, (4) *Plice*, (5) *People*, (6) *Process*, dan (7) *Physical evidence*.

Tabel 2.1
Perbedaan Dan Persamaan Terhadap Penelitian Terdahulu

NO.	PENELITIAN	PERBEDAAN	PERSAMAAN
1.	Miftahul Jannah, Prodi Ekonomi Islam, IAIN Jember 2017	a. Perbedaan yang menonjol dalam penelitian ini sekilas terlihat pada judulnya yang meneliti tentang strateginya dalam memasarkan produk. b. Lokasi penelitian c. Fokus permasalahan yang dibahas	a. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. b. Sama-sama menggunakan teori <i>marketing mix</i> .
2.	Destia Marta Neta, Prodi	a. Fokus	a. Menggunakan

NO.	PENELITIAN	PERBEDAAN	PERSAMAAN
	Ekonomi Islam, IAIN Raden Intan Lampung, 2017	permasalahan yang dibahas. b. Lokasi penelitian c. Meneliti tentang strategi pemasaran BMT dalam meningkatkan kompetitif dalam persepektif ekonomi islam	penelitian kualitatif b. Sama-sama meneliti di BMT. c. Teori yang digunakan <i>Marketing Mix</i> .
3.	Musrifah, Prodi Ekonomi Islam, IAIN Porwokerto, 2016	a. Lokasi dan waktu penelitian b. Obyek yang diteliti	a. Menggunakan penelitian kualitatif b. Menggunakan teori <i>marketing mix</i>

B. Kajian Teori

1. *Marketing MIX*

a. Pengertian *Marketing Mix*

Kegiatan pemasran selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memnuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Kemudian juga dalam rangka menghadapi para pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat²⁰.

Dalam pemasaran terdapat strategi pemasaran yang disebut bauran pemasaran (*Marketing MIX*) yang memiliki peranan penting

²⁰. Kasmir, SE., MM. *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada,2000), 153.

dalam mempengaruhi konsumen agar dapat membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Elemen-elemen bauran pemasaran terdiri dari semua variabel yang dapat dikontrol perusahaan untuk dapat memuaskan para konsumen.

Bauran pemasaran (*Marketing MIX*) merupakan kegiatan yang dilakukan secara terpadu. Setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri-sendiri tanpa dukun dari elemen yang lain. Elemen-elemen yang ada dalam *Marketing MIX* adalah Produk, Harga, Lokasi dan Promosi.²¹

Maketing MIX adalah pembauran pemasaran yang terdiri dari 4P, yaitu *Product, Price, Promotion, dan Place*. Namun *marketing mix* perusahaan jasa khususnya pada perusahaan jasa keuangan perbankan ditambah 3P lagi, yaitu *People, Process, dan Physical Evidence*.

1) Produk (*Product*)

Produk secara umum diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Artinya apapun wujudnya selama itu memenuhi kebutuhan konsumen atau nasabah maka dikatakan sebagai produk.

Produk perbankan adalah instrumen/prangkat yang dibeli dan dijual oleh bank. Produk yang dibeli oleh bank terdiri dari berbagai jenis produk yang sesuai dengan keinginan nasabah. Jasa bank yang diberikan berupa kualitas dan kuantitas bankir. Kualitas

²¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : Rajawali Pers,2004), 186.

yang disajikan oleh para bankir, termasuk waktu pelayanan, teknologi, atau peralatan yang digunakan dalam melayani nasabah, kemasan atau bentuk jasa yang diberikan, merek bagi setiap jasa yang ditawarkan, dan adanya jaminan terhadap jasa yang diberikan.²²

Dalam peraktek sehari-hari berbagai jenis jasa bank yang ditawarkan kepada masyarakat. Jasa bank tersebut meliputi²³ :

a) Menghimpun dana dari masyarakat (*Funding*) dalam bentuk:

- (1) Rekening Giro
- (2) Rekening Tabungan
- (3) Rekening Deposito

b) Menyalurkan dana masyarakat (*Lending*) dalam bentuk:

- (1) Kredi Investasi
- (2) Kredit Modal Kerja
- (3) Kredit Konsumtif
- (4) Kredit Produktif

c) Memberikan jasa-jasa bank lainnya (*Services*) seperti:

- (1) Menerima setoran-setoran seperti:
 - (a) Pembayaran pajak
 - (b) Pembayaran air
 - (c) Pembayaran telepon

²² Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Strategi Sukses Bisnis Bank*, (Jakarta : PT Gramedia Building Blok I, Lt 5, 2014), 169.

²³ Ibid, 160-161.

- (d) Pembayaran listrik
- (e) Pembayaran uang kuliah
- (2) Melayani pembayaran-pembayaran seperti:
 - (a) Gaji/Pensiun/honorarium
 - (b) Pembayaran deviden
 - (c) Pembayaran kupon
 - (d) Pembayaran bonus/hadiah
- (3) idalam pasar modal perbankan dapat memberikan atau menjadi:
 - (a) Penjamin emisi (*underwriter*)
 - (b) Penanggung (*guarantor*)
 - (c) Wali amanat (*trustee*)
 - (d) Perantara perdagangan efek (*pialang/broker*)
 - (e) Pedagang efek (*dealer*)
 - (f) Perusahaan pengelola dana (*invesment company*)
- (4) Transfer (Kiriman Uang)
- (5) Inkaso (*Collection*)
- (6) Kliring (*Clearing*)
- (7) Safe Deposit Box
- (8) Bank Card
- (9) Bank Notes (Valas)
- (10) Bank Garansi
- (11) Referensi Bank

- (12) Bank Draft
- (13) Letter Of Credit (L/C)
- (14) Cek Wisata (*Trevellers Cheque*)
- (15) Jual Beli Surat-surat Berharga
- (16) Dan jasa-jasa lainnya.

Strategi produk yang dilakukan oleh perbankan dalam mengembangkan suatu produk adalah sebagai berikut²⁴:

a) Penentuan Logo dan Motto

Logo merupakan ciri khas suatu bank sedangkan motto merupakan serangkaian kata-kata yang berisikan misi dan visi bank dalam melayani masyarakat. Baik logo maupun motto harus dirancang dengan baik.

b) Menciptakan Merek

Untuk jenis jasa bank tertentu sangat diperlukan merek tertentu. Merek merupakan sesuatu untuk mengenal barang atau jasa yang ditawarkan.

c) Menciptakan Kemasan

Kemasan merupakan pembungkus suatu produk. Dalam dunia perbankan kemasan lebih diartikan kepada pemberian pelayanan atau jasa kepada para nasabah disamping juga berbagai pembungkus untuk beberapa jenis jasanya.

²⁴ Ibid, 170.

d) Keputusan Label

Label merupakan suatu yang dilengketkan pada produk yang ditawarkan, dan merupakan bagian dari kemasan.

Pada hakikatnya, seseorang membeli suatu produk bukan hanya sekedar ia ingin memiliki produk tersebut. Para pembeli membeli barang atau jasa, karena barang atau jasa tersebut dapat digunakan sebagai alat untuk, memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Dengan kata lain, seseorang membeli produk bukan karena fisik produk itu semata-mata, tetapi karena manfaat yang ditimbulkan dari produk yang dibelinya tersebut. Pada dasarnya produk yang dibeli konsumen itu dapat dibedakan atas tiga tingkatan yaitu:

- (1) Produk inti (*Core produk*), yang merupakan inti atau dasar yang sesungguhnya dari produk yang ingin diperoleh atau didapatkan oleh seorang pembeli atau konsumen dari produk tersebut.
- (2) Produk formal (formal produk) yang merupakan bentuk, model, kualitas/mutu, merek dan kemasan yang menyertai produk tersebut.
- (3) Produk tambahan (*Augemented produk*) adalah tambahan produk formal dengan berbagai jasa yang menyertai,

seperti pemasangan (instalasi), pelayanan, pemeliharaan dan pengangkutan secara cuma-cuma.²⁵

Menurut konsep ekonomi Islam, yang dimaksud produk adalah meliputi kualitas, keistimawaan, desain gaya, keanekaragaman, bentuk, merek, kemasan, ukuran, pelayanan.

Produk dalam Al-Qur'an dinyatakan dalam dua istilah, yaitu *al-tayyibat* dan *al-rizq*. Kata *al-tayyibat* digunakan 18 kali, sedangkan kata *al-rizq* digunakan 120 kali dalam Al-Qur'an. *Al-tayyibat* merujuk pada suatu yang baik, suatu yang bersih dan murni, *Al-rizq* merujuk pada makanan yang diberkahi Tuhan, pemberian yang menyenangkan dan pemberian Tuhan.²⁶

Seperti dalam firman Allah SWT, dalam surat Al-Baqarah ayat 168 :

يٰۤاَيُّهَا النَّاسُ كُلُوْا مِمَّا فِى الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ ۗ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya : Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu. (QS. Al-Baqarah: 168)²⁷

²⁵ Prof. Dr. Sofjan Assauri, M. B. A. *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : PT Grafindo Persada,1987), 202.

²⁶ Manzer Kahf, *Ekonomi Islam Telaah Analitik Terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), 25

²⁷ Depatemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Surabaya: Pustaka Agung Harapan, 2010),25.

2) Lokasi (*Place*)

Place disebut juga saluran distribusi. Saluran distribusi produk dan jasa bank adalah berupa kantor cabang yang secara langsung menyediakan produk dan jasa yang ditawarkan. Dengan semakin majunya teknologi, saluran distribusi dapat dilakukan melalui saluran telekomunikasi, seperti telepon dan jaringan internet.

Kegiatan pemasaran selanjutnya adalah penentuan lokasi kantor cabang, baik untuk cabang utama, cabang pembantu, atau kantor kas. Penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi bank yang ada. Demikian pula sarana dan prasarana, harus memberikan rasa aman kepada seluruh nasabahnya.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam memilih dan penentuan lokasi suatu bank adalah pertimbangan harus dilakukan dengan cukup teliti, yaitu dekat dengan kawasan industri atau pabrik, dekat dengan lokasi perkantoran, dekat dengan lokasi pasar, dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat, serta mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada disuatu lokasi.

Dalam bisnis perbankan, salah satu jenis bisnis yang menawarkan jasa, rangkaian yang ada sedikit berbeda. Pada bisnis perbankan tradisional, jaringan pemasaran lebih dititik beratkan

pada perbedaan fungsi kontrol terhadap pelaksanaan perdagangan jasa perbankan dan ditentukan berdasarkan pertimbangan struktur organisasi, pembagian wilayah serta kewenangan dalam pengambilan keputusan. Dengan demikian dalam bisnis perbankan dikenal adanya kantor pusat, cabang utama cabang pembantu, kantor kas dan seterusnya.

Seiring dengan perkembangan waktu teknologi komputer dan telekomunikasi, banyak diperkenalkan metode-metode pemasaran bisnis perbankan yang menggunakan teknologi tersebut untuk lebih meningkatkan fungsi pelayanan bank bagi kepuasan konsumen. Misalnya kini hampir semua bank yang besar telah memanfaatkan penggunaan *automated teller machine* (ATM) sehingga nasabah dapat melakukan berbagai transaksi, seperti pengambilan uang tunai, pembayaran rekening listrik, telepon, dan lain-lain. Selain itu, dengan diperkenalkannya *direct banking* dan *phone banking*, nasabah dapat memanfaatkan pelayanan perbankan tanpa harus mendatangi kantor-kantor cabang dari suatu bank yang dipilihnya.²⁸

Setelah Bank Syariah berhasil menciptakan produk atau jasa yang dibutuhkan dan menetapkan harga yang paling layak, tahap berikutnya menentukan metode penyampaian produk jasa ke pasar melalui rute-rute yang efektif hingga tiba pada tempat yang

²⁸ Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Strategi Sukses Bisnis Bank*, (Jakarta : PT Gramedia Building Blok I, Lt 5, 2014), 173-174.

tepat, dengan harapan produk atau jasa tersebut berada ditengah-tengah kebutuhan dan keinginan nasabah yang butuh akan produk atau jasa tersebut. Yang tidak boleh diabaikan dalam langkah kegiatan memperlancar arus produk dan jasa adalah memilih saluran distribusi (*Chennel Of Distribution*). Masalah pemilihan saluran distribusi adalah masalah yang berpengaruh bagi marketing, karena kesalahan dalam memilih dapat menghambat bahkan memacetkan usaha penyaluran produk atau jasa dari produsen ke konsumen.

Distributor-distributor atau penyaluran ini bekerja aktif untuk mengusahakan perpindahan bukan hanya secara fisik tapi dalam arti agar jasa-jasa tersebut dapat diterima oleh konsumen.

Ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan yaitu:

- a) Sifat pasar dan lokasi nasabah
- b) Lembaga-lembaga pemasaran terutama kantor-kantor cabang perantara.
- c) Pengendalian persediaan, yaitu menetapkan tingkat persediaan yang ekonomis.
- d) Jaringan antar bank.²⁹

3) Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan. Sedangkan menurut

²⁹ Abdul Wadud Nafis, *Bank Syariah* (Jember: Mitra Abadi Press, 2009), 195-196.

William G. Nikels promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang pencip takan pertukaran dalam pemasaran. Dengan promosi menyebabkan orang yang sebelumnya tidak tertarik untuk membeli suatu produk akan menjadi tertarik dan mencoba produk sehingga konsumen melakukan pembelian.³⁰ Ada beberapa cara menyebarkan informasi, antara lain:

- a) Periklanan (*Advertising*) merupakan alat utama bagi bank syariah untuk mempengaruhi nasabahnya. Periklanan ini dapat dilakukan oleh bank syariah lewat surat kabar, radio, majalah, bioskop, televisi, ataupun dalam bentuk poster-poster yang dipasang dipingir jalan atau tempa-tempat yang strategis.
- b) Penjualan pribadi (*Personal selling*) merupakan kegiatan bank syariah untuk melakukan kontak langsung dengan calon nasabahnya. Dengan kontak langsung ini diharapkan akan terjadi hubungan atau interaksi yang positif antara bank syariah dengan calon nasabahnya itu, yang termasuk dalam kategori *personal selling* ini adalah *door to door selling*, *mail order*, *telephon selling* dan *direc selling*.³¹
- c) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) merupakan kegiatan bank syariah untuk menjajakan produk yang dipasarkannya sedemikian rupa sehingga nasabah akan mudah untuk

³⁰. Susantyo Herlambang, *Basic Marketing* (Yogyakarta : Gosen Publishing, 2014), 54.

³¹. Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: BPEF, 1994), 240.

melihatnya dan bahkan dengan penempatan dan pengaturan tertentu, maka produk tersebut akan menarik perhatian nasabah

d) Publisitas (*Publicity*) merupakan cara yang biasa digunakan juga oleh bank syariah untuk membentuk pengaruh secara tidak langsung kepada nasabah, agar mereka menjadi tahu, dan menyenangi produk yang dipasarkannya, hal ini berbeda dengan promosi, dimana didalam melakukan publisitas perusahaan tidak melakukan hal yang bersifat komersial. Publisitas merupakan suatu alat promosi yang mampu membentuk opini masyarakat secara tepat, sehingga sering disebut sebagai usaha untuk “mensosialisasikan” atau memasyarakatkan.³²

4) Harga (*Price*)

Pengertian harga dalam produk dan jasa bank, berupa kontra prestasi dalam bentuk suku bunga, baik untuk simpanan maupun pinjaman, serta *fee* untuk jaa-jasa perbankan. Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan.³³

³². Abdul Wadud Nafis, *Bank Syariah* (Jember: Mitra Abadi Press, 2009), 196-197.

³³ Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Strategi Sukses Bisnis Bank*, (Jakarta : PT Gramedia Building Blok I, Lt 5, 2014), 168-170

Perusahaan haruslah mempertimbangkan banyak faktor dalam menyusun kebijakan menetapkan harganya. Enam langkah prosedur untuk menetapkan harga: (1) memilih sasaran harga, (2) menentukan permintaan, (3) memperkirakan biaya, (4) menganalisis penawaran dan harga para pesaing, (5) memilih suatu metode harga, dan (6) memilih harga akhir.

a) Memilih Sasaran Harga

Perusahaan pertama-tama harus memutuskan apa yang ingin ia capai dengan suatu produk tertentu. Jika perusahaan tersebut telah memilih pasar sasaran dan menentukan posisi pasarannya dengan cermat, maka strategi bauran pemasarannya, termasuk harga, akan cukup mudah. Misalnya, jika perusahaan kendaraan rekreasi ingin memproduksi sebuah truk mewah bagi konsumen yang kaya, hal ini mengimplikasikan penetapan harga yang mahal. Jadi strategi penetapan harga sangat ditentukan oleh keputusan yang menyangkut penempatan posisi pasar.

Pada saat yang sama, perusahaan tersebut harus dapat membuat sasaran tambahan. Semakin jelas sasaran perusahaan, semakin mudah baginya untuk menentukan harga. Setiap harga yang mungkin akan memiliki pengaruh yang berbeda atas sasaran-sasaran tertentu seperti : laba, pendapatan penjualan, dan pangsa pasar.

b) Menentukan Permintaan

Setiap harga yang ditentukan perusahaan akan membawa kepada tingkat permintaan yang berbeda dan oleh karenanya akan mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap sasaran pemasarannya. Skedul permintaan menggambarkan jumlah unit yang akan dibeli oleh pasar pada periode waktu tertentu atas alternatif harga yang mungkin ditetapkan selama periode itu. Dalam kasus yang normal hubungan permintaan dengan harga adalah berlawanan, yaitu semakin tinggi harga, semakin rendah minat (dan sebaliknya).

c) Memperkirakan Harga

Permintaan umumnya membatasi harga tertinggi yang dapat ditentukan perusahaan bagi produknya. Dan perusahaan menetapkan biaya yang terendah. Perusahaan ingin menetapkan harga yang dapat menutupi biayanya dalam menghasilkan, mendistribusikan, dan menjual produk, termasuk pendapatan yang wajar atas usaha dan resiko yang dihadapinya.

d) Menganalisis Harga dan Penawaran Pesaing

Sementara permintaan pasar membentuk harga tertinggi dan biaya merupakan harga terendah yang dapat ditetapkan, harga produk pesaing dan kemungkinan reaksi harga membantu perusahaan dalam menentukan berapa harga yang mungkin. Perusahaan harus mempelajari harga dan mutu setiap penawaran

pesaing. Hal itu dapat dilakukan dalam beberapa cara. Perusahaan mengirimkan banding untuk mengetahui harga dan membandingkan penawaran pesaing. Perusahaan dapat memperoleh daftar harga pesaing dan membeli peralatan pesaing dan memisah-misahkannya. Perusahaan dapat menanyakan pembeli bagaimana pendapat mereka terhadap harga dan mutu setiap penawaran pesaing.

e) Memilih Metode Penetapan Harga

Dengan tiga C tersebut – skedul permintaan konsumen (*costumer demand schedule*), fungsi biaya (*cost function*) dan harga pesaing (*competitor's price*)- perusahaan kini siap untuk memilih suatu harga. Harga akan ada pada suatu tempat antara satu yang terlalu tinggi untuk menghasilkan permintaan.

f) Memilih Harga Akhir

Metode-metode penetapan harga sebelumnya mempersempit cakupan harga untuk memilih harga akhir, perusahaan harus mempertimbangkan beberapa faktor tambahan.

(1) Harga Psikologis

Penjual harus mempertimbangkan psikologi harga selain nilai ekonominya. Banyak konsumen menggunakan harga sebagai indikator mutu.

(2) Pengaruh Elemen Bauran Pemasaran Lain Terhadap Harga

Harga akhir harus juga mempertimbangkan mutu merek dan iklan relatif terhadap persaingan. Farris dan Reibstein meneliti hubungan antara harga relatif, mutu relatif dan periklanan relatif bagi 227 usaha konsumen dan menemukan hasil-hasil sebagai berikut:

- (a) Merek-merek dengan mutu rata-rata yang relatif tinggi memiliki anggaran iklan yang relatif tinggi dapat menetapkan harga premium (lebih). Konsumen akan mau membayar harga yang lebih tinggi bagi produk yang terkenal daripada produk yang tidak dikenal.
- (b) Merek-merek yang memiliki mutu relatif tinggi memperoleh harga tertinggi. Sebaliknya, merek-merek bermutu rendah dan anggaran iklan yang rendah harganya paling rendah.
- (c) Hubungan positif antara harga tertinggi dan periklanan tinggi menjadi sangat kuat dalam tahap akhir siklus hidup produk, bagi pemimpin pasar dan bagi produk berbiaya rendah.

(3) Kebijakan Penetapan Harga Perusahaan

Harga yang dikehendaki harus konsisten dengan kebijakan penentuan harga perusahaan. Banyak perusahaan membentuk departemen penetapan harga untuk

mengembangkan kebijakan harga dan membentuk atau menyetujui keputusan penetapan harga. Tujuan mereka adalah untuk menjamin bahwa tenaga penjualan mengutip harga yang wajar kepada konsumen dan menguntungkan bagi perusahaan.³⁴

2. Tabungan

Tabungan merupakan simpanan yang paling populer dikalangan masyarakat umum. Dari sejak kanak-kanak kita sudah dianjurkan untuk berhidup hemat dengan cara menabung. Pada awalnya menabung masih secara sederhana, menyimpan uang dibawah bantal atau didalam celengan dan bambu yang dibolongin dan disimpannya di rumah. Namun faktor risiko menyimpan uang dirumah begitu besar seperti resiko kehilangan atau kerusakan. Kerugian lainnya adalah menabung di rumah jumlahnya tidak akan pernah bertambah atau berbunga, jadi tetap saja sama seperti sejumlah uang yang disimpan.

Sesuai dengan perkembangan zaman, dewasa ini kegiatan menabung sudah beralih dari rumah ke lembaga keuangan seperti bank. Menabung di bank bukan saja menghindarkan dari resiko kehilangan atau kerusakan, akan tapi juga memperoleh penghasilan dari bunga. Dengan demikian, jumlah uang akan bertambah dari waktu ke waktu sekalipun tidak ditambah.

³⁴Thamrin Abdullah, Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran ed.1-cet3*,(Jakarta: Rajawali pers,2014),171

Seperti halnya simpanan giro, simpanan tabungan juga mempunyai syarat-syarat tertentu bagi pemegangnya dan persyaratan masing-masing bank berbeda satu sama lainnya. Disamping persyaratan yang berbeda, tujuan nasabah menyimpan uang di rekening tabungan juga berbeda. Demikian pula sasaran bank dalam memasarkan produk tabungannya juga berbeda sesuai dengan sasaran yang diinginkan.³⁵

Pengertian tabungan menurut Undang-undang perbankan nomor 10 tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Syarat-syarat penarikan tertentu maksudnya adalah sesuai dengan perjanjian yang telah dibuat antara bank dengan si penabung. Sebagai contoh dalam hal frekuensi penarikan, apakah dua kali seminggu atau setiap hari atau mungkin setiap saat. Yang jelas haruslah sesuai dengan perjanjian sebelumnya. Kemudian dalam hal sarana atau alat penarikan juga tergantung dengan perjanjian antara keduanya yaitu bank dan penabung.

Ada beberapa alat penarikan tabungan, hal ini tergantung bank masing-masing, mau menggunakan sarana yang mereka inginkan. Alat ini dapat digunakan sendiri-sendiri atau secara bersamaan. Alat-alat yang dimaksud adalah sebagai berikut:

³⁵ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2002), 83-84

a. Buku Tabungan

Yaitu buku yang dipegang oleh nasabah, dimana berisi catatan saldo tabungan, penarikan, penyetoran dan pembebanan-pembebanan yang mungkin terjadi. Buku ini digunakan pada saat penarikan sehingga langsung dapat mengurangi saldo yang ada di buku tabungan tersebut.

b. Slip Penarikan

Merupakan formulir penarikan di mana nasabah cukup menulis nama, nomor rekening, jumlah uang serta tanda tangan nasabah untuk menarik sejumlah uang. Slip penarikan ini biasanya digunakan bersamaan dengan buku tabungan.

c. Kwitansi

Merupakan bukti penarikan yang dikeluarkan oleh bank yang fungsinya sama dengan slip penarikan, dimana tertulis nama penarik, nomor penarik, jumlah uang, dan tanda tangan penarik. Alat ini juga dapat digunakan secara bersamaan dengan buku tabungan.

d. Kartu yang Terbuat Dari Plastik

Yaitu jenis kartu kredit yang terbuat dari plastik yang dapat digunakan untuk menarik sejumlah uang dari tabungannya, baik bank maupun di mesin *Automated Teller Machine* (ATM). Mesin ATM ini biasanya tersebar di tempat-tempat yang strategis.³⁶

Sedangkan pengertian tabungan menurut fatwa nomor 20/DSN-MUI/IV/2000 yang isinya tabungan yang tidak dibenarkan

³⁶ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2014), 69-70

secara syariah, yaitu tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga. Tabungan yang dibenarkan, yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip *mudharabah* dan *wadi'ah*.³⁷

Kegiatan menghimpun dana dalam bentuk investasi, berupa; Deposito, Tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah. Akad *mudharabah* dalam menghimpun dana adalah akad kerja sama antar pihak pertama (*malik, shahibul maal*, atau nasabah) sebagai pemilik dana dan pihak kedua (*amil, mudharib*, atau Bank Syariah) yang bertindak sebagai pengelola dana dengan membagi keuntungan usaha sesuai dengan kesepakatan yang dituangkan dalam akad.³⁸

Sedangkan pengertian *wadi'ah* secara etimologis, kata *wadi'ah* berasal dari kata *wada'a asy-syai'* jika ia meninggalkannya pada orang yang menerima titipan. Adapun *wadi'ah* secara terminologis, yaitu pemberian kuasa oleh penitip kepada orang yang menjaga hartanya tanpa kompensasi (*ganti*).³⁹

Tabungan *wadiah* adalah produk perdana bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening tabungan (*saving account*) untuk keamanan dan kemudahan pemakaiannya, seperti giro

³⁷ Majelis Ulama Indonesia, Fatwa Dewan Syariah Nasional no. 2/DSN-MUI/IV/2000 tentang tabungan

³⁸ Jundiani, *Pengaturan Hukum Perbankan Syari'ah di Indonesia* (Malang: UIN-Malang Press, 2009), 115

³⁹ Mardani, *Fiqih Ekonomi Syariah* (Jakarta: Kencana Prenadia Group, 2012), 282

wadiah, tetapi tidak *sefleksibel giro wadiah*, karena nasabah tidak dapat menarik dananya dengan cek. Karakteristik tabungan *wadiah* ini juga mirip dengan tabungan pada bank konvensional ketika nasabah penyimpan diberi gransi untuk dapat menarik dananya sewaktu-waktu dengan menggunakan berbagai fasilitas yang disediakan bank, seperti kartu ATM, dan sebagainya tanpa biaya. Seperti halnya pada giro *wadiah*, bank juga boleh menggunakan dana nasabah yang terhimpun untuk tujuan mencari keuntungan dalam kegiatan yang berjangka pendek atau untuk memenuhi kebutuhan likuiditas bank, selama dana tersebut tidak ditarik.

Al-wadiah merupakan titipan atau simpanan pada Bank Syariah. Prinsip *AL-wadiah* merupakan titipan murni dari satu pihak ke pihak yang lain, baik perorangan maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja bila si penitip menghendaki. Penerima simpanan disebut *yad al-amanah* yang artinya tangan amanah. Si penyimpan tidak bertanggung jawab atas segala kehilangan dan kerusakan yang terjadi pada titipan selama hal itu bukan akibat dari kelalaian atau kecerobohan yang bersangkutan dalam memelihara barang titipan.

Akan tetapi, untuk menjaga agar uang yang dititipkan tidak menganggur begitu saja, oleh si penyimpan uang titipan tersebut (Bank Syariah) digunakan untuk kegiatan perekonomian. Tentu saja penggunaan uang titipan harus terlebih dulu meminta izin kepada si

pemilik uang dan dengan catatan si pengguna uang menjamin akan mengembalikan uang tersebut secara utuh. Dengan demikian, prinsip *yad al-amanah* (tangan amanah) menjadi *yad adh-dhamanah* (tangan penanggung). Mengacu pada *yad adh-dhamanah* bank sebagai penerima dana dapat memanfaatkan dana titipan seperti simpanan giro dan tabungan, dan deposito berjangka untuk dimanfaatkan bagi kepentingan masyarakat dan kepentingan Negara. Yang terpenting dalam hal ini si penyimpan bertanggung jawab atas segala kehilangan dan kerusakan yang menimpa uang tersebut.

Konsekuensi dari diterapkannya prinsip *yad adh-dhamanah* pihak bank akan menerima seluruh keuntungan dari pengguna uang, namun sebaliknya bila mengalami kerugian juga harus ditanggung oleh pihak bank. Sebagai imbalan kepada pemilik dana disamping jaminan keamanan uangnya juga akan memperoleh fasilitas lainnya seperti insentif atau bonus untuk giro wadiah. Artinya bank tidak dilarang untuk memberikan jasa atas pemakaian uangnya berupa insentif atau bonus, dengan catatan tanpa perjanjian terlebih dahulu baik nominal maupun presentase dan ini murni merupakan kebijakan bank sebagai pengguna uang. Pemberian jasa berupa insentif atau bonus biasanya digunakan istilah nisbah atau bagi hasil antara bank dengan nasabah.

Bonus biasanya diberikan kepada nasabah yang memiliki dana rata-rata minimal yang telah ditetapkan.⁴⁰

3. Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)

a. Pengertian Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)

Baitul Maal Wattamwil (BMT) merupakan suatu lembaga yang terdiri dari dua istilah, yaitu *Baitul Maal* dan *Baitul Tamwil*. *Baitul Maal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang nonprofit, seperti: zakat, infaq, dan sedekah. Adapun *baitul tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan Islam. Lembaga ini didirikan dengan maksud untuk memfasilitasi masyarakat bawah yang tidak terjangkau oleh pelayanan bank Islam atau BPR Islam. Prinsip operasinya didasarkan atas prinsip bagi hasil, jual beli (*ijarah*), dan titipan (*wadiah*). Karena itu, meskipun mirip dengan bank Islam, bahkan boleh dikatakan menjadi cikal bakal dari bank Islam. BMT memiliki pangsa pasar tersendiri, yaitu masyarakat kecil yang tidak terjangkau layanan perbankan serta pelaku usaha kecil yang mengalami hambatan “psikologis” bila berhubungan dengan pihak bank. *Baitul Maal Wattamwil* memiliki beberapa fungsi yaitu:⁴¹

⁴⁰ Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan*, 168-169

⁴¹ Nurul Huda, Muhammad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam*, (Jakarta: PT Fajar Interpretama Mandiri, 2010) 363-364

- 1) Penghimpun dan penyalur dana, dengan menyimpan uang di BMT, uang tersebut dapat ditingkatkan utilitasnya, sehingga timbul unit surplus (pihak yang memiliki dana lebih) dan unit defisit (pihak yang kurang dana).
- 2) Pencipta dan pemberi likuiditas, dapat menciptakan alat pembayaran yang sah yang mampu memberikan kemampuan untuk memenuhi kewajiban suatu lembaga atau perorangan.
- 3) Sumber pendapatan, BMT dapat menciptakan lapangan kerja dan member pendapat kepada para pegawainya.
- 4) Pemberi informasi, member informasi kepada masyarakat mengenai resiko keuntungan dan peluang yang ada pada lembaga tersebut.
- 5) Sebagai suatu lembaga keuangan mikro yang dapat memberikan pembiayaan bagi usaha kecil, menengah dan juga koperasi dengan kelebihan tidak meminta jaminan yang memberatkan bagi pihak yang membutuhkan tersebut.

Adapun fungsi BMT di masyarakat, adalah:⁴²

- a) Meningkatkan kualitas SDM anggota, pengurus dan pengelola menjadi lebih profesional, *salam* (selamat, damai dan sejahtera), dan amanah sehingga semakin utuh dan tangguh dalam berjuang dan berusaha (beribadahnya) menghadapi tantangan global.

⁴² Ibid, 364

- b) Mengorganisasi dan memobilisasi dana sehingga dana yang dimiliki oleh masyarakat dapat dimanfaatkan secara optimal di dalam dan di luar organisasi untuk kepentingan rakyat banyak.
- c) Mengembangkan kesempatan kerja.
- d) Mengukuhkan dan meningkatkan kualitas usaha dan pasar produk-produk anggota. Memperkuat dan meningkatkan kualitas lembaga-lembaga ekonomi dan sosial masyarakat banyak.

Selain itu BMT juga memiliki beberapa peranan, diantaranya adalah:⁴³

- a) Menjauhkan masyarakat dari praktek ekonomi yang bersifat non Islam. Aktif melakukan sosialisasi ditengah masyarakat tentang arti penting sistem ekonomi Islam. Hal ini bisa dilakukan dengan pelatihan-pelatihan mengenai cara-cara bertransaksi yang Islam, misalnya supaya ada bukti dalam transaksi, dilarang curang dalam menimbun barang, jujur dalam kosumen, dan sebagainya.
- b) Melakukan pembinaan dan pendanaan usaha kecil. BMT harus bersikap aktif menjalankan fungsi sebagai lembaga keuangan mikro, misalnya dengan jalan pendampingan, pembinaan, penyuluhan dan pengawasan terhadap usaha-usaha nasabah.

⁴³ Ibid, 364-365

c) Melepaskan ketergantungan pada rentenir, masyarakat yang masih tergantung kepada rentenir karena disebabkan rentenir mampu memenuhi keinginan masyarakat dalam memenuhi dana dengan segera, maka BMT harus mampu melayani masyarakat lebih baik, misalnya selalu tersedia dana setiap saat, birokrasi yang sederhana dan lain sebagainya.

d) Menjaga keadilan ekonomi masyarakat dengan distribusi yang merata. Fungsi BMT langsung berhadapan dengan masyarakat yang kompleks dituntut harus pandai bersikap. Oleh karena itu langkah-langkah untuk melakukan evaluasi dalam rangka pemetaan skala prioritas yang harus diperhatikan, misalnya dalam masalah pembiayaan, BMT harus memperhatikan kelayakan nasabah dalam hal golongan nasabah dan juga jenis pembiayaan yang dilakukan.

BMT didirikan dengan berasaskan pada masyarakat yang *salam*, yaitu penuh keselamatan, kedamaian dan kesejahteraan.

Prinsip Dasar BMT adalah:⁴⁴

a) *Ahsan* (mutu hasil kerja terbaik), *thayyiban* (terindah), *ahsanul'amala* (memuaskan semua pihak) dan sesuai dengan nilai-nilai *salam*: keselamatan, kedamaian, dan kesejahteraan.

⁴⁴ Ibid, 365-366

- b) *Barokah*, artinya berdaya guna, berhasil guna, adanya penguatan jaringan, transparan (keterbukaan), dan bertanggung jawab sepenuhnya kepada masyarakat.
- c) *Spiritual communication* (penguatan nilai *ruhiyah*).
- d) Demokrasi, partisipatif, dan inklusif.
- e) Keadilan sosial dan kesetaraan gender, non-diskriminatif.
- f) Rumah lingkungan.
- g) Peka dan bijak terhadap pengetahuan dan budaya lokal, serta keanekaragaman budaya.
- h) Keberlanjutan, memberdayakan masyarakat dengan meningkatkan kemampuan diri dan lembaga masyarakat lokal.

b. Dasar Hukum

BMT dapat didirikan dalam bentuk KSM (Kelompok Swadaya Masyarakat) atau koperasi.⁴⁵ Sebelum menjalankan usahanya, Kelompok Swadaya Masyarakat mesti mendapatkan sertifikat operasi dari PINBUK (Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil). Sementara PINBUK itu sendiri mendapatkan pengakuan dari Bank Indonesia (BI) sebagai lembaga Lembaga Pengembang Swalaya Masyarakat (LPSM) yang mendukung program Proyek Hubungan Bank dengan Kelompok Swadaya Masyarakat yang dikelola oleh Bank Indonesia (PHBK-BI).selain dengan badan hukum Kelompok Swadaya Masyarakat, BMT juga bisa didirikan dengan menggunakan badan

⁴⁵ Karnaen A. Perwataatmadja, *Membumikan Ekonomi Islam di Indonesia*, (Depok: Usaha Kami, 1996), 216

hukum koperasi, baik koperasi Serba Usaha di perkotaan, Koperasi Unit Desa di pedesaan maupun Koperasi Pondok Pesantren (Kopontren) dilingkungan pesantren.

Berkenaan dengan Koperasi Unit Desa (KUD) dapat mendirikan BMT telah diatur dalam petunjuk menteri Koperasi dan PKK tanggal 20 Maret 1995 yang menetapkan bahwa bila disuatu wilayah dimana telah ada KUD dan KUD tersebut telah berjalan baik dan organisasi telah diatur dengan baik, maka BMT bisa menjadi Unit Usaha Otonom (U2O) atau Tempat Pelayan Koperasi (TPK) dari KUD tersebut. Sedangkan bila KUD yang telah berdiri itu belum berjalan dengan baik, maka KUD yang bersangkutan dapat dioperasikan sebagai BMT. Apabila di wilayah yang bersangkutan belum ada KUD, maka dapat didirikan KUD BMT.

Di wilayah berbasis pesantren, masyarakat bisa mendirikan BMT dengan menggunakan badan hukum Koperasi Pondok Pesantren (Kopontren). Dalam hal penggunaan Kopontren sebagai badan hukum BMT, keberadaan BMT di Kopontren tersebut adalah sebagai Unut Usaha Otonom (U2O) atau Tempat Pelayanan Koperasi (TPK) sebagai mana dalam KUD. Apabila di pesantren itu belum terbentuk Kopontren, maka civitas pesantren dapat mendirikan Kopontren dan BMT secara bersama-sama. Untuk itu, Panitia Penyiapan Pendirian BMT dapat bekerja sama dengan Puskopontren (Pusat Koperasi

Pondok Pesantren). Kantor Departemen Agama, dan kantor Departemen Koperasi dan PKK di kabupaten setempat.

Penggunaan badan hukum KSM dan Koperasi untuk BMT itu disebabkan karena BMT tidak termasuk kepada lembaga keuangan formal yang dijelaskan UU Nomor 7 Tahun 1992 dan UU Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, yang dapat dioperasikan untuk menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat. Menurut undang-undang, pihak yang berhak menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat adalah Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat, baik dioperasikan dengan cara konvensional maupun dengan prinsip bagi hasil, namun demikian, kalau BMT dengan badan hukum KSM atau Koperasi itu telah berkembang dan telah memenuhi syarat-syarat BPR, maka pihak manajemen dapat mengusulkan diri kepada pemerintah agar BMT itu dijadikan sebagai BPRS (Bank Perkreditan Rakyat Syariah) dengan badan hukum koperasi atau perseroan terbatas.⁴⁶

IAIN JEMBER

⁴⁶ Djazuli. Yadi Janwari, *Lembaga-lembaga Perekonomian Ummat*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), 185-187

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Yang dimaksud dengan “pendekatan” disini adalah metode atau cara mengadakan penelitian seperti halnya: eksperimen atau non eksperimen. Tetapi disamping itu juga menunjukkan jenis atau tipe penelitian yang diambil, dipandang dari segi tujuan misalnya eksploratif, deskriptif atau historis. Masih ada lagi pandangan dari subjek penelitiannya, misalnya populasi atau kasus.⁴⁷

Agar penelitian ini lebih terarah serta sesuai dengan tujuan yang diinginkan berdasarkan konsep yang dianjurkan, maka pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Sedangkan pengertian kualitatif itu sendiri adalah suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh objek peneliti, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada konteks khusus yang alamiah dan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁴⁸ Pada pendekatan ini peneliti menekankan sifat realistis yang terbangun secara sosial, hubungan erat antar peneliti dan subyek yang diteliti. Penelitian ini lebih menekankan

⁴⁷ Suharsimi, *Arikunto, Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 64.

⁴⁸ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 2009), 4-6

pada makna dan terikat nilai. Penelitian kualitatif digunakan jika masalah belum jelas, mengetahui makna yang tersembunyi, untuk memahami interaksi sosial, mengembangkan teori, memastikan kebenaran data dan meneliti sejarah perkembangan.⁴⁹

Selanjutnya jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang bersifat menggambarkan, menuturkan dan menafsirkan data yang ada dan menghasilkan data deskriptif yang berupa data-data tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati dan data tersebut bersifat pernyataan. Menurut Moleong, kualitatif deskriptif dalam penelitian dilakukan dengan beberapa pertimbangan pertama, menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan jamak. Kedua, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden. Ketiga, metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.⁵⁰

B. Lokasi Penelitian

Adapun yang menjadi lokasi penelitian atau tempat dilakukannya penelitian ini adalah BMT UGT Sidogiri Capem. Kaliwates Kab. Jember. Memilih tempat ini didasarkan atas ketertarikan peneliti yang ada pada tempat dan sistem yang digunakan tersebut, diantaranya:

⁴⁹ Juliansyah Noor, *Metodelogi Penelitian: Skripsi, Tesis, Desertasi, Dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana, 2015), 33-34

⁵⁰ *Ibid*, 9-10

1. Adanya rasa ingin tahu yang mendalam tentang sistem penerapan *Marketing Mix* di BMT Sidogiri tersebut.
2. Lokasi yang mudah dijangkau sehingga mudah untuk melakukan penelitian.

C. Subyek Penelitian

Penelitian adalah aktivitas ilmiah yang sistematis, terarah dan mempunyai tujuan, menemukan teori baru atau data mengukur tingkat validitas teori yang ada dengan riil yang ada dan berkembang dimasyarakat.

Dalam penelitian kualitatif kata-kata dan deskriptif tindakan orang-orang yang diamati merupakan sumber data yang valid dan sesuai dengan tujuan penelitian yang dijelaskan di atas, maka diperlukan penentuan informan yang tepat dan representatif dalam menguraikan masalah yang diteliti.

Dalam pedoman penulisan karya tulis ilmiah subyek penelitian yang dimaksudkan yaitu melaporkan jenis data dan sumber data. Uraian tersebut meliputi apa saja yang ingin diperoleh, siapa yang hendak dijadikan informan atau subyek penelitian, bagaimana data akan dicari dan disaring sehingga validitasnya dapat dijamin.⁵¹

Peneliti dalam penulisan ini menggunakan teknik *purposive* yaitu teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini misalnya orang itu dianggap paling tahu apa yang kita harapkan,

⁵¹ Tim Penyusun, *Pedoman penulisan*, 47

atau dia sebagai penguasa sehingga memudahkan menjelajah situasi sosial yang terjadi.⁵²

Subyek yang diteliti dalam penelitian ini adalah pihak yang terdiri dari informan. Hal itu dilakukan karena para informan dapat memberikan informan atas keterangan yang berkaitan dengan kebutuhan peneliti. Adapun informan yang telah ditentukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kepala BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember:
Bpk Jakfar Sodiq
2. *Account Officer* Simpanan dan Pembiayaan (AOSP) :
Bpk Solehuddin, Ach Fatoni.
3. *Account Officer Survey* dan Analis (AOA) : Bpk. Amrullah

Informan tersebut merupakan informan kunci atau sumber data primer, sedangkan yang menjadi informan penunjang atau data sekunder adalah dokumen-dokumen berupa foto, dan data-data yang bersangkutan dengan Analisis Penerapan *Marketing Mix* di BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ini adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka penelitian tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standart data yang ditetapkan.⁵³ Adapun

⁵² Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2007), 219

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 224

teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi diartikan sebagai pengalaman dan pencatatan secara sistemik terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.⁵⁴ Dalam penelitian ini, observasi yang digunakan yaitu observasi partisipatif pasif, dimana peneliti hanya datang di tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.⁵⁵ Adapun yang akan diperoleh dengan metode observasi ini adalah sebagai berikut:

- a. Letak geografis BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember yang diteliti
- b. Kegiatan para karyawan dan nasabah BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember.

2. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (pedoman wawancara).⁵⁶

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan

⁵⁴ Margono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 158

⁵⁵ Uhar Suharsaputra, *Metode penelitian kualitatif & Kuantitatif* (Bandung: PT Refika Aditama, 2012), 78

⁵⁶ Moh Nazur, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013), 170.

makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai tehnik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Tehnik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-repoert* atau setidak-tidaknya pada pengetahuan atau keyakinan pribadi.⁵⁷

Dari permasalahan di atas dapat diambil pengertian bahwa wawancara merupakan kegiatan tanya jawab yang dilakukan untuk mendapatkan informasi atau data yang relevan secara langsung dengan melakukan pertanyaan kepada terwawancara.

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti yaitu wawancara yang terstruktur. Dengan wawancara yang terstruktur ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama, dan pengumpulan data mencatatnya. Dengan wawancara terstruktur ini pula, pengumpulan data dapat menggunakan beberapa pewawancara sebagai pengumpulan data.⁵⁸ Hasil dari wawancara peneliti menginginkan data yang diberikan oleh responden relevan atau sesuai dengan apa yang ada BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember. Adapun data yang ingin diperoleh dari hasil wawancara adalah bagaimana penerapan *marketing mix* terhadap produk tabungan di BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember.

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 138.

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif Dan R&D*, 129.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen biasanya berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.⁵⁹ Adapun yang akan diperoleh dengan metode dokumentasi ini adalah:

- a. Sejarah berdirinya BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember.
- b. Struktur organisasi BMT UGT Sidogiri Capem Klaiwates Kab. Jember.
- c. Visi dan misi BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember.

E. Analisi Data

Untuk penyajian data secara utuh, langkah selanjutnya yang ditempuh dalam penelitian adalah dengan melakukan analisis data. Analisis data adalah suatu usaha untuk mengurangi suatu masalah atau fokus kajian menjadi bagian-bagian (*descomposition*) sehingga susunan atau tatanan benyuk suatu yang diurai itu tampak dengan jelas dan karenanya bisa secara lebih terang ditangkap maknanya atau lebih jernih mengerti perkaranya.⁶⁰

Dalam menentukan metode analisis data, penelitian menggunakan model Miles dan Huberman yaitu aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai

⁵⁹ Djam'ah Stori dan Aan Komariah, *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), 149.

⁶⁰ Djama'an Satori Dan Aan Karomah, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2013), 200

tuntas, sehingga datanya sampai jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*verification*).⁶¹ Berikut penjelasannya.

1. Reduksi Data

Dengan reduksi, maka peneliti merangkum, mengambil data yang pokok dan penting, membuat kategori isi, berdasarkan huruf besar, huruf kecil dan angka. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Jika dalam penelitian kualitatif penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, pie chart, pictogram dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan sehingga akan semakin mudah dipahami.

Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami tersebut.⁶²

3. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap

⁶¹ Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), 91

⁶² Ibid, 95

sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

F. Keabsahan Data

Dalam penelitian ini keabsahan data yang digunakan adalah dengan teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap dua data itu. Adapun triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu triangulasi metode.

Triangulasi metode adalah teknik yang dilakukan peneliti dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Peneliti menggunakan observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serentak.⁶³

G. Tahap-tahap Penelitian

Bagian ini menguraikan rencana pelaksanaan yang akan dilakukan oleh peneliti, mulai dari penelitian terdahulu, pengembangan desain, penelitian sebenarnya dan sampai pada penulisan laporan.⁶⁴ Dalam penelitian kualitatif ini, penulis menggunakan tiga tahap meliputi tahap pra-lapangan, tahap pekerjaan lapangan dan tahap analisa data.

1. Tahap Pra-lapangan, tahap ini terdiri dari tujuh bagian yakni meliputi bagian-bagian sebagai berikut:

- a. Menyusun rancangan penelitian
- b. Memilih lapangan penelitian

⁶³ Sogiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*, 274

⁶⁴ Tim Penyusun, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah*, 48

- c. Mengurus perizinan
 - d. Menjajaki dan menilai lapangan
 - e. Memilih dan memanfaatkan informan
 - f. Menyiapkan perlengkapan penelitian
2. Tahap pekerjaan lapangan. Pada tahap ini dibagi menjadi tiga bagian

yakni:

a. Memahami latar penelitian dan persiapan diri.

- 1) Pembatasan latar dan penelitian
- 2) Penampilan
- 3) Pengenalan hubungan peneliti dilapangan

b. Memasuki lapangan

- 1) Keakraban hubungan
- 2) Mempelajari bahasa
- 3) Peranan peneliti

c. Berperan serta sambil mengumpulkan data

- 1) Mencatat data
- 2) Analisis lapangan

3. Tahap analisis data

- a. Reduksi data, memilih data-data yang telah diperoleh disesuaikan dengan kebutuhan dalam penelitian.
- b. Penyajian data, menyajikan dengan jenis data-data yang telah dipilih dan sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian. Sehingga mudah untuk dipahami.

- c. Verifikasi penarikan kesimpulan memberikan kesimpulan atas hasil analisis terhadap data-data yang ada.⁶⁵



⁶⁵ Lexi J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2001), 330

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

Lokasi yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah Kantor BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember. Untuk lebih mengetahui tentang masalah objek dan gambaran maka akan dikemukakan secara sistematis tentang objek penelitian sebagai berikut:

1. Sejarah BMT UGT Sidogiri

Usaha ini diawali oleh keperhatianan Bpk KH. Nawawi Thoyib (Alm) pada tahun 1993 akan maraknya praktek-praktek renten di Desa Sidogiri, maka beliau mengutus beberapa orang untuk mengganti hutang masyarakat tersebut dengan pola pinjaman tanpa bunga dan program tersebut bisa berjalan hampir 4 tahun meskipun masih terdapat sedikit kekurangan dan praktek renten masih belum punah. Dari semangat dan tekad itulah para pendiri Koperasi yang pada waktu itu dimotori oleh Ust H. Mahmud Ali Zain bersama beberapa Asatidz Madrasah ingin sekali meneruskan apa yang menjadi keinginan Bapak KH. Nawawi Thoyib (Alm) agar segera terwujud lembaga yang diatur rapi dan tertata bagus. Seperti dawuhnya Sayyidina Ali R.A. bahwa “seatu kebaikan yang tidak diatur secara benar akan terkalahkan oleh keburukan yang terencana dan teratur”.

Koperasi BMT UGT Sidogori telah mendapat ligitas berupa:

- a. Badan Hukum Koperasi dengan nomor: 09/BH/KWK/.13/VII/2000.
- b. TDP dengan nomor : 132626500100
- c. SIUP dengan nomor : 517/009/424.061/2003
- d. NPWP dengan nomor : 02.082.190.6-624.000
- e. Wilayah kerja : Propinsi Jawa Timur

Koperasi BMT UGT Sidogiri mengalami kemajuan yang sangat pesat menurut data per 31 Oktober 2011, dengan omzet sebesar Rp. 1.329.663.429.574,00. Asset sebesar Rp. 348.577.191.719,00 dan jumlah cabang, cabang pembantu dan kantor Kas sebanyak 138 outlet yang tersebar di Jawa Timur, Jawa Barat, DKI Jakarta, Kalimantan Barat, Kalimantan Tengah dan Kalimantan Timur.

Dan salah satu BMT yang ada di wilayah Jawa Timur yaitu KSPS BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember yang berdiri pada tahun 2013 di Jl. Brawijaya Ruko Pasar Mangli, kemudian pada tahun 2016 KSPS BMT UGT Capem Kaliwates Kab. Jember melakukan relokasi ke Jl. Otto Iskandar.

2. Letak Geografis

Adapun lokasi penelitian yang diteliti oleh penulis yaitu di kantor KSPS BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates yang terletak di Jl. Otto Iskandar 5A Mangli Kaliwates Kab. Jember.

3. Bentuk Badan Hukum

Bentuk badan hukum BMT UGT Sidogiri yaitu:

Berdasarkan keputusan dari kementerian koperasi 09/BH/KWK.13/VII/2000

4. Slogan KSPS BMT UGT Sidogiri

“Memelihara Amanah, Meraih Barokah”

5. Visi dan Misi

Visi

- a. Terbangunnya dan berkembangnya ekonomi ummat dengan landasan syariah Islam.
- b. Terwujudnya budaya *ta'awun* dalam kebaikan dan ketakwaan di bidang sosial ekonomi.

Misi

- a. Menerapkan dan memasyarakatkan syariah Islam dalam aktivitas ekonomi.
- b. Menanamkan pemahaman bahwa sistem syariah di bidang ekonomi adalah adil, mudah, dan maslahah.
- c. Meningkatkan kesejahteraan ummat dan anggota.
- d. Melakukan aktivitas ekonomi dengan budaya STAF (Shiddiq/Jujur, Tabligh/Komunikatif, Amanah/Dipercaya, Fatonah/Profesional).

6. Struktur Organisasi

Dalam sebuah organisasi struktur organisasi memiliki fungsi yang sangat penting untuk memperlancar kerja, agar seluruh kegiatan dapat terkontrol dan terorganisir, serta dapat memberi suatu gambaran dari pada

wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing bagian yang mana sudah ditentukan dari hasil IQ masing-masing SDM. Karena pada dasarnya kesetrukturan yang menentukan suatu jabatan atau *job description* adalah kemampuannya sendiri atau IQ pribadi.

7. Kegiatan Operasional KSPS BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates

Kab. Jember

Melihat dari fungsi dari KSPS BMT UGT Sidogiri sebagai lembaga keuangan non bank yang berlandaskan syariat Islam, maka KSPS BMT UGT Sidogiri mempunyai kegiatan operasional sendiri, yang mana kegiatan ini berbeda dengan yang ada pada lembaga keuangan non bank yang non syariah.

Diantaranya kegiatan operasional tersebut adalah penghimpun dan penyaluran dana, adapun penjelasan sebagai berikut:

a. Kegiatan penghimpun dana

Penghimpun dana di KSPS BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember yaitu melalui beberapa produk yaitu:

1) Tabungan Umum Syariah

Tabungan umum syariah yang setoran dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat sesuai dengan keperluan dan kebutuhan:

a) Akad

Tabungan ini diadakan berdasarkan prinsip syariah *Mudharabah Musytarokah*. Dengan nisbah 30% Anggota : 70% BMT.

b) Ketentuan

- (1) Setoran awal minimal Rp 10.000
- (2) Setoran berikutnya minimal Rp 1.000
- (3) Administrasi pembukaan tabungan Rp 5.000

c) Persyaratan

- (1) Fotocopy Kartu Identitas (KTP/SIM)
- (2) Mengisi formulir pendaftaran anggota dan pembukaan rekening

d) Manfaat dan keuntungan

- (1) Aman dan menguntungkan
- (2) Transaksi mudah dan sesuai syariah
- (3) Bagi hasil halal dan kompetitif

(4) GRATIS biaya administrasi bulanan

(5) Ikut membantu sesama ummat (*ta'awun*)

2) Tabungan haji Al-haromain

Tabungan umum berjangka untuk membantu keinginan anggota melaksanakan ibadah haji.

a) Akad

Tabungan diadakan berdasarkan prinsip syariah *Mudharabah Musytarakah* dengan nisbah 50% Anggota: 50%

b) Ketentuan

- (1) Pembukaan rekening dikantor BMT UGT Sidogiri sesuai domisili/tempat tinggal calon jamaah haji.

- (2) Setoran awal minimal Rp 500.000 dan selanjutnya minimal Rp 100.000
- (3) Penarikan hanya untuk kebutuhan keberangkatan haji atau karena udzur syar'i.

c) Persyaratan

- (1) Menyerahkan foto copy KTP yang masih berlaku

d) Manfaat dan keuntungan

- (1) Kemudahan melakukan setoran tabungan setiap saat
- (2) Mudah memantau perkembangan dana dengan mendapatkan laporan mutasi transaksi berupa buku tabungan.
- (3) Mendapatkan bagi hasil yang kompetitif
- (4) Ikut membantu sesama ummat (*ta'awun*)
- (5) Aman, terhindar dari riba dan haram
- (6) Dapat mengajukan dana talangan bagi calon jama'ah haji yang ingin memperoleh porsi keberangkatan haji pada tahun yang direncanakan.

e) Ketentuan pendaftaran porsi keberangkatan haji

- (1) Saldo tabungan Al-haromain minimal 25.000.000 atau sesuai ketentuan KEMENAG
- (2) Menyerahkan 2 lembar foto copy suami istri, surat nikah, dan kartu keluarga.

3) Tabungan Umrah Al-hasanah

Tabungan umum berjangla membantu keinginan anggota melaksanakan ibadah umrah:

a) Akad

Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah

Mudharabah Musytarakah nisbah 40% Anggota : 60%

b) Ketentuan

- (1) Setoran awal minimal Rp 1.000.000
- (2) Setoran berikutnya sesuai perencanaan keberangkatan
- (3) Ketentuan pemberangkatan adalah sesuai jadwal dan trevel umrah
- (4) Perencanaan keberangkatan minimal 3 bulan dan maksimal 36 bulan
- (5) Setoran dapat dilakukan setiap pekan, bulan, atau musiman
- (6) Dana dapat dicairkan hanya untuk keperluan keberangkatan ibadah umrah kecuali ada udzur syar'i
- (7) Administrasi pembukaan tabungan Rp 150.000

c) Manfaat dan keuntungan

- (1) Kemudahan melakukan setoran tabungan setiap saat
- (2) Mendapatkan bagi hasil yang kompetitif
- (3) Ikut membantu sesama ummat (*ta'awun*)
- (4) Aman, terhindar dari riba dan haram

- (5) Dapat mengajukan dana talangan umrah maksimal 50% dari kekurangan biaya umrah dengan ketentuan pembiayaan yang berlaku.

4) Tabungan Idul Fitri

Tabungan umum berjangka untuk membantu anggota memenuhi kebutuhan hari raya idul fitri.

a) Akad

Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *Mudharabah Musytarakah* dengan nisbah 40% Anggota: 60% BMT

b) Ketentuan

- (1) Setoran awal minimal Rp 10.000
- (2) Setoran berikutnya minimal Rp 1.000
- (3) Biaya administrasi Rp 5.000
- (4) Penarikan tabungan dapat dilakukan paling awal 15 hari sebelum hari raya idul fitri

c) Persyaratan

Menyerahkan foto copy identitas diri (KTP/SIM) yang masih berlaku

d) Keuntungan

- (1) Transaksi mudah
- (2) Aman, terhindar dari riba dan haram
- (3) Ikut membantu sesama ummat (ta'awun)

- (4) Mendapatkan bagi hasil bulanan yang halal dan menguntungkan atau dapat dirupakan barang untuk kebutuhan hari raya sesuai kebijakan BMT UGT Sidogiri
- (5) Dapat digunakan sebagai jaminan pembiayaan.

5) Tabungan Qurban

Solusi mudah merencanakan ibadah, tabungan berjangka untuk membantu dan memudahkan anggota dalam merencanakan ibadah qurban dan aqiqah.

a) Akad

Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *Mudharabah Musytarakah* dengan nisbah 40% Anggota: 60%
BMT

b) Ketentuan

- (1) Setoran awal minimal Rp 50.000
- (2) Setoran berikutnya minimal Rp 25.000
- (3) Saldo setelah pelaksanaan Aqiqah dan ibadah Qurban minimal Rp 50.000
- (4) Hanya dapat diambil pada saat akan melakukan ibadah Qurban atau Aqiqah
- (5) Perencanaan ibadah Qurban 5 bulan sampai dengan 24

bulan

c) Persyaratan

- (1) Mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening

(2) Menyerahkan foto copy KTP/SIM.

d) Spesifikasi biaya

(1) Tabarru' asuransi Rp 5.000 perbulan (untuk Qurban kambing) dan Rp 20.000 perbbulan (untuk Qurban sapi)

(2) Biaya penutupan rekening Rp 10.000

e) Keuntungan

(1) Mempermudah perencanaan keuangan untuk pembelian hewan Qurban dan Aqiqah

(2) Mendapatkan bagi hasil yang halal dan kompetitif

(3) Membantu sesama ummat (*ta'wun*)

6) Tabungan Lembaga Peduli Siswa

Kepedulian lembaga melatih siswa-siswi menabung setiap hari, tabungan umum berjangka yang diperuntukkan bagi lembaga pendidikan guna menghimpun dana tabungan siswa.

a) Akad

Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *Mudharabah Musytarakah* dengan nisbah 40% Anggota: 60%

BMT.

b) Ketentuan

(1) Setoran awal Rp 100.000 dan setoran berikutnya Rp 50.000

(2) Penarikan tabungan hanya boleh dilakukan di akhir tahun pelajaran

- (3) Pengajuan BEA SISWA apabila masa tabungan minimal 5 bulan dan dana tabungan mencapai saldo rata-rata Rp 5.000.000.
- (4) Pengambilan BEA SISWA di akhir tahun pelajaran ketika tabungan akan diambil

c) Persyaratan

- (1) Foto copy KTP/SIM
- (2) Formulir pembukaan rekening ditandatangani oleh pengurus lembaga cq ketua dan bendahara serta dibubuhi stempel
- (3) Rekening tabungan atas nama ketua/bendahara QQ nama lembaga

d) Keuntungan

- (1) Aman dan mudah memantau perkembangan dana setiap bulan
- (2) Transaksi mudah dan bebas dari riba
- (3) Pengurus lembaga tidak disibukkan dengan urusan keuangan terutama pada saat pembagian tabungan siswa di akhir tahun pendidikan.
- (4) Mendapatkan bagi hasil bulanan yang halal dan menguntungkan
- (5) Mendapatkan dana BEA SISWA untuk siswa tidak mampu sebesar Rp 150.000 sesuai kebijakan BMT UGT Sidogiri.
- (6) GRATIS biaya administrasi.

7) Tabungan Mudharabah (MDA) Berjangka

Investasi tepat sesuai syari'at dengan keuntungan berlipat, tabungan berjangka yang setoran dan penarikannya berdasarkan jangka waktu tertentu.

a) Akad

Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah

Mudharabah Musytarakah dengan nisbah sebagai berikut:

- (1) Jangka waktu 1 Bulan Nisbah 50% Anggota: 50% BMT
- (2) Jangka waktu 3 Bulan Nisbah 52% Anggota: 48% BMT
- (3) Jangka waktu 6 Bulan Nisbah 55% Anggota: 45% BMT
- (4) Jangka waktu 9 Bulan Nisbah 57% Anggota: 43% BMT
- (5) Jangka waktu 12 Bulan Nisbah 60 % Anggota: 40% BMT
- (6) Jangka waktu 24 Bulan Nisbah 70% Anggota: 30% BMT

b) Ketentuan

- (1) Setoran minimal Rp 500.000
- (2) Jangka waktu yang fleksibel : 1, 3, 6, 9, 12 dan 24 bulan

c) Persyaratan

- (1) Mengisi formulir permohonan pembukaan Tabungan berjangka
- (2) Foto copy identitas diri (KTP/SIM)

d) Keuntungan

- (1) Mendapatkan bagi hasil yang lebih besar dan kompetitif
- (2) Bisa dijadikan jaminan pembiayaan

(3) Nisbah (proporsi) bagi hasil lebih besar

8) Tabungan Mudharabah (MDA) Berjangka Plus

Cara investasi mudah, menguntungkan dan menentramkan

a) Akad

Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah

Mudharabah Musytarakah dengan nisbah 40% Anggota: 60%

BMT.

b) Ketentuan

(1) Jangka waktu tabungan 36 bulan

(2) Nominal tabungan mulai dari 25 juta dan berlaku kelipatan sampai dengan Rp 100 juta (santunan rawat inap dan kematian juga berlaku kelipatan)

(3) Tidak boleh ditarik sebelum berakhirnya masa kontrak kecuali pada udzur syar'i

(4) Prosedur klaim sesuai dengan ketentuan PT Asyki Sarana Sejahtera

c) Persyaratan

(1) Harus menjadi anggota koperasi BMT UGT

(2) Membuka rekening tabungan umum syariah

(3) Mengisi formulir berjangka plus

(4) Menyerahkan foto copy KTP

d) Manfaat dan keuntungan

(1) GRATIS tabarru' asuransi

- (2) Mendapatkan santunan Rawat Inap sebagai berikut:
- (a) Rawat inap rumah sakit Rp 200.000 perhari (maksimal 180 hari setahun)
 - (b) Rawat ICU Rp 400.000 perhari (maksimal 10 hari setahun)
 - (c) Santunan biaya operasi Rp 2 juta (dalam setahun)
- (3) Mendapatkan santunan kematian sebagai berikut:
- (a) Santunan meninggal kecelakaan Rp 10 juta
 - (b) Santunan meninggal bukan kecelakaan Rp 5 juta
- (4) Definisi Akad

Mudharaba Musytarakah adalah bentuk akad mudharabah dimana pengelola (mudharib/BMT) menyertakan modal dalam kerjasama investasi tersebut.

- (5) Ketentuan Akad
- (a) Akan ini merupakan perpaduan dari akad mudharabah dan akad musytarakah
 - (b) BMT sebagai mudharib menyertakan modal atau dananya dalam investasi bersama anggota
 - (c) BMT sebagai pihak yang menyertakan dananya (musytarik) memperoleh bagian keuntungan berdasarkan porsi modal yang disertakan
 - (d) Anggota sebagai Shohibul Mal juga memperoleh bagian keuntungan sesuai dengan nisbah yang tertera di tabel

(e) Apabila terjadi kerugian maka BMT sebagai musytarik menanggung kerugian sesuai dengan porsi modal yang disertakan dan BMT boleh tabarru' menanggung kerugian anggota sesuai porsi modal anggota.

b. Kegiatan Penyaluran Dana

Penyaluran dana di KSPS BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwate Kab. Jember yaitu melalui beberapa produk diantaranya:

1) UGT GES (Gadai Emas Syariah)

Adalah fasilitas pembiayaan dengan agunan berupa emas, ini sebagai alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat dan mudah. Akad pembiayaan : Akad yang digunakan adalah Akad Rahn Bil Ujrah

2) UGT MUB (Modal Usaha Barokah)

Adalah fasilitas pembiayaan modal kerja bagi anggota yang mempunyai usaha mikro. Akad pembiayaan: Akad yang digunakan adalah Akad yang berbasis bagi hasil (Mudharabah/Musyarakah) atau jual beli (Murabahah).

3) UGT MTA (Mutliti Guna Tanpa Agunan)

Adalah fasilitas pembiayaan tanpa agunan untuk memenuhi kebutuhan anggota. Akad pembiayaan: Akad yang digunakan adalah akad yang berbasis jual beli (murabahah) atau berbasis sewa (Ijarah & Kafalah).

4) UGT MPB (Modal Pertanian Barokah)

UGT MPB adalah fasilitas pembiayaan untuk modal usaha pertanian. Akad pembiayaan: Akad yang digunakan adalah akad yang berbasis jual beli (Murabahah) atau multi akad (Murabahah dan Ijarah paralel atau Bai' al wafa dan Ijarah).

8. Job Description

a. Kepala Cabang Pembantu

Adapun tugas kepala cabang pembantu di KSPS BMT UGT Sidogiri terbagi menjadi beberapa bagian yaitu sebagai berikut:

- 1) Memastikan tercapainya penghimpunan tabungan sesuai target
- 2) Memastikan tercapainya penyaluran pembiayaan sesuai target
- 3) Menjaga kestabilan pengendalian likuiditas
- 4) Menjaga kualitas pembiayaan
- 5) Memastikan akuntabilitas pencatatan
- 6) Menjaga kedisiplinan dan kepatuhan karyawan pada sistem yang berjalan

b. Kasir

Adapun tugas kasir di KSPS BMT UGT Sidogiri terbagi menjadi beberapa hal yaitu sebagai berikut:

- 1) Memastikan kesesuaian penerimaan dan pengeluaran kas
- 2) Memastikan pencatatan seluruh transaksi secara benar sesuai ketentuan

- 3) Memastikan menjalankan fungsi kasir (KSR) dengan efektif dan efisien.

c. *Account Officer* Simpanan dan Pembiayaan (AOSP)

Adapun tugas dan fungsinya seorang AOSP adalah sebagai berikut:

- 1) Memonitoring kelancaran pembiayaan angsuran anggota
- 2) Memastikan penerimaan setoran tabungan dan pembiayaan serta penarikan simpanan dijalankan dan dicatat sesuai dengan ketentuan dan prosedur
- 3) Memastikan pemohon pembiayaan mengetahui ketentuan dan persyaratan pembiayaan.
- 4) Mencapai target simpanan dan pembiayaan

d. *Account Officer Survey* dan Analis (AOA)

Adapun tugas dan fungsinya dari AOA sendiri itu adalah sebagai berikut:

- 1) Memastikan kualitas pembiayaan baik
- 2) Memastikan kebenaran informasi hasil survey dan analisa pemohon pembiayaan dan agunan
- 3) Memastikan tempat tinggal dan karakter pemohon sesuai dengan pengajuan
- 4) Memastikan usaha dan kemampuan pemohon sesuai dengan prosedur

- 5) Memastikan kebenaran agunan dan nilai transaksi agunan pemohon sesuai dengan prosedur
- 6) Memastikan fungsi *Account Officer Survey* dan analisa berjalan sesuai dengan ketentuan dan prosedur perusahaan

e. Account Officer Penagihan (AOP)

Adapun tugas dan fungsinya AOP adalah sebagai berikut:

- 1) Memastikan penagihan dan penyelesaian pembiayaan bermasalah sesuai prosedur
- 2) Memastikan kas tunai di brankas sesuai dengan SIBMT dengan berita acara *Cash Opname*
- 3) Memastikan keamanan penyimpanan bukti kepemilikan agunan dan agunan berjalan sesuai dengan prosedur.

B. Penyajian Data

Setiap penelitian haruslah disertai dengan penyajian data sebagai penguat. Sebab data inilah yang dianalisa sesuai dengan analisa data yang akan digunakan, sehingga dari data yang dianalisa tersebut dapat menghasilkan suatu kesimpulan. Dalam penelitian ini digunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai alat untuk meraih data sebanyak mungkin terhadap berbagai hal yang berkaitan dengan penelitian ini. data yang disajikan sebagai berikut:

1. Implementasi Penerapan *Marketing Mix* Pada Produk Tabungan di BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember

BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember merupakan lembaga keuangan syariah yang bergerak dibidang ekonomi yang diperuntukkan bagi masyarakat pada umumnya. Semua kegiatan di BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember dapat berjalan lancar dan berkembang karena adanya modal yang dimiliki mampu memenuhi kebutuhan yang diperlukan. Sejak awal berdirinya BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember telah mempersiapkan diri untuk suatu kemajuan dan perkembangan mengacu pada suatu mutu pelayanan.

Hal tersebut juga dipaparkan oleh Bpk. Jakfar Sodiq selaku kepala BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember pada tanggal 20 Oktober 2018

“Kami berupaya mempersiapkan diri untuk menghadapi segala tantangan dan rintangan demi suatu kemajuan, kami memperhatikan mutu pelayanan, apakah telah memuaskan terhadap para nasabah, dan semua kegiatan marketing yang diterapkan tidak lupa untuk tetap memperhatikan prinsip syariah yang menjadi acuan atau *core bisnis* BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember”.⁶⁶

Demikian juga di paparkan oleh Bpk. Solehuddin selaku A USP (Simpan Pinjam) BMT UGT Sidogiri Kaliwates Kab. Jember pada tanggal 25 Oktober 2018

“Di dalam mempromosikan produk BMT UGT Sidogiri kami tidak semerta-merta melakukan promo, tetapi harus memperhatikan nasabah dan mengambil hati mereka dalam promosi. Selain itu

⁶⁶Wawancara, Bapak Jakfar Sodiq, 20 Oktober 2018

BMT UGT Sidogiri dalam mensosialisasikan produknya tidak terlepas dari kata aman, menguntungkan dan bebas dari riba”.⁶⁷

Dari beberapa penjelasan yang dijelaskan dari hasil wawancara diatas bahwa BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember ketika melaksanakan marketing selalu mengutamakan servis atau pelayanan, dan apabila kita salah memberikan servis atau pelayanan kepada nasabah tidak sesuai dengan harapan nasabah maka akan merasa tidak puas dan pastinya nasabah tersebut akan berpindah, sekalipun pelayanan itu maksimal terkadang nasabah masih saja tidak puas.

Strategi yang digunakan oleh BMT UGT Sidogiri Kaliwates Kab. Jember adalah strategi dalam menjual produk agar hasilnya banyak atau semaksimal mungkin, dengan memperhatikan kepuasan nasabah. Dalam hal ini strategi yang diterapkan adalah strategi *marketing mix*, didalam *marketing mix* adalah inti dari pemasaran. Dalam *marketing mix* ada empat variabel kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran yaitu, *Product, Price, place* dan *Promotion*.

Begitu pula dengan pula dengan BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember, agar mencapai suatu tujuan semaksimal mungkin juga menggunakan empat variabel tersebut yang merupakan *marketing mix* diantaranya adalah:

⁶⁷ Wawancara, Bapak Solehuddin, 25 Oktober 2018

a. *Product* (produk)

Produk adalah berfungsi untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan menarik perhatian konsumen, dan hal yang menyangkut konsep produk yaitu adalah pelayanannya. Dalam hal ini BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember mempunyai tabungan simpanan yang menjadi bahan pengimplementasian dalam *marketing mix* diantaranya adalah:

1) Tabungan Umum Syariah

Tabungan umum syariah yang setoran dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat sesuai kebutuhan anggota, menurut kepala BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember bapak Jakfar Sodiq, 20 Oktober 2018

“Tabungan Umum Syariah ini memang tabungan yang menjadi suatu tabungan yang sangat membantu, karena tabungan ini banyak diminati oleh para nasabah BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember, karena penarikannya dapat dilakukan setiap saat sesuai dengan kebutuhan nasabah”.⁶⁸

Persyaratan :

- a) Foto copy (KTP/SIM)
- b) Mengisi formulir pendaftaran anggota dan pembukaan rekening

Ketentuan :

- a) Setorana awal minimal Rp 10.000
- b) Setoran berikutnya minimal Rp 1.000

⁶⁸ Wawancara, Bapak Jakfar Sodiq, 20 Oktober 2018

- c) Adminstrasi pembukaan tabungan Rp 5.000

Manfaat dan keuntungan:

- a) Aman dan menguntungkan
 - b) Transaksi mudah dan sesuai syariah
 - c) Bagi hasil halal dan kompetitif
 - d) Gratis biaya administrasi bulanan
 - e) Ikut membantu sesama ummat (*ta'awun*)
- 2) Tabungan Haji Al-Haromain
- Tabungan umum berjangka untuk membantu keinginan anggota melaksanakan ibadah haji.
- Ketentuan pendaftaran porsi keberangkatan haji :
- a) Saldo tabungan Al-Haromain minimal Rp 25.000.000 atau sesuai dengan ketentuan KEMENAG
 - b) Menyerahkan 2 lembar foto copy KTP suami istri, surat nikah, dan kartu keluarga.
- Ketentuan :
- a) Pembukaan rekening di kantor BMT UGT Sidogiri sesuai domisili/tempat tinggal calon jamaah haji
 - b) Setoran awal minimal Rp 500.000 dan selanjutnya minimal Rp 100.000
 - c) Penarikannya hanya untuk kebutuhan keberangkatan haji atau ada udzur syar'i

Manfaat dan ke untungan :

- a) Kemudahan melakukan setoran tabungan setiap saat
 - b) Mudah memantau perkembangan dana dengan mendapatkan laporan mutasi transaksi berupa buku tabungan
 - c) Mendapatkan bagi hasil yang kompetitif
 - d) Ikut membantu sesama ummat (*ta'awun*)
 - e) Aman, terhindar dari riba dan haram
 - f) Dapat mengajukan dana talangan bagi calon jama'ah haji yang ingin memperoleh porsi keberangkatan haji pada tahun yang direncanakan
- 3) Tabungan Umrah Al-Hasanah

Tabungan umum berjangka untuk membantu keinginan anggota melaksanakan ibadah umrah.

Ketentuan :

- a) Setoran awal minimal Rp 1.000.000
- b) Setoran berikutnya sesuai perencanaan keberangkatan
- c) Ketentuan pemberangkatan adalah sesuai jadwal dari travel umrah
- d) Perencanaa pemberangkatan minimal 3 bulan dan maksimal 36 bulan
- e) Setoran dapat dilakukan setiap pekan, bulan, atau musiman
- f) Administrasi pembukaan tabungan Rp. 150.000

- g) Dana dapat dicairkan hanya untuk keperluan keberangkatan ibadah umrah kecuali ada udzur syar'i

Manfaat dan keuntungan :

- a) Kemudahan melakukan setoran tabungan setiap saat
 - b) Mendapatkan bagi hasil yang kompetitif
 - c) Ikut membantu sesama ummat (*ta'awun*)
 - d) Aman, terhindar dari riba dan haram
 - e) Dapat mengajukan dana talangan umrah maksimal 50%
- 4) Tabungan Idul Fitri
- Tabungan umum berjangka untuk membantu anggota memenuhi kebutuhan hari raya idul fitri

Ketentuan :

- a) Setoran awal minimal Rp 10.000
- b) Setoran berikutnya minimal Rp 1.000
- c) Biaya administrasi Rp 5.000
- d) Penarikan tabungan dapat dilakukan paling awal 15 hari sebelum hari raya idul fitri
- e) Menyerahkan foto copy identitas diri (KTP/SIM) yang masih berlaku

Keuntungan :

- a) Transaksi mudah
- b) Aman, terhindar dari riba dan haram
- c) Ikut membantu sesama ummat (*ta'awun*)

- d) Mendapatkan bagi hasil bulanan yang halal dan menguntungkan atau dapat dirupakan barang untuk kebutuhan hari raya sesuai kebijakan BMT UGT Sidogiri
- e) Dapat digunakan sebagai jaminan pembiayaan

5) Tabungan Qurban

Solusi mudah merencanakan ibadah, tabungan umum berjangka untuk membantu dan memudahkan anggota dalam merencanakan ibadah qurban dan aqiqah.

Spesifikasi biaya :

- a) Tabarru' asuransi Rp 5.000 perbulan (untuk Qurban kambing) dan Rp 20.000 perbulan (untuk Qurban sapi)
- b) Biaya penutupan rekening Rp 10.000

Ketentuan :

- a) Setoran awal minimal RP 50.000
- b) Setoran berikutnya minimal RP 25.000
- c) Saldo setelah pelaksanaan Aqiqah dan Ibadah Qurban minimal Rp. 50.000
- d) Hanya dapat diambil pada saat akan melaksanakan ibadah Qurban dan Aqiqah
- e) Perencanaa ibadah Qurban 5 bulan sampai dengan 24 bulan

Keuntungan :

- a) Mempermudah perencanaan keuangan untuk pembelian hewan qurban dan aqiqah

- b) Mendapatkan bagi hasil yang halal dan kompetitif
 - c) Membantu sesama ummat (*ta'awun*)
- 6) Tabungan Lembaga Peduli Siswa

Kepedulian lembaga melatih siswa-siswi menabung setiap hari.

Ketentuan :

- a) Setoran awal Rp 100.000 dan setoran berikutnya minimal Rp 50.000
- b) Penarikan tabungan hanya boleh dilakukan di akhir tahun pelajaran
- c) Pengajuan BEA SISWA apabila masa tabungan minimal 5 bulan dan dana tabungan mencapai saldo rata-rata Rp 5.000.000
- d) Pengambilan BEA SISWA di akhir tahun pelajaran ketika tabungan akan diambil

Persyaratan :

- a) Foto copy KTP/SIM
- b) Formulir pembukaan rekening ditandatangani oleh pengurus lembaga cq ketua dan bendahara serta dibubuhi setempel
- c) Rekening tabungan atas nama ketua/bendahara QQ nama lembaga

Keuntungan :

- a) Aman dan mudah memantau perkembangan dana setiap bulan
- b) Transaksi mudah dan bebas dari riba

c) Pengurus lembaga tidak disibukkan dengan urusan keuangan terutama pada saat pembagian tabungan siswa dan akhir tahun pendidikan

d) Mendapatkan bagi hasil bulanan yang halal dan menguntungkan

e) Mendapatkan BEA SISWA untuk siswa tidak mampu sebesar Rp 150.000 sesuai kebijakan BMT UGT Sidogiri

f) Gratis biaya administrasi

7) Tabungan Mudharabah (MDA) Berjangka

Investasi tepat sesuai syariat dengan keuntungan berlipat.

Tabungan berjangka yang setoran dan penarikannya berdasarkan jangka waktu tertentu

Ketentuan :

a) Setoran minimal Rp 500.000

b) Jangka waktu yang fleksibel : 1, 3, 6, 9, 12 dan 24 bulan

c) Mengisi formulir permohonan pembukaan tabungan berjangka

d) Foto copy identitas diri (KTP/SIM)

Keuntungan :

a) Mendapatkan bagi hasil yang lebih besar dan kompetitif

b) Bisa dijadikan jaminan pembiayaan

c) Nisbah (proporsi) bagi hasil lebih besar

8) Tabungan Mudharabah (MDA) Berjangka Plus

Cara investasi mudah, menguntungkan dan menentramkan.

Tabungan berjangka khusus dengan manfaat asuransi santunan rawat inap dan kematian.

Ketentuan :

- a) Jangka waktu tabungan 36 bulan
- b) Nominal tabungan mulai dari Rp 25 juta dan berlaku kelipatan sampai dengan Rp 100 juta (santunan rawat inap dan kematian juga berlaku kelipatan)
- c) Tidak boleh ditarik sebelum berakhirnya masa kontrak kecuali ada udzur syar'i
- d) Prosedur klaim sesuai dengan ketentuan PT Asyki Sarana

Sejahtera

Persyaratan :

- a) Harus menjadi anggota koperasi BMT UGT
- b) Membuka rekening tabungan umum syariah
- c) Mengisi formulir tabungan berjangka plus
- d) Menyerahkan foto copy KTP

Manfaat dan Keuntungan :

- a) Gratis tabarru' asuransi
- b) Mendapat santunan rawat inap
- c) Mendapatkan santunan kematian

b. *Price* (Harga)

Pentapan harga sangat memiliki fungsi yang sangat luas didalam program pemasaran produknya yang akan diluncurkan. Menetapkan harga berarti bagaimana mentautkan produk dengan aspirasi sasaran pasar, yang berarti pula harus mempelajari kebutuhan, keinginan, dan harapan kosumen.

Begitupun yang dituturkan oleh Bapak. Amrullah selaku AUA BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember

“Penetapan harga produk yang kami luncurkan terhadap nasabah dan calon nasabah cukup murah dan relatif murah, baik itu ketika pendafrtan, penysetoran dan tidak dikenakan potongan lagi kapanpun mau ditarik”⁶⁹.

Dalam hal ini BMT UGT Sidogiri telah mencoba meberikan apa yang menjadi harapan, kebutuhan dan keingina para nasabahnya dalam produknya.

- 1) Tabungan Umum Syariah
 - a) Gratis biaya administrasi
 - b) Setoran awal minimal Rp 10.000
 - c) Setoran berikutnya minimal Rp 1.000
 - d) Administrasi pembukaan tabungan Rp 5.000
- 2) Tabungan Haji Al-Haromain
 - a) Mendapatkan bagi hasil yang kompetitif

⁶⁹ Wawancara, Bapak Amrullah 11 Maret 2019

- b) Dapat mengajukan dana talangan bagi calon jama'ah haji yang ingin memperoleh porsi keberangkatan haji pada tahun yang telah direncanakan
- c) Setoran awal minimal Rp 500.000
- d) Selanjutnya minimal Rp 100.000

3) Tabungan Umrah Al-Hasanah

- a) Dapat mengajukan dana talangan umrah maksimal 50% dari kekurangan biaya umrah dengan ketentuan pembiayaan yang berlaku
- b) Setoran awal minimal Rp 1.000.000
- c) Setoran berikutnya sesuai dengan perencanaan keberangkatan
- d) Administrasi pembukaan tabungan Rp 150.000

4) Tabungan Idul Fitri

- a) Dapat digunakan sebagai jamaninan pembiayaan
- b) Setoran awal minimal Rp 10.000
- c) Setoran berikutnya minimal Rp 1.000
- d) Biaya administrasi Rp.5.000

5) Tabungan Qurban

- a) Mempermudah perencanaan keuangan untuk pembelian hewan Qurban dan Aqiqah
- b) Setoran awal minimal Rp 50.000
- c) Setoran berikutnya Rp 25.000

c. *Place* (Tempat)

Suatu barang akan menjadi tidak berharga/tidak berguna apabila barang tersebut tidak disediakan pada waktu dan tempat dimana barang tersebut sangat dibutuhkan untuk di pakai. Maka tugas BMT UGT Sidogiri harus benar-bener memilih saluran distribusi yang tepat agar produk yang dikeluarkan dan dapat dijangkau oleh nasabah.

Dan pada saat ini lokasi BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember yang terletak di Jl. Otto Iskandar 5A Mangli Kaliwates Kab. Jember, akan tetapi kantor BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember disini ada sedikit kurang nyaman, tempat parkir yang kurang luas dan tempat parkirannya yang masih menyatu dengan Toko Mas yang berada tepat di samping pas BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember tersebut, sehingga membuat sempit kurang terbuka dan sedikit sulit aksesnya untuk nasabah baru, begitupun yang dirasakan oleh Bpk. Amrullah, selaku AUA (Analisi) 01 November 2018

“ Memang tempat ini kurang strategis, berada di jalan yang tidak memungkinkan para pengguna jalan sedikit menoleh atau mampir sekedar numpang duduk, dan kurang besar inshaallah beberapa bulan atau hitungan tahun akan relokasi lagi ketempat yang mungkin lebih nyaman dan stategis, karena tempat ini memang ditunjuk oleh pusat untuk sementara ditempati”.⁷⁰

⁷⁰ Wawancara, Bapak Amrullah, 01 November 2018

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah cara memperkenalkan produk terhadap konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh nasabah yang lebih banyak.

Bapak. Salehuddin menuturkan selaku AUSA BMT UGT

Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember:

“Kami melaksanakan suatu promo terhadap para nasabah yang dianggap sangat meminati dan itu diutamakan nasabah yang sangat memerlukan produk dan layanan kami, selain itu juga kami lakukan dengan berjamaah atau dengan ketemu secara personal”.⁷¹

Adapun kegiatan promosi yang dilakukan oleh BMT UGT

Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember adalah sebagai berikut :

1) Periklanan

Dalam hal ini yang dilakukan BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember sedikit sama dengan yang dilakukan oleh beberapa instansi yang lain yakni dengan penyebaran brosur, spanduk dll.

2) *Personal Selling*

Dalam persoalan ini dari pimpinan sampai staf biasa menawarkan secara langsung atau pribadi kepada para nasabah atau calon nasabah.

3) *Sales Promotion*

BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember melakukan promosi dengan cara memperkenalkan semua produk yang ada pada BMT UGT tersebut, beserta kelebihan khususnya pada produk tabungan yang tidak ada potongan sepeserpun setiap bulannya berapapun dia menabung dan kapanpun mau diambil dengan nominal tersebut tidak akan terpotong se Rupiahpun.

2. Hambatan dalam Melakukan *Marketing Mix* Pada Produk Tabungan Di BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember

Dalam memasarkan suatu produk pastilah ada yang namanya persaingan yang saling bersaing antar satu dengan yang lainnya, antara BMT satu dengan BMT yang lainnya, persaingan yang dirasakan oleh BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember adalah persaingan yang menjual barang/jasa yang sama atau mirip dengan produk yang ditawarkan. Dan juga meyakinkan nasabah yang menganggap bank konvensional lebih aman menurut mereka sebagian, kurangnya pemahaman tentang bank atau lembaga keuangan syariah lainnya, ruang gerak yang begitu sempit menjadikan nasabah tidak begitu antusias terhadap BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember.

Bpak Ach. Fatoni selaku A USP BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember menuturkan:

“Ya begitulah mas didalam dunia bisnis pasti ada saja kendala tantangan dan juga hambatan dan itu kami nikmati sebagai sebuah proses dan sebagai pelajaran bagi kami, dan tentunya wajib lah

bagi kami untuk berhati-hati dalam hal apapun yang bersangkutan dengan kemajuan BMT”.⁷²

Adanya pesaing-pesaing tersebut yang menjadikannya faktor penghambat bagi BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember hal itu dijadikan sebagai penunjang semangat untuk terus kreatif dalam memasarkan produk untuk memperoleh banyak konsumen atau nasabah dalam meningkatkan jumlah pendapatan, tetapi dalam hal ini perlu kehati-hatian dan kewaspadaan dalam mempromosikan produk dan terhadap calon nasabah/anggota khususnya dalam hal pembiayaan dan lain-lain.

Bpk Salehuddin selaku AUSA BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember juga menambahkan:

“Hambatan yang kami alami selama kami melakukan *marketing*/penjualan produk kami, yaitu disamping adanya pesaing yang menawarkan produk yang sama juga banyaknya produk yang ditawarkan oleh instansi atau pengusaha yang lain kepada sebagian nasabah atau calon nasabah yang kami datangi.”⁷³

Dari keterangan yang saya amati dari penuturan Bpk. Fatoni dan Bpk. Salehudin sangat jelas dan nampak kendala di BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember adalah adanya pesaing yang menjual produk yang sama dan banyaknya para instansi atau pengusaha yang menawarkan produknya pada sebagian nasabah atau calon nasabah BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember.

⁷² Wawancara, Bapak Ach. Fatoni.06 November 2018

⁷³ Wawancara, Bpk. Salehuddin. 09 Maret 2019

3. Solusi Menanggulangi Hambatan Dalam Melakukan *Marketing MIX* Pada Produk Tabungan Di MBT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember

Permasalahan boleh sama tapi penyelesaian suatu permasalahan itu yang berbeda, walaupun sama-sama BMT UGT Sidogiri karena ini tentang pelayanan dan kepuasan, persepsi itu dari nasabah sendiri.

Dalam hal ini banyak hal yang telah dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember diantaranya :

a. Memperbaiki Sistem Promosi

Sistem promosi yang dilakukan seperti halnya sistem kekeluargaan, yaitu *doot to door* (dari rumah ke rumah), sosialisasi melalui forum, selain itu biasa dengan menyediakan brosur atau majalah tentang BMT Sidogiri.

b. Kunjungan Nasabah

Kegiatan ini dilakukan setiap 1 minggu satu kali untuk mengikat para nasabah agar tidak lari dan menghindari kemungkinan-kemungkinan.

Bapak Jakfar Sodiq manuturkan.

“Kegiatan ini kami lakukan bukan tidak ada maksud dan tujuan, dari sini kami bisa meninjau baik usaha maupun kegiatan yang dilakukan oleh nasabah kita dari situ kami bisa lebih mengenal nasabah kami lebih jauh lagi”.⁷⁴

⁷⁴ Wawancara, Bapak Jakfar Sodiq. 20 Oktper 2018

C. Analisis dan Pembahasan Temuan

Dalam pembahasan ini peneliti menguraikan hasil temuan data yang diperoleh dari lapangan dan sebelumnya telah disajikan dalam bentuk penyajian data. Data-data tersebut dibahas secara mendalam dan dikaitkan dengan teori sesuai dengan fokus penelitian yang ada dalam penelitian. Berikut pembahasannya:

1. Implementasi *Marketing Mix* Pada Produk Tabungan di BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember

Dalam menerapkan *marketing mix* untuk produk di BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember, ini menyesuaikan dengan keadaan dan juga kebutuhan masyarakat, terutama masyarakat yang ekonomi menengah kebawah dengan melakukan penawaran produk-produk yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan, dan memetakan sesuai dengan pemahaman dan fanatik agama, karena dalam hal ini BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember menentukan bagi hasil yang sesuai dengan syariat atau margin (tidak riba). Dan untuk sasaran pertama kali yang dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember adalah sanak famili karena asumsinya keluarga bisa juga membantu mengajak mempromokan produk yang mereka luncurkan kepada masyarakat, kemudian melakukan promosi kepada yang lain dengan *door to door* (dari rumah ke rumah), sosialisai melalui majlis dan forum yang lain.

2. Hambatan dalam Melakukan *Marketing Mix* Pada Produk Tabungan Di BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember.

Dalam memasarkan suatu produk pastilah ada yang namanya persaingan yang saling bersaing antar satu dengan yang lainnya, antara BMT satu dengan BMT yang lainnya, persaingan yang dirasakan oleh BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember adalah persaingan yang menjual barang/jasa yang sama atau mirip dengan produk yang ditawarkan. Ruang gerak yang begitu sempit menjadikan nasabah tidak begitu antusias terhadap BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember.

a. *Product* (Produk)

Produk yang dikeluarkan atau yang dipromosikan oleh pihak BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember berhasil membius para nasabah dan calon nasabah, karena pihak BMT UGT Sidogiri melakukan ini secara berkala dan berkelanjutan, tp hal ini tidak luput dari berbagai masalah atau hambatan yang di alami selama mempromosikan produknya, seperti yang dituturkan oleh salah satu pihak BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember. Bahwa adanya persaingan dan produk yang sama menjadikan ruang gerak agak begitu sempit.

b. *Price* (Harga)

Harga merupakan suatu fungsi yang sangat luas didalam pemasaran produk, berbicara kendala dan hambatan mesti ada prospek

tabungan saja kendala yang muncul di bagi hasil karena ketika tabungan pengusaha/pembisnis nisbah 0,4% itu sangat kecil, dan pembiayaan menjadi kendala bagi orang yang mau meminjam nisbahnya tinggi 2-2,5%.

c. *Place* (Tempat)

Tempat yang kurang strategis karena berdempetan dengan jalan raya sedikit kemungkinan untuk diketahui oleh calon nasabah, dan tidak menetap atau permanent.

d. *Promotion* (Promosi)

Dengan adanya pesaing yang sangat banyak yang menyempitkan ruang gerak pihak BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember menjadikan para pihak BMT cukup kesulitan dalam meyakinkan calon nasabah dan nasabah yang membandingkan bank konven dan lembaga keuangan lainnya yang berbasis syariah.

3. Solusi Menanggulangi Hambatan Dalam Melakukan *Marketing MIX* Pada Produk Tabungan Di MBT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember

Solusi untuk menanggulangi hambatan yang digunakan oleh BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates-Jember yakni dengan memaksimalkan karyawan BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates-Jember, alternatif ini muncul agar semua karyawan BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates-Jember mengetahui calon nasabah yang akan menjadi nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates-Jember, ini juga agar karyawan menjalin

atau menumbuhkan hubungan emosional, hubungan emosional ini bisa antara rumah ke rumah (*door to door*) dan bisa dengan langsung (*face to face*), dan berlanjut dengan aktivitas kunjungan setiap minggu 1 kali terhadap nasabah yang sudah bergabung dengan kami.

a. *Product* (Produk)

Produk diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Artinya apapun wujudnya selama itu memenuhi kebutuhan konsumen/nasabah maka dikatakan sebagai produk.

Maka dari itu BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember menyediakan produk yang bermacam-macam yang sesuai dengan kebutuhan nasabah dan memuaskan terhadap nasabah baik secara pelayanan dan lain-lain,

b. *Price* (Harga)

Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*, karena penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga menentukan laku tidaknya produk yang ditawarkan.

BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember menentukan harga yang relatif murah yang sesuai dengan keadaan ekonomi dan pendapatan masyarakat dan juga memberikan keuntungan dengan bagi hasil kepada nasabahnya,

c. *Place* (Tempat)

Place disebut juga saluran distribusi, saluran distribusi produk dan jasa bank adalah berupa kantor cabang yang secara langsung menyediakan produk yang ditawarkan.

Demikian kantor BMT UGT Sidogiri tepat berada di lokasi yang cukup dekat dengan keramaian yang tidak membingungkan pada para calon nasabah, yang sebentar lagi juga akan dipindah ketempat yang lebih strategis lagi hanya menunggu konfirmasi dari pihak pusat.

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan, dengan promosi juga menyebabkan sebelumnya orang tidak tertarik menjadi tertarik sehingga nasabah melakukan pembelian.

Yang dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember adalah sanak famili karena asumsinya keluarga bisa juga membantu mengajak mempromokan produk yang mereka luncurkan kepada masyarakat, kemudian melakukan promosi kepada yang lain dengan *door to door* (dari rumah ke rumah), sosialisai melalui majlis dan forum yang lain.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Bagian akhir dari skripsi ini adalah konklusi atau kesimpulan yang diperoleh berdasarkan analisis yang disesuaikan dengan tujuan pembahasan skripsi ini. Kemudian saran-saran yang dirasa relevan dan perlu untuk diberikan, dengan harapan dapat menjadi sebuah kontribusi pemikiran yang berharga bagi dunia pendidikan.

Berdasar hasil temuan dalam penelitian Implementasi *MARKETING MIX* Pada Produk Tabungan Di BMT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember:

1. BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember berusaha menerapkan komponen *marketing mix* dalam memasarkan produknya, menetapkan harga atau bagi hasil yang sesuai dengan syariat islam, dan mengembangkan promosi dengan menonjolkan kelebihan produk BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember.
2. Hambatan yang di alami oleh BMT UGT Sidogir Capem Kaliwates Kab. Jember, adanya persaingan yang begitu ketat yang menawarkan produk yang hampir sama dan ditambah dengan pemahaman calon atau nasabah yang kurang tentang bank dan lembaga keuangan syariah yang sebagian beranggapan bank konvensional lebih aman untuk menabung dan lain-lain.
3. Solusi yang digunakan oleh BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember adalah dengan solusi meningkatkan emosional terhadap nasabah,

melakukan (*door to door*) dan (*face to face*) dilanjut dengan kunjungan setiap 1 minggu 1 kali.

B. Saran-Saran

Berdasarkan kesimpulan akhir penelitian tersebut, disarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Promosinya lebih di tingkatkan lagi supaya nasabah tidak berfikir lebih aman ke yang lain dari pada ke BMT, memberikan pemahaman tentang sistem syariah terhadap nasabah dan calon nasabah BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember.
2. Secepatnya relokasi kalau masih dirasa tidak strategis, dan sempit ruang gerak untuk melakukan promo.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan terdapat peneliti baru yang mengkaji ulang dari hasil penelitian tentang Implementasi *MARKETING MIX* Pada Produk Tabungan Di BMT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember. Hasil penelitian ini jauh dari kata sempurna, sebab masih banyak kekurangan di dalamnya sebagai akibat dari keterbatasan referensi, kurangnya pengetahuan dan ketajaman analisis peneliti, dan keterbatasan waktu.

IAIN JEMBER

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Thamrin, Tantri Francis, 2014. *Manajemen Pemasaran ed.1-cet3*, Jakarta: Rajawali pers.
- Bungin Burhan, 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Depatemen Agama RI, 2010. *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Surabaya: Pustaka Agung Harapan.
- Gitosudarmo Indriyo, 1994. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BPEF.
- Herlambang Susantyo, 2014. *Basic Marketing*, Yogyakarta : Gosen Publishing.
- Huda Nurul, Heykal Muhammad, 2010. *Lembaga Keuangan Islam*, Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Ikatan Bankir Indonesia (IBI), 2014. *Strategi Sukses Bisnis Bank*, Jakarta : PT Gramedia Building Blok I, Lt 5.
- J. Moleong Lexy, 2001. *Metode Penelitian Kualitatif* , Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- J. Moleong Lexy, 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Jannah Miftahul, 2017. *Analisis Strategi Pemasaran Produk di BMT Sidogiri Cabang Balung*, Jember: Program Sarjana IAIN Jember.
- Juliansyah Noor, 2015. *Metodelogi Penelitian: Skripsi, Tesis, Desertasi, Dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana.
- Jundiani, 2009. *Pengaturan Hukum Perbankan Syari'ah di Indonesia*, Malang: UIN-Malang Press.
- Kahf Manzer, 1995 *Ekonomi Islam Telaah Analitik Terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Karnaen A. Perwataatmadja, 1996. *Membumikan Ekonomi Islam di Indonesia*, Depok: Usaha Kami.
- Kasiran Moh, 2008. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Malang: UIN Maliki Press.
- Kasmir, 2002. *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

- Kasmir, 2004. *Manajemen Perbankan*, Jakarta : Rajawali Pers.
- Kasmir, 2014. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kasmir, SE., MM. 2000. *Manajemen Perbankan*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2005. *Pemasaran Bank*, Jakarta : Kencana.
- Kotler Philip, 1995. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Erlangga.
- Kotler Philip, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Erlangga.
- Majelis Ulama Indonesia, Fatwa Dewan Syariah Nasional no. 2/DSN-MUI/IV/2000 tentang tabnagan
- Mardani, 2012. *Fiqih Ekonomi Syariah*, Jakarta: Kencana Prenadia Group.
- Margono, 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Nafis Abdul Wadud, 2009. *Bank Syariah*, Jember: Mitra Abadi Press.
- Nazur Moh, 2013. *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nita Marta Desta, 2017. *Analisis Strategi Pemasaran Produk BMT Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Dalam Persepektif Ekonomi Islam*, (Studi Pada BMT Sepakat Sejahtera Cabang Sukarame Bandar Lampung), Lampung: Program Sarjana IAIN Lampung.
- Pengertian Tabungan, Undang-undang R.I No. 21 tahun 2008, *Tentang Perbankan Syariah*, pasal 1 ayat 21.
- Prof. Dr. Assauri Sofjan, M. B. A. 1987. *Manajemen Pemaasaran*, Jakarta : PT Grafindo Persada.
- Sri Imaniyati Neni. 2010. *Aspek-aspek Hukum BMT (Baitul Maal wat Tamwil)*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Stori Djam'ah dan Komariah Aan, 2014. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Suharsaputra Uhar, 2012 *Metode penelitian kualitatif & Kuantitatif*, Bandung: PT Refika Aditama.

Suharsimi, 2010. *Arikunto, Prosedur Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta.

Tim penyusun IAIN Jember, 2017 *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*, jember. Stain Jember Press.

Tjiptono Fandi, 1999. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Bayumedia Publishing Anggota IKAPI Jatim.

Yadi Januari Djazuli, 2002. *Lembaga-lembaga Perekonomian Ummat*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Moh. Tsaqib
NIM : 083133188
Prodi : Perbankan Syariah
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : Institut Agama Islam Negeri Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “*Implementasi Marketing Mix Pada Produk Tabungan di BMT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember*” adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 18 Desember 2018
Saya yang menyatakan,



Moh. Tsaqib
NIM. 083133188

Matrik Penelitian

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Implementas <i>Marketing Mix</i> pada produk tabungan di BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates- Jember	<i>Marketing mix</i>	1. Produk 2. Harga 3. Tempat 4. Promosi 5. Tabungan	<ul style="list-style-type: none"> - Pengertian Produk - Jenis Produk - Strategi Produk - Macam-macam Produk - Pengertian Price - Faktor Penentuan Harga - Kebijakan Penetapan Harga Perusahaan - Pengertian Place - Penentuan Lokasi - Pengertian Promosi - Bentuk Promosi - Pengertian Tabungan - Alat Penarikan Tabungan - Tabungan dalam Islam 	<ul style="list-style-type: none"> - Primer <ul style="list-style-type: none"> • Hasil wawan cara • Brosur produk tabungan BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates - Skunder <ul style="list-style-type: none"> • Buku • Wabsete 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendekatan Penelitian <ul style="list-style-type: none"> - Kualitatif 2. Lokasi Penelitian <ul style="list-style-type: none"> - BMT UGT Sidoiri Capem Kaliawates Kab. Jember 3. Teknik Pengumpulan data <ul style="list-style-type: none"> - Observasi - Aancara - Dokumentasi 4. Teknik analisi data <ul style="list-style-type: none"> - Analisis deskriptif 5. Keabsahan data <ul style="list-style-type: none"> - Triangulasi sumber 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana implementasi <i>marketing mix</i> pada produk tabungan di BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember? 2. Apa saja hambatan dalam melakukan implementasi <i>marketing mix</i> pada produk tabungan di BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember ? 3. Bagaimana solusinya mengatasi hambatan didalam melakukan <i>marketing mix</i> pada produk tabungan di BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember?

PEDOMAN WAWAN CARA

Implementasi *MARKETING MIX* Pada Produk Tabungan Di BMT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember

A. OBSERVASI

1. Bagaimana sejarah BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates – Jember.
2. Struktur Organisasi BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates – Jember.

B. WAWAN CARA

1. Apasaja produk yang ditawarkan terhadap nasabah?
2. Akad apa saja yang diterapkan di BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates – Jember?
3. Produk apa saja yang sering diminati nasabah BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates - Jember?
4. Apa kelebihan produk tabungan BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates – Jember?
5. Bagaimana prosedur penyetoran uang tabungan nasabah dan kapan waktu pengambilan tabungan yang diperbolehkan?
6. Berapa besar biaya yang dibebankan kepada nasabah saat awal pembukaan rekening?
7. Adakah jumlah minimal uang setoran?
8. Bagaimana penerapan *marketing mix* pada produk tabungan di BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates – Jember?
9. Apa saja kendala dalam menerapkan *marketing mix* pada produk tabungan di BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates – Jember?
10. Adakah strategi lain selain *marketing mix* yang digunakan di BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates – Jember?
11. Apa solusinya dalam mengatasi hambatan/kendala dalam menerapkan *marketing mix* pada produk tabungan di BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates – Jember?

C. DOKUMENTASI

1. Visi dan Misi BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates – Jember.
2. Letak dan kondisi geografis kantor BMT UBT Sidogiri Capem Kaliwates – Jember.
3. Jumlah Karyawan dan nasabah BMT Sidogiri Capem Kaliwates – Jember.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 1 mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136
Website : WWW.in-jember.ac.nid – e-mail : info@iain-jember.ac.id

J E M B E R

Nomor : B-1453 /In.20/7.a/PP.00.9/10/2018

Lampiran : -

Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.

Bapak. *Manager* BMT Sidogiri Kc. Jember

di-

TEMPAT

Assalamu'alaikumWr.Wb.

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut:

Nama Mahasiswa : MOH. TSAQIB
NIM : 083 133 188
Semester : XI (Sebelas)
Jurusan : *Ekonomi Islam*
Prodi : Perbankan Syariah
No Telpon : 081913865896
Dosen Pembimbing : Dr. Moch. Chotib, S.Ag. MM
NIP : 19710727 200212 1 003
Judul Penelitian : *Implementasi MARKETING MIX Pada Produk*
Tabungan Di BMT Sidogiri Kc. Jember.

Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikumWr.Wb.

Jember, 17 Oktober 2018

a.n. Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik



Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I
NIP. 19730830 199903 1 002

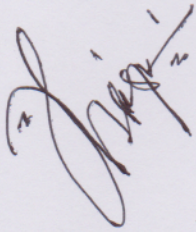
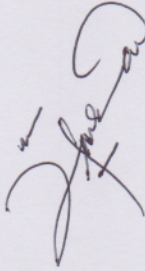

Tembusan:

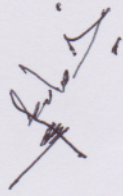
1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
2. LP2M IAIN Jember
3. Arsip

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Lokasi penelitian di BMT UGT Sidoogiri Capem Kaliwates Kab. Jember

Jl. Otto Iskandar 5A Kaliwates-Mangli

No.	Tanggal	Jenis Kegiatan	Paraf
1.	17 Oktober 2018	Penyerahan surat ijin penelitian	
2.	20 Oktober 2018	Wawancara dengan kepala BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember Bpk. Jakfar Sodiq. tentang sejarah dan sistem <i>implemntasi marketing mix</i>	
3.	25 Oktober 2018	Wawancara dengan Bpk. Solehuddin sebagai AU SP BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember. tentang tabbungan, <i>implementasi marketing mix</i>	
04.	01 November 2018	Wawancara dengan Bpk. Amrullah selaku AUA (Analis) di BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember. tentang produk tabungan dan keinginan nasabah terhadap produk	

		tabungan	
05.	06 November 2018	Wawancara dengan Bapak. Ach Fatoni selaku AU SP di BMT UGT Sidogir Capem Kaliwates Kab. Jember. Tentang hambatan dalam melakukan <i>marketing mix</i>	

Jember, 08 November 2018
Kopertab BMT UGT Sidogiri,
Kendal, Cab. Penitensi Kaliwates,



BMT UGT SIDOGIRI

Usaha Gabungan Terpadu

Badan Hukum : 09/BH/KWK.13/VII/2000 (22 Juli 2000)

Perihal : Konfirmasi Penelitian

Lampiran : ---- ooOoo ----

Kepada Yth ;
Jurusan Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember

Assalamualaikum Wr.Wb.

Dengan Hormat ,

Berdasarkan telah dilaksanakannya penelitian di kantor BMT UGT Sidogiri cabang pembantu Kaliwates Jember pada Hari Kamis Tanggal 08 November 2018 dengan nama mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Moh. Tsaqib
Nim : 083133188
Semester : Ganjil (11)
Fakultas/Jurusan : Ekonomi & Bisnis Islam / Perbankan Syariah

Selama ini kami sampaikan bahwa nama mahasiswa tersebut di atas telah selesai melaksanakan penelitian di BMT UGT Sidogiri Cab.Pembantu Kaliwates Jember.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Wa'alaikum salam Wr.Wb.

Jember, 08 November 2018
Koperasi BMT UGT Sidogiri,
Kepala Cab.Pembantu Kaliwates,



JAKFAR SODIQ


FOTO DOKUMENTASI



Tampak depan tempat teller BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember



Foto bersama pengurus BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab.Jember.
Dari kiri : Amri Ghafa Pratama, Jakfar Sodiq, Salehuddin, Amrullah



SETORAN TUNAI
Form UGT-04

Tanggal :/..../..

Cabang :

Jenis Simpanan : Wadiah. Umum. Peduli Siswa.
 Idul Fitri. Al-Haromain. Al-Hasanah

MDA Berjangka : 3 Bulan. 6 Bulan. 9 Bulan. 12 Bulan

Jumlah setoran : Rp.

Terbilang :

Nama Penyetor :

No. HP :

Pemilik Rekening :

Cabang :

No. Rekening :

Keterangan :

Teller Penyetor

Bukti setoran ini sah apabila sudah tervalidasi dan distempel



KOPERASI UGT SIDOGIRI
UNIT BMT

Markas Pusat : 0810140001310000 (22 Juli 2007)
Kantor Pusat : J. Sidogiri Barat RT. 02 RW. 02 Krajan Paksihan
Telp. (0343) 422251, Fax. (0343) 423571

CAPEM
Form UGT-22

Pengambilan dari Tabungan Mudharabah

Mudharabah Bai' Bita'amanil Ajjil Qordah Hasanah

Murabahah Musyarakah

No. Rekening :

Nama Penyetor :

Setoran Pokok :

Setoran Bagi Hasil :

Jumlah Setoran :

Tanggal Setor :

Keterangan :

Tanda Tangan Penyetor

SLIP SETORAN PEMBIAYAAN

Slip pembayaran setoran pembiayaan dan slip setoran tunai milik BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember

Eid Mubarak

KOPERASI SIMPAN PINJAM SYARIAH
BMT UGT SIDOGIRI INDONESIA
Ukhuah, Tabunguan, Ta'awun

TABUNGAN Idul Fitri
Bahagia di Hari yang Fitri

Eid Mubarak

Kami mengajak anda untuk merencanakan keuangan dalam memenuhi kebutuhan Hari Raya Idul Fitri, dengan setoran yang ringan dana anda akan aman dan mendapatkan hasil yang halal dan berkah

Call Center
0823 3783 3883
0852 3115 4460
atau hubungi

www.bmtugtsidogiri.co.id

Kantor Pusat:
Jl. Sidogiri Barat RT 03 RW 02
Kraton Pasuruan, Jawa Timur 67515
e-mail: bmt.ugt.pusat@gmail.com
0343 423251 0343 423571

Quality Management System ISO 9001:2015
IAF ANAB YKAN

TABUNGAN IDUL FITRI

A. Definisi
Adalah tabungan umum berjangka untuk membantu anggota dalam merencanakan kebutuhan Hari Raya Idul Fitri dengan setoran ringan baik harian, mingguan atau bulanan dan pengambilannya di lakukan sebelum lebaran.

B. Akad
Tabungan di akad berdasarkan prinsip syariah mudharabah musytarakah (kerjasama dengan bagi hasil) dengan nisbah keuntungan 40% Anggota: 60% BMT

C. Manfaat dan Keuntungan:

1. Dana aman, transaksi mudah dan terhindar dari riba yang haram
2. Ikut serta membantu sesama umat (ta'awun)
3. Aman dan mudah memantau perkembangan dana setiap bulan
4. Mendapatkan bagi hasil bulanan yang menguntungkan dan halal
5. Dana anda dan atau bagi hasil dapat dirupakan barang kebutuhan hari raya sesuai kebijakan koperasi
6. Dana dapat digunakan sebagai jaminan pembiayaan
7. Gratis biaya administrasi bulanan dan penutupan rekening

D. Ketentuan:

1. Telah menjadi anggota/anggota luar biasa dengan simpanan pokok Rp. 50.000,- dan wajib Rp.10.000,- yang disetorkan ke tabungan umum
2. Setoran awal sebesar Rp. 5.000,-
3. Setoran berikutnya minimal Rp. 2.000,-
4. Penarikan tabungan dapat di lakukan paling awal 15 hari sebelum Hari Raya Idul Fitri

E. Persyaratan:

1. Foto copy identitas diri (KTP/SIM) yang masih berlaku
2. Mengisi formulir permohonan pembukaan Tabungan Idul Fitri

Eid Mubarak

TAB-FRM-026-REV00

Brosur tabungan salah satu produk BMT UGT Sidogiri Capem Kaliwates Kab. Jember



KOPERASI SIMPAN PINJAM SYARIAH
BMT UGT SIDOGIRI INDONESIA
Berbasis Keagamaan Berbasis Syariah

Produk Simpanan

TABUNGAN UMUM SYARIAH

Keuntungan Melimpah, Bebas Riba dan Penuh Berkah

Tabungan umum syariah yang setoran dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat sesuai kebutuhan anggota.

Alat:

- Tabungan disklad berdasarkan prinsip syariah mudharabah musytarakah dengan nisbah 30% Anggota : 70% BMT

Manfaat dan Keuntungan:

- Aman dan menguntungkan
- Transaksi mudah dan sesuai syariah
- Bagi hasil halal dan kompetitif
- GRATIS biaya administrasi bulanan
- Ikt membantu sesama umat (ta'awun)

Ketentuan:

- Setoran awal minimal Rp. 10.000.
- Setoran berikutnya minimal Rp. 1.000.
- Administrasi pembukaan tabungan Rp. 5.000

Persyaratan:

- Foto kopi Kartu identitas (KTP/SIM).
- Mengisi formulir pendaftaran anggota dan pembukuan rekening

TABUNGAN UMUM BERJANGKA

UMRAH AL-HASANAH

Melepaskan Rindu Hati Pada Tanah Suci

Tabungan umum berjangka untuk membantu keinginan anggota melaksanakan ibadah umrah.

Alat:

- Tabungan disklad berdasarkan prinsip syariah mudharabah musytarakah dengan nisbah 40% Anggota : 60% BMT

Manfaat dan Keuntungan:

- Kemudahan melakukan setoran tabungan setiap saat
- Mendapatkan bagi hasil yang kompetitif
- Ikt membantu sesama umat (ta'awun)
- Aman, terhindar dari riba dan haram
- Dapat digunakan untuk tabungan umrah maksimal 50% dari kekurangan biaya umrah dengan ketentuan pembiayaan yang berlaku

Ketentuan:

- Setoran awal minimal Rp. 1.000.000.
- Setoran berikutnya sesuai perencanaan keberangkatan.
- Penarikan keberangkatan adalah sesuai jadwal dari travel umrah.
- Setoran kelengkapan minimal 3 bulan dan maksimal 36 bulan
- Dana dapat dicairkan hanya untuk keperluan keberangkatan ibadah umrah kecuali iktudur syar'.
- Administrasi pembukaan tabungan Rp. 150.000

TABUNGAN UMUM SYARIAH

Keuntungan Melimpah, Bebas Riba dan Penuh Berkah

Tabungan umum syariah yang setoran dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat sesuai kebutuhan anggota.

Alat:

- Tabungan disklad berdasarkan prinsip syariah mudharabah musytarakah dengan nisbah 30% Anggota : 70% BMT

Manfaat dan Keuntungan:

- Aman dan menguntungkan
- Transaksi mudah dan sesuai syariah
- Bagi hasil halal dan kompetitif
- GRATIS biaya administrasi bulanan
- Ikt membantu sesama umat (ta'awun)

Ketentuan:

- Setoran awal minimal Rp. 10.000.
- Setoran berikutnya minimal Rp. 1.000.
- Administrasi pembukaan tabungan Rp. 5.000

Persyaratan:

- Foto kopi Kartu identitas (KTP/SIM).
- Mengisi formulir pendaftaran anggota dan pembukuan rekening

TABUNGAN HAJI AL-HAROMAIN

Wujudkan Niatan Hati Menuju Tanah Suci

Tabungan umum berjangka untuk membantu keinginan anggota melaksanakan ibadah haji.

Alat:

- Tabungan disklad berdasarkan prinsip syariah mudharabah musytarakah dengan nisbah 50% Anggota : 50% BMT

Manfaat dan Keuntungan:

- Mudah dalam melakukan setoran tabungan setiap saat.
- Mudah transaksi be foto buku tabungan dan dengan mendapatkan laporan mutasi transaksi be foto buku tabungan
- Mendapatkan bagi hasil yang kompetitif
- Ikt membantu sesama umat (ta'awun)
- Aman, terhindar dari riba dan haram
- Dapat mengajukan dana tabungan bagi calon jama'ah haji yang ingin memperhalai porsi keberangkatan haji pada tahun yang direncanakan.

Ketentuan:

- Pembukuan rekening di kantor BMT UGT Sidogiri sesuai domisili/tempat tinggal calon jama'ah haji.
- setoran awal minimal Rp. 500.000 dan selanjutnya minimal Rp. 100.000.
- Penarikan hanya untuk kebutuhan keberangkatan haji atau karena ada udzur syar'.

Ketentuan Pendaftaran Porsi Keberangkatan Haji:

- Sesuai Tabungan Al Haromain minimal Rp. 25.000.000 atau sesuai ketentuan KEMENAG
- Menyerahkan 2 lembar foto kopi KTP suami istri, surat nikah, dan Kartu keluarga

Persyaratan:

- Menyerahkan foto kopi KTP yang masih berlaku

TABUNGAN UMUM BERJANGKA

UMRAH AL-HASANAH

Melepaskan Rindu Hati Pada Tanah Suci

Tabungan umum berjangka untuk membantu keinginan anggota melaksanakan ibadah umrah.

Alat:

- Tabungan disklad berdasarkan prinsip syariah mudharabah musytarakah dengan nisbah 40% Anggota : 60% BMT

Manfaat dan Keuntungan:

- Kemudahan melakukan setoran tabungan setiap saat
- Mendapatkan bagi hasil yang kompetitif
- Ikt membantu sesama umat (ta'awun)
- Aman, terhindar dari riba dan haram
- Dapat digunakan untuk tabungan umrah maksimal 50% dari kekurangan biaya umrah dengan ketentuan pembiayaan yang berlaku

Ketentuan:

- Setoran awal minimal Rp. 1.000.000.
- Setoran berikutnya sesuai perencanaan keberangkatan.
- Penarikan keberangkatan adalah sesuai jadwal dari travel umrah.
- Setoran kelengkapan minimal 3 bulan dan maksimal 36 bulan
- Dana dapat dicairkan hanya untuk keperluan keberangkatan ibadah umrah kecuali iktudur syar'.
- Administrasi pembukaan tabungan Rp. 150.000

TABUNGAN IDUL FITRI

Tenang dan Bahagia Menjelang Idul Fitri

Tabungan umum berjangka untuk membantu anggota memenuhi kebutuhan hari raya Idul Fitri.

Alat:

- Tabungan disklad berdasarkan prinsip syariah mudharabah musytarakah dengan nisbah 40% Anggota : 60% BMT

Keuntungan:

- Transaksi mudah
- Aman, terhindar dari riba dan haram
- Ikt membantu sesama umat (ta'awun)
- Mendapatkan bagi hasil bulanan yang halal dan menguntungkan atau dapat digunakan untuk kebutuhan hari raya sesuai kebijakan BMT UGT Sidogiri.
- Dapat digunakan sebagai jaminan pembiayaan.

Ketentuan:

- Setoran awal minimal Rp. 10.000.
- Setoran berikutnya minimal Rp. 1.000
- Biaya administrasi Rp. 5.000
- Penarikan tabungan dapat dilakukan paling awal 15 hari sebelum hari Raya Idul Fitri

Persyaratan:

- Menyerahkan foto kopi identitas diri (KTP/SIM) yang masih berlaku

Brosur BMT UGT Sidogiri Capem Kaiwates Kab. Jember

TABUNGAN QURBAN Solusi Mudah Merencanakan Ibadah

Tabungan umum berjangka untuk membantu dan memudahkan anggota dalam merencanakan ibadah qurban dan aqiqah.

Akad:

- Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah mudharabah musyarakah dengan nisbah 40% Anggota : 60% BMT

Keuntungan:

- Mempromosikan perencanaan keuangan untuk pembelian hewan Qurban dan aqiqah
- Mendapatkan Bagi Hasil yang halal dan kompetitif
- Pembantu sesama umat (Wahwan)

Ketentuan:

- Setoran awal minimal Rp 50.000
- Setoran berikutnya minimal Rp 25.000
- Saldo setelah petakanan Aqiqah dan Ibadah Qurban minimal Rp 50.000.
- Hanya dapat diambil pada saat akan melakukan ibadah Qurban atau aqiqah
- Perencanaan ibadah Qurban 5 Bulan sampai dengan 24 bulan.

Persyaratan:

- Mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening
- Menyerahkan foto copy KTP/SIM

Spesifik biaya:

- Tabung' asuransi Rp. 5.000 perbulan (untuk Qurban kambing) dan Rp 20.000 perbulan (untuk Qurban sapi).
- Biaya penutupan rekening Rp. 10.000.

TABUNGAN MUDHARABAH (MDA) BERJANGKA

Investasi Tepat Sesuai Syariah Dengan Keuntungan Berlipat

Tabungan Berjangka yang setoran dan penarikannya berdasarkan jangka waktu tertentu.

Akad:

- Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah mudharabah musyarakah dengan nisbah sebagai berikut:
- Jangka waktu 1 Bulan Nisbah 50% Anggota : 50% BMT
- Jangka waktu 3 Bulan Nisbah 52% Anggota : 48% BMT
- Jangka waktu 6 Bulan Nisbah 55% Anggota : 45% BMT
- Jangka waktu 9 Bulan Nisbah 57% Anggota : 43% BMT
- Jangka waktu 12 Bulan Nisbah 60% Anggota : 40% BMT
- Jangka waktu 24 Bulan Nisbah 70% Anggota : 30% BMT

Keuntungan:

- Bagi Hasil yang lebih besar dan kompetitif
- Bisa dijadikan jaminan pembiayaan
- Nisbah (proporsi) bagi hasil lebih besar

Ketentuan:

- Setoran minimal Rp 500.000
- Jangka waktu yang terakad: 1, 3, 6, 9, 12 dan 24 bulan

Persyaratan:

- Mengisi formulir permohonan pembukaan Tabungan berjangka
- Foto Kopi identitas diri (KTP/SIM)

TABUNGAN MUDHARABAH (MDA) BERJANGKA PLUS

Cara Investasi Mudah, menguntungkan dan menentramkan

Tabungan berjangka khusus dengan manfaat asuransi santunan rawat inap dan kematian.

Akad:

- Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah mudharabah musyarakah dengan nisbah 45% Anggota : 55% BMT

Manfaat dan keuntungan:

- GRATIS Tabung' asuransi
- Mendapatkan santunan Rawat inap sebagai berikut :
 1. Rawat inap rumah sakit Rp.200.000. Perhari (maksimal 180 hari setahun)
 2. Rawat ICU Rp.400.000. perhari (maksimal 10 hari setahun)
 3. Santunan biaya operasi Rp. 2 juta (dalam setahun)
- Mendapatkan santunan kematian sebagai berikut :
 1. Santunan meninggal kecelakaan Rp 10 juta
 2. Santunan meninggal bukan kecelakaan Rp 5 juta

Ketentuan:

- Jangka waktu tabungan: 36 bulan
- Nominal tabungan mulai dari Rp 25 juta dan berlaku kelipatan sampai dengan Rp 100 juta (santunan rawat inap dan kematian juga berlaku kelipatan)
- Tidak boleh dilikwidasi sebelum berakhirnya masa kontrak kecuali ada urbur syar'i
- Prosedur Klaim sesuai dengan ketentuan PT Asuransi Sarana Sejahtera

Persyaratan:

- Harus menjadi anggota koperasi BMT UGT.
- Membuka rekening tabungan umum syariah
- Mengisi formulir tabungan berjangka plus
- Menyerahkan foto copy KTP

Definisi Akad Mudharabah Musyarakah adalah bentuk akad Mudharabah di mana pengelola (mudharib/BMT) menyerahkan modalnya dalam berjasama investasi tersebut

Ketentuan Akad

1. Akad ini merupakan perpaduan dari akad Mudharabah dan akad Musyarakah
2. BMT sebagai mudharib menyerahkan modal atau dananya dalam investasi bersama Anggota.
3. BMT sebagai pihak yang menyerahkan denanya (musyarib) memperoleh bagian keuntungan berdasarkan porsi modal yang diserahkan.
4. Anggota sebagai Shahaib Modal juga memperoleh bagian keuntungan sesuai dengan nisbah yang tertera di tabel.
5. Apabila terjadi kerugian modal BMT sebagai musyarib menanggung kerugian sesuai dengan porsi modal yang diutarakan oleh BMT. Pihak Tabung' menanggung kerugian anggota sesuai porsi modal anggota

TABUNGAN LEMBAGA PEDULI SISWA Kepedulian Lembaga Melatih Siswa - Siswi Menabung Setiap Hari

Tabungan umum berjangka yang dipenuntukan bagi lembaga pendidikan guna meningkatkan dana tabungan siswa.

Akad:

- Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah mudharabah musyarakah dengan nisbah 40% Anggota : 60% BMT

Keuntungan:

- Aman dan mudah, membantu perkembangan dana setiap bulan
- Nisbah yang besar dan lebih
- Biaya tabung' tidak dibebankan dengan urusan keuangan terutamanya pada saat pembagian tabungan siswa di akhir tahun pendidikan
- Mendapatkan bagi hasil bulanan yang halal dan menguntungkan
- Mendapatkan dana BEA SISWA untuk siswa tidak mampu sebesar Rp 150.000 sesuai kebijakan BMT UGT Sidogiri
- GRATIS biaya administrasi.

Brosur BMT UGT Sidogiri Capem Kaiwates Kab. Jember

BIODATA PENULIS



Nama : Moh. Tsaqib
Nim : 083133188
TTL : Sumenep, 09 Oktober 1992
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Alamat : Banmaleng, Giligenting, Sumenep Madura

Riwayat Pendidikan :

1. TK (Raudatul Athfal) Nurul Huda II = (1998 - 2000)
2. MI Nurul Huda II = (2000 - 2006)
3. MTs Nurul Huda II = (2006 - 2009)
4. MA Nurul Islam = (2009 - 2011)
5. Institut Agama Islam Negri (IAIN) Jember = (2013 - 2019)

Pengalaman Organisasi :

1. Mengikuti ekstra kulikuler pramuka di MI.
2. Jadi Bidang Ke Pramukaan di OSIS Mts Nurul Huda II selama 2 tahun.
3. Jadi Keamanan OSIS di MA Nurul Islam 2009-2010.
4. Pengurus Ambalan Pramuka PP Nurul Islam 2009-2011.
5. Penguru IKSNI (Ikatan Keluarga Santri Nurul Islam) 2011-2012.
6. Pengurus Komisariat Sunan Ampel HMI Cabang Jember Bidang KPP (Kewirausahaan dan Pengembangan Profesi) 2015-2017.
7. Menjadi Ketua Devisi Volly UKOR selama 2 tahun di IAIN Jember.