S K R I P S I

STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK SIMPANAN DI BMT AKU METRO

Disusun Oleh :

Meribeth Dany Manaha
NPM. 1602100151

Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1442 H/2021 M

STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK SIMPANAN
DI BMT AKU METRO

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

Meribeth Dany Manaha
NPM. 1602100151

Pembimbing I. Nizaruddin, S.Ag, M.H
Pembimbing II. Era Yudistira, M.Ak

Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1442/2021

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki.Hajar Dewantara Kampus 15.A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 faksimili (0725) 47296 website www.pps.metrouniv.ac.id email ppsiainmetro@metrouniv.ac.id

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Perihal : Permohonan Dimunaqosyah

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
di_
Metro

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya, maka skripsi penelitian yang telah disusun oleh :

Nama	:	**MERIBETH DANY MANAHA**
NPM	:	1602100151
Jurusan	:	Perbankan Syariah
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul	:	STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK SIMPANAN DI BMT AKU METRO

Sudah kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro untuk Dimunaqosyah.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, 23 Juni 2021

Pembimbing 1	Pembimbing 2
Nizaruddin, S.Ag, M.H	**Era Yudistira, M.Ak**
NIP. 19740302 199903 1 001	NIP. 19901032 01503 2 010

PERSETUJUAN

Judul	:	STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK SIMPANAN DI BMT AKU METRO
Nama	:	Meribeth Dany Manaha
NPM	:	1602100151
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	:	Perbankan Syariah

DISETUJUI

Untuk diajukan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro-Lampung.

Metro, 23 Juni 2021

Pembimbing 1	Pembimbing 2
Nizaruddin, S.Ag, M.H	**Era Yudistira, M.Ak**
NIP. 19740302 199903 1 001	NIP. 19901032 01503 2 010

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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15.A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507 Faksimili (0725) 47296
Website: www.pps.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No B-2195/In.28.3/D/PP.00.09/07/2021

Skripsi dengan Judul: **STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK SIMPANAN DI BMT AKU METRO,** disusun oleh: **MERIBETH DANY MANAHA,** NPM. 1602100151, Jurusan: S1 Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Senin, 28 Juni 2021.

TIM MUNAQOSYAH:

Ketua/Moderator	:	Nizaruddin, S.Ag., M.H	(.....)
Penguji I	:	Dr. Mat Jalil, M.Hum	(.....)
Penguji II	:	Era Yudistira, M.Ak	(.....)
Sekretaris	:	Aisyah Sunarwan, M.Pd	(.....)

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 19620812 199803 1 001

ABSTRAK

STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK SIMPANAN DI BMT AKU METRO

OLEH

MERIBETH DANY MANAHA
NPM. 1602100151

BMT AKU Metro merupakan lembaga keuangan syariah yang tidak terlepas dari ketatnya persaingan antar lembaga keuangan penyedia modal usaha di daerah Metro. BMT AKU Metro memiliki beberapa produk simpanan dan pembiayaan yang ditawarkan. Langkah-langkah pihak manajemen dalam mengembangkan strategi terhadap produk simpanan BMT AKU yaitu berlandaskan pada prinsip syariah dengan cara menggunakan media informasi dengan menyebar brosur maupun lewat media sosial dan juga dengan menciptakan persepsi dalam pikiran anggota supaya mereka tergantung pada produk atau jasa BMT AKU Metro.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dan mengambil lokasi di BMT AKU Metro, subjek dalam penelitian ini adalah manager, customer service dan nasabah BMT AKU Metro. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Penelitian kualitatif ini menggunakan teknik analisis data secara induktif.

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat peneliti simpulkan bahwa strategi pengembangan produk simpanan yang dilakukan oleh BMT AKU Metro meliputi strategi menghadapi persaingan, strategi produk, strategi daur hidup produk dan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Strategi yang dilakukan BMT AKU Metro dalam melakukan pengembangan produk simpanan yaitu pengoptimalan produk simpanan SIMUDAH yang notabene merupakan produk idola yang ada di BMT AKU Metro karena pengambilan tabungan dapat dilakukan kapan saja. Selain itu mengeluarkan produk baru yaitu simpanan SUSPENSI (Simpanan Khusus Pensiun). Pemberian porsi nisbah bagi hasil yang sangat tinggi yaitu 50% : 50%, sistem simpanan dengan menggunakan akad *Mudharabah* yaitu sistem simpanan yang menggunakan sistem bagi hasil kemudian syarat dan mekanisme yang sangat mudah. Dari keempat strategi tersebut yang paling ditekankan adalah strategi bauran pemasaran pada aspek *promotion* dan *price*.

Kata kunci: Strategi Pengembangan, Produk Simpanan

ORISINILITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Meribeth Dany Manaha
NPM	: 1602100151
Jurusan	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 28 Juni 2021
Yang menyatakan

METERAI TEMPEL
25E9BAJX145380210

Meribeth Dany Manaha
NPM. 1602100151

MOTTO

وَءَاتِ ذَا ٱلْقُرْبَىٰ حَقَّهُۥ وَٱلْمِسْكِينَ وَٱبْنَ ٱلسَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ﴿٢٦﴾ إِنَّ
ٱلْمُبَذِّرِينَ كَانُوٓا۟ إِخْوَٰنَ ٱلشَّيَٰطِينِ ۖ وَكَانَ ٱلشَّيْطَٰنُ لِرَبِّهِۦ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Artinya: *Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya*. (QS. Al-Isra': 26-27)[1]

[1] Al-Qur'an [17]: 26-27

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil 'Alamin

Dengan iringan do'a dan segenap kerendahan serta ketulusan hati tiada henti kupanjatkan rasa syukur kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad S.A.W. Dengan semua kekuranganku akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Dan keberhasilan studi ini saya persembahkan untuk:

1. Untuk Ayah dan Ibu selaku orang tuaku yang senantiasa melimpahkan segala perhatian dan kasih sayangnya yang tak terhingga dan tiada batasnya, yang selalu melantunkan doa untuk keberhasilan dan kesuksesanku. Semoga Allah memberikan rahmat, ampunan dan kesehatannya hingga yaumil akhir. Amiiin.
2. Kakak dan adikku yang telah memberi semangat dan dukungan.
3. Teman-teman dan saudara-saudaraku yang telah membantu dan memotivasiku.
4. Almamater IAIN Metro

Untuk Semuanya saya ucapkan banyak-banyak terimakasih kepada kalian atas semangat dan dukungan kalian tanpa doa kalian *Im its Nothing*.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik dan inayahNya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul : “Strategi Pengembangan Produk Simpanan di BMT AKU Metro”. ini tanpa ada halangan suatu apapun. Rahmat dan salam mudah-mudahan senantiasa Allah tetapkan kepada Nabi Muhammad saw yang telah menghantarkan umatnya kealam yang penuh barokah.

Peneliti menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini tidak akan selesai tanpa ada bantuan dan bimbingan serta dorongan yang peneliti terima. Oleh sebab itu peneliti ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik moral maupun material terutama kepada:

1. Ibu Dra. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag, selaku Rektor IAIN Metro
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak Dliyatul Haq, M.E.I, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah
4. Bapak Nizarudin, S.Ag., M.H selaku pembimbing I dan Ibu Era Yudistira, M.Ak selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
5. Semua dosen yang telah turut membantu dan mendorong penyelesaian peneliti skripsi ini
6. Rekan-rekan seperjuangan yang telah memberikan bantuan dalam penelitian skripsi ini

Akhirnya kritik dan saran yang konstruktif sangat Penulis harapkan demi penyempurnaan skripsi ini, dan Penulis berharap semoga hasil penelitian yang akan dilakukan kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan ekonomi Islam.

Metro, 28 Juli 2021
Peneliti

Meribeth Dany Manaha
NPM. 1602100151

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
HALAMAN JUDUL ..... **ii**
HALAMAN NOTA DINAS ..... **iii**
HALAMAN PERSETUJUAN ..... **iv**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **v**
ABSTRAK ..... **vi**
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN ..... **vii**
HALAMAN MOTTO ..... **viii**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **ix**
KATA PENGANTAR ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **xii**

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Pertanyaan Penelitian 7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian 7
D. Penelitian Relevan 8

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi Pengembangan Produk 11
1. Pengertian Strategi 11
2. Peranan Strategi 12
3. Tahapan Kegiatan Strategi 13
4. Strategi Pengembangan Produk 14
B. *Baitul Maal Wattamwil* (BMT) 23
1. Pengertian *Baitul Maal Wattamwil* (BMT) 23
2. Produk-Produk BMT 24
3. Kegiatan Operasional BMT 26
4. Strategi Pengembangan BMT 28

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian 31
B. Sumber Data..... 32
C. Teknik Pengumpulan Data..... 32
D. Teknik Analisa Data 34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BMT AKU Metro..... 37
1. Sejarah Berdirinya AKU Metro 37
2. Visi dan Misi BMT AKU Metro..... 39
3. Struktur Organisasi BMT AKU Metro 39
4. Produk-Produk BMT AKU Metro 42
B. Strategi pengembangan produk simpanan di BMT AKU Metro 45
C. Pembahasan 53

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 62
B. Saran..... 62

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Pembimbing Sekripsi
2. Surat Izin Pra Survey
3. *Out Line*
4. Alat Pengumpul Data
5. Surat Izin Research
6. Surat Tugas
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Surat Keterangan Uji Kesamaan
9. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
10. Dokumentasi
11. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lahirnya lembaga keuangan syariah termasuk "*Baitul Maal Wattamwil*" yang biasa disebut BMT sesungguhnya dilatarbelakangi oleh pelarangan riba secara tegas dalam Al-Qur'an. Sebagian besar umat Islam yang hati-hati dalam menjalankan perintah dan ajaran agamanya menolak menjalin hubungan bisnis dengan perbankan konvensial yang beroperasi dengan sistem bunga. Realita tersebut merupakan faktor penting yang melatarbelakangi lahirnya lembaga keuangan syariah seperti BMT.[1]

Pada saat ini, tidaklah sulit untuk menemukan *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) baik di pedesaan maupun perkotaan, ditengah lingkungan masyarakat maupun dilingkungan pasar. Bahkan tidak jarang, dalam satu lingkungan terdapat beberapa *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) yang berdampingan. Sebagai sebuah lembaga keuangan syariah yang tengah berkembang, BMT tentunya tidak terlepas dari ketatnya persaingan antar lembaga keuangan yang lainnya. Tidaklah hanya persaingan antar sesama BMT saja, melainkan dengan lembaga keuangan mikro lainnya yang pada saat ini juga mulai tumbuh pesat diberbagai daerah.

Disamping itu, kemajuan teknologi juga menjadi perhatian khusus bagi *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT), dimana belum banyak BMT yang

[1] Friska Mega Puspitasari & Moh. Qudzi Fauzi, "Determinan Niat Pengajuan Pembiayaan *Mudharabah* Pada BMT Nurul Jannah Gresik", dalam *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* Vol. 5 No. 1 Januari 2018, 2

menggunakan kemajuan teknologi untuk meningkatkan pelayanan seperti halnya yang dimiliki Bank Umum Syariah maupun Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Menanggapi persaingan antar lembaga keuangan yang cukup ketat, *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) memerlukan strategi yang matang serta memperhatikan kemajuan teknologi agar unggul dalam persaingan.

Pada dasarnya ujung tombak sebuah *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) adalah pada kinerja *Funding Officer* (FO) atau marketing, karena transaksi di BMT masih banyak mengandalkan interaksi antara *Funding Officer* dan anggota. Terutama pada anggota simpanan, yang notabenya setiap BMT menggunakan layanan antar jemput simpanan dalam transaksinya. Maka dari itu, setiap *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) harus selalu memperhatikan kinerja dari para *Funding Officer* dan merencanakan strategi yang tepat untuk mengembangkan produk simpanan. Setiap *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) memiliki cara yang berbeda-beda dalam mengembangkan produk untuk memenangkan persaingan di pasar. Salah satunya yaitu dengan menggunakan strategi pemasaran.

Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat.[2]

[2] Kasmir, *Manajemen Perbankan,* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015), 193

Pemasaran harus menggunakan kata-kata yang lembut. Seorang pelaku bisnis harus bersikap ramah dalam melakukan pemasaran. Allah berfirman dalam Q.S. al-Nahl [16]: 125 yang berbunyi:

ٱدۡعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِٱلۡحِكۡمَةِ وَٱلۡمَوۡعِظَةِ ٱلۡحَسَنَةِۖ وَجَٰدِلۡهُم بِٱلَّتِي هِيَ أَحۡسَنُۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعۡلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِۦ وَهُوَ أَعۡلَمُ بِٱلۡمُهۡتَدِينَ ١٢٥

Artinya: *Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.* (QS. An-Nahl: 125)[3]

Berdasarkan ayat di atas, seorang pemasar yang memiliki sikap ramah dan lemah lembut akan menimbulkan rasa simpati dan kepercayaan dari para konsumen. Dalam dunia perbankan memberikan layanan terbaik kepada nasabah dapat dilakukan dengan cara *say greeting* (tegur sapa yang sopan dan santun), *say thank's you* (terima kasih), dan *smilling* (senyum ramah), jangan risih dengan mengucapkan *i am sorry* (minta maaf jika salah). Dan jangan pernah mengajak nasabah berdebat walaupun anda benar.[4] Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui strategi pengembangan yang digunakan BMT AKU (Azkiya Khidmatul Ummah) Metro dalam pada produk simpanan.

Adapun alasan peneliti ingin mengetahui perkembangan produk simpanan, dikarenakan produk berupa simpanan yang dihimpun oleh *baitul*

[3] Al-Qur'an [16]: 125

[4] Moh. Toriquddin, "Etika Pemasaran Perspektifal-Qur'an Dan Relevansinya Dalam Perbankan Syari'ah", dalam *de Jure, Jurnal Syariah dan Hukum*, Volume 7 Nomor 2, Desember 2015, 118

tamwil sebagai sumber dana yang kelak akan disalurkan kepada usaha-usaha produktif. Agar usaha *Baitul Tamwil* menjadi berkembang, pengurus harus memiliki kemampuan dan strategi pendaan yang jitu. Prinsip utama yang paling penting adalah bagaimana menimbulkan kepercayan dari masyarakat terhadap Baitul Tamwil.[5]

BMT AKU Metro merupakan lembaga keuangan syariah yang tidak terlepas dari ketatnya persaingan antar lembaga keuangan penyedia modal usaha di daerah Metro. BMT AKU Metro memiliki beberapa produk simpanan dan pembiayaan yang ditawarkan. Adapun produk simpanan di BMT AKU Metro yaitu *Simudah* (Simpanan Mudah), *Simas* (Simpanan Anak Sekolah), *Suqur* (Simpanan Untuk Qurban), *Salimah* (Simpanan Walimah), *Sifitri* (Simpanan Idul Fitri), *Sijaka* (Simpanan Berjangka) dan *Siharum* (Simpanan Haji dan Umrah). Kesemua produk tersebut merupakan produk dari awal berdiri hingga sekarang. Seiring berjalannya waktu BMT AKU Metro menambah produk simpanannya yaitu produk *Suspensi* (Simpanan Untuk Pensiun). Banyaknya produk simpanan yang ditawarkan oleh BMT AKU Metro ini, memberikan pilihan bagi anggota yang hendak menghimpun dananya sesuai dengan kebutuhan, sehingga timbul rasa nyaman dari diri anggota. Selain itu pihak BMT melakukan strategi pengembangan dengan menawarkan produk simpanan secara terus menerus.[6]

---

[5] Ramadhani Alfin Habbibie, "Analisis Yuridis Undang-Undang Nomor 1 tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro terhadap Baitul Tamwil", dalam *Jurnal* Az Zarqa', Vol. 11, No. 2, Desember 2019, hlm. 297

[6] Wawancara dengan Septiyani, selaku Customer Service BMT AKU Metro, 19 Oktober 2020

Langkah-langkah pihak manajemen dalam mengembangkan strategi terhadap produk simpanan BMT AKU yaitu berlandaskan pada prinsip syariah dengan cara menggunakan media informasi dengan menyebar brosur maupun lewat media sosial dan juga dengan menciptakan persepsi dalam pikiran anggota supaya mereka tergantung pada produk atau jasa BMT AKU Metro.

Adapun syarat-syarat untuk menjadi anggota simpanan di BMT AKU Metro yaitu fotocopi KTP, mengisi formulir pendaftaran dan untuk setoran awal Rp. 10.000,- dan biaya administrasi Rp. 1.500,- / bulan. Produk *Simudah* (Simpanan Mudah), *Simas* (Simpanan Anak Sekolah), *Suqur* (Simpanan Untuk Qurban), *Salimah* (Simpanan Walimah), *Sifitri* (Simpanan Idul Fitri), dan *Siharum* (Simpanan Haji dan Umrah) menggunakan akad wadiah, sedangkan pada produk *Sijaka* (Simpanan Berjangka) dan *Suspensi* (Simpanan Untuk Pensiun) menggunakan akad mudharabah.

Alasan anggota menggunakan produk simpanan di BMT AKU Metro diantaranya karena mudah dan praktis, hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa anggota simpanan BMT AKU Metro. Hasil wawancara dengan Bapak Mardiyato yang mengatakan bahwa "warga Metro Utara yang menjadi anggota simpanan *Simudah* di BMT AKU Metro. Alasannya menjadi anggota simpanan karena suka dengan yang syariah, dapat menabung dengan nominal berapapun, mudah mengambil, tempatnya strategis dan ada pembagian hasil".[7] Kemudian ibu Isdisah mengatakan bahwa "warga 15 Polos menjadi anggota simpanan *Simudah.* Adapun alasannya karena mudah

[7] Wawancara dengan bapak Mardiyato, selaku anggota simpanan BMT AKU Metro, 1 Februari 2021

mengambil uangnya untuk modal dagang, dan cocok untuk kalangan pedagang”. [8] Selanjutnya hasil wawancara dengan ibu Dewi yang mengatakan bahwa, “warga Batanghari menjadi anggota simpanan *Simudah.* Alasannya karena praktis dan selalu ada sewaktu-waktu dibutuhkan”. [9]

Adapun perkembangan produk simpanan di BMT AKU Metro dalam tiga tahun terakhir dapat peneliti uraikan dalam bentuk tabel berikut ini:

Tabel 1.1
Perkembangan Simpanan BMT AKU Metro
Tahun 2018-2020

No.	Tahun	Jumlah Anggota	Jumlah Profit Bersih
1.	2018	6101	76.099.163,70
2.	2019	6354	89.252.579,37
3.	2020	6847	74.563.602,66

Berdasarkan data tabel di atas dapat dijelaskan bahwa dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2020 terjadi perkembangan atau peningkatan jumlah anggota simpanan di BMT AKU Metro. Apabila kita melihat jumlah profit yang diterima, maka peningkatan jumlah anggota tidak selalu berdampak kepada peningkatan jumlah profit yang diperoleh, dari tahun 2018 sampai 2019 terjadi peningkatan jumlah profit, sedangkan pada tahun 2020 terjadi penurunan jumlah profit. Hal ini disebabkan karena berbagai hal diantaranya kondisi ekonomi masyarakat yang tidak stabil akibat covid-19, bermunculan isu-isu negatif tentang BMT, seperti banyaknya BMT yang pailit karena penyelewengan dana nasabah sehingga masyarakat enggan menyimpan

[8] Wawancara dengan Ibu Isdisah, selaku anggota simpanan BMT AKU Metro, 1 Februari 2021

[9] Wawancara dengan Ibu Dewi, selaku anggota simpanan BMT AKU Metro, 1 Februari 2021

dananya di BMT. Namun jika dilihat dari tabel tersebut diketahui bahwa BMT AKU Metro dalam tiga tahun terakhir telah berhasil mengembangkan produk simpanan, hal ini terbukti dari peningkatan jumlah anggota produk simpanan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti akan mengkaji lebih mendalam terkait strategi yang dilakukan oleh BMT dalam mengembangkan produk simpanan ditengah krisis ekonomi yang melanda Indonesia dikarenakan merebaknya wabah virus corona, sehingga BMT dapat bertahan dan terus berkembang. Oleh sebab itu mendorong peneliti untuk menyusun penelitian dengan judul "**Strategi Pengembangan Produk Simpanan di BMT AKU Metro**".

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasakan latar belakang masalah tersebut di atas, maka pertanyaan penelitian ini adalah: Bagaimana strategi yang diterapkan BMT AKU Metro dalam mengembangkan produk simpanan ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

   Adapun tujuan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui strategi pengembangan produk simpanan di BMT AKU Metro.

2. Manfaat Penelitian

   Penelitian yang peneliti lakukan diharapkan memberi manfaat sebagai berikut:

a. Secara teoritis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan khasanah keilmuan seputar strategi pemasaran di lembaga keuangan syariah seperti BMT, koperasi maupun perbankan. Serta sebagai sumber informasi yang dapat digunakan untuk referensi penelitian-penelitian berikutnya yang masih berhubungan dengan topik penelitian ini.

b. Secara praktis

1) Sebagai pedoman bagi para praktisi lembaga keuangan syariah dalam strategi pengembangan produk.
2) Dapat digunakan sebagai pertimbangan bagi peneliti berikutnya untuk membuat penelitian yang lebih baik.

D. Penelitian Relevan

Adapun penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan peneliti angkat yaitu sebagai berikut:

Isma Ilmi Hayati Ginting & Ilyda Sudardjat, "Analisis Strategi Pengembangan BMT (*Baitul Maal Wat Tamwil*) Di Kota Medan", Strategi yang diperlukan dalam pengembangan KSPS BMT Amanah Ray adalah a. Mengembangkan pembukuan sesuai dengan sistem syariah dan lebih transparan dengan sistem bagi hasil; b. Memanfaatkan dukungan pemerintah terhadap perbankan syariah dengan meningkatkan jenis-jenis produk syariah; c. Dukungan pemerintah dapat digunakan untuk membenahi sistem teknologi dan informasi yang digunakan untuk semakin memberikan pelayanan yang

baik kepada masyarakat; d. Menjalin kemitraan dengan bank lainnya yang melakukan prinsip syariah, untuk melakukan pelatihan dan pengembangan SDM di BMT Amanah Ray di kota Medan; e. Mengadakan penyuluhan kepada masyarakat tentang sistem syariah di BMT dan juga sistem pembukuan syariah yang dimiliki oleh BMT Amanah Ray untuk membuka wawasan masyarakat tentang BMT Amanah Ray sekaligus mempromosikannya; f. Meningkatkan peran BMT melalui kebijakan pemberian kredit lunak dengan syarat ringan; g. Promosi tentang BMT yang memberlakukan pembukuan syariah; h. Membenahi sarana dan prasana dalam bidang teknologi agar mampu bersaing dengan lembaga lainya.[10]

Indi Masita Lisdawami, & Imron Mawardi, "Pengembangan Produk *Funding* KSPPS BMT Amanah Ummah Jawa Timur", Berdasarkan hasil dari pembahasan sebelumnya dapat dipahami bahwa pada awalnya strategi pengembangan produk KSPPS BMT Amanah Ummah Jawa Timur menggunakan strategi Imitasi karena menyesuaikan dengan apa yang sudah dipahami dan familiar di masyarakat yakni produk-produk simpanan konvensional. Produk yang menggunakan strategi imitasi ini adalah produk simpanan *mudharabah* dan produk simpanan berjangka *mudharabah*.[11]

Parmujianto Parmujianto, "Strategi Pengembangan LKMS-BMT Maslahah Sidogiri Pasuruan (Studi Analisis Pendekatan Interpretatif

---

[10] Isma Ilmi Hayati Ginting & Ilyda Sudardjat, "Analisis Strategi Pengembangan BMT (Baitul Maal Wat Tamwil) Di Kota Medan", dalam *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* Vol. 2 No. 11, 2018

[11] Indi Masita Lisdawami, & Imron Mawardi, "Pengembangan Produk *Funding* KSPPS BMT Amanah Ummah Jawa Timur", dalam *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* Vol. 4 No. 11 November 2017

Struktural Modeling)", Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen pada BMTM bersifat positif pada pemanfaatan produk-produk BMTM. Pemahaman dan sikap positif terhadap produk BMTM didasarkan pada motif kebutuhan hidup sehari-hari dan pengembangan usaha. Upaya BMT Maslahah Sidogiri Pasuruan dalam membangun loyalitas konsumen pada BMT dengan mendekatkan layanan kepada masyarakat, meningkatkan rasio dan kedisiplinan pengawasan dan mengembangkan beberapa produk sesuai kebutuhan masyarakat, maupun penguatan SDM.[12]

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut di atas terdapat kesamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu terkait tentang strategi pengembangan yang dilakukan BMT. Namun terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan peneliti angkat. Pada penelitian yang dilakukan oleh Isma Ilmi Hayati Ginting & Ilyda Sudardjat, membahas strategi pengembangan BMT dalam hal administrasi dan promosi kepada masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh Indi Masita Lisdawami & Imron Mawardi membahas tentang pengembangan produk *funding* yang khusus dengan strategi imitasi pada simpanan *mudharabah* dan simpanan berjangka *mudharabah*. Adapun penelitian yang dilakukan Parmujianto membahas tentang strategi pengembangan BMT dalam hal pemahaman dan sikap positif konsumen pada produk BMT. Sedangkan dalam penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu membahas strategi pengembangan yang dilakukan BMT pada produk simpanan.

[12] Parmujianto Parmujianto, "Strategi Pengembangan LKMS-BMT Maslahah Sidogiri Pasuruan (Studi Analisis Pendekatan Interpretatif Struktural Modeling)", dalam *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal*, Vol. 4, Issue 1, April 2020

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pengembangan Produk

1. Pengertian Strategi

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, Strategi adalah "ilmu siasat perang; siasat perang; akal (tipu muslihat) untuk mencapai maksud tertentu"[1]. Sedangkan menurut Buchari Alma, strategi adalah "suatu rencana yang fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan".[2]

Strategi dapat berupa upaya untuk menyusun target (sasaran), program dan proyek untuk tercapainya tujuan-tujuan serta tugas pokok perencanaan. Strategi disusun berdasarkan premises dan tujuan yang telah ditetapkan.[3]

Keberadaan strategi sangat penting dalam memasarkan produk. sebaik apapun segmentasi, pasar sasaran, dan posisi pasar yang dilakukan tidak akan berjalan jika tidak diikuti dengan strategi yang tepat. Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan suatu perusahaan untuk mencapai suatu tujuan, dan terkadang langkah-langkah yang harus dihadapi terjal dan berliku.

---

[1] Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Ed. 3, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), 1146

[2] Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 199

[3] Veithzal Rivai & Andria Permata Veithzal, *Islamic Financial Management*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 239

"Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Adapun dalam pembahasan organisasi, istilah strategi hampir selalu dikaitkan dengan arah, tujuan, dan penentuan posisi suatu organisasi dengan mempertimbangkan lingkungan sekitarnya".[4]

Berdasarkan strategi yang dikemukakan di atas, dapat dipahami bahwa strategi adalah proses di mana untuk mencapai suatu tujuan dan berorientasi pada masa depan untuk berinteraksi pada suatu persaingan guna mencapai sasaran yang tepat.

2. Peranan Strategi

Beberapa alasan utama tentang pentingnya peranan strategi bagi perusahaan atau organisasi, yaitu:

a. Memberikan arah jangka panjang yang akan dituju
b. Membantu perusahaan atau organisasi menjadi beradaptasi pada perubahan-perubahan yang terjadi
c. Membuat suatu perusahaan atau organisasi menjadi lebih efektif
d. Mengidentifikasi keunggulan komparatif suatu perusahaan atau organisasi dalam lingkungan yang berisiko
e. Aktifitas yang timpang tindih akan dikurangi
f. Keengganan untuk berubah dari karyawan lama dapat dikurangi
g. Keterlibatan karyawan dalam pembuatan strategi akan lebih memotivasi mereka pada tahap pelaksanaannya
h. Kegiatan pembuatan strategi akan mempertinggi kemampuan perusahaan atau organisasi tersebut untuk mencegah munculnya masalah di masa mendatang.[5]

---

[4] Pauji, Nawawi, Hakiem "Strategi Pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Di Bprs Amnah Ummah", dalam *Mahkamah; Jurnal Ekonomi Islam* Bogor:Program Studi Ekonomi Syari'ah FAI-UIKA,, Volume 6, Nomor 2 , September 2015, 384

[5] Mad Saikhu, "*Strategi Pengorganisasian Pondok Pesantren Nurul Khoir Di Wonorejo Rungkut Surabaya". Dalam Skrpsi*, UIN Sunan Ampel Surabaya. 2009, 12

Berdasarkan keterangan tersebut di atas, peranan strategi antara lain memberikan arah jangka panjang, membantu perusahaan, membuat suatu perusahaan, mengidentifikasi keunggulan komparatif, aktivitas yang timpang tindih, keengganan untuk berubah, keterlibatan karyawan, kegiatan pembuatan strategi akan mempertinggi kemampuan perusahaan.

3. Tahapan Kegiatan Strategi

Dengan adanya manajemen strategi diharapkan strategi benar-benar dapat dikelola, sehingga strategi dapat diimplementasikan untuk mewarnai dan mengintegrasikan semua keputusan dan tindakan dalam organisasi. Rincian tahap kegiatan untuk menjalankan strategi adalah sebagai berikut:[6]

a. Perumusan Strategi

Perumusan strategi adalah proses memilih tindakan utama (strategi) untuk mewujudkan misi organisasi. Proses mengambil keputusan untuk menetapkan strategi seolah-olah merupakan konsekuensi mulai dari penetapan visi-misi, sampai terealisasinya program.

b. Perencanaan Tindakan

Langkah pertama untuk mengimplementasikan strategi yang telah ditetapkan adalah pembuat perencanaan strategi. Inti dari apa yang ingin dilakukan pada tahapan ini adalah bagaimana membuat rencana pencapaian (sasaran) dan rencana kegiatan (program dan anggaran) yang benar-benar sesuai dengan arahan (visi, misi, gool) dan strategi yang telah ditetapkan organisasi.

[6] *Ibid.*, 15

c. Implementsi

Untuk menjamin keberhasilan strategi yang telah berhasil dirumuskan harus diwujudkan dalam tindakan implementasi yang cermat. Strategi dan unsur-unsur organisasi yang lain harus sesuai, strategi harus tercermati pada rancangan struktur budaya organisasi, kepemimpinan dan sistem pengelolaan sumber daya manusia.

Berdasarkan keterangan tersebut di atas, yaitu perumusan strategi, perencanaan tindakan, dan implementasi.

4. Strategi Pengembangan Produk

Salah satu strategi dalam pengembangan suatu produk di lembaga keuangan syariah pada khususnya yaitu dengan menerapakan strategi pemasaran yang baik dan benar. Hal ini dikarenakan apabila produk yang dipasarkan berjalan dengan baik dan masyarakat merasakan manfaat dari pemasaran tersebut secara langsung akan mengembangkan suatu produk yang dipasarkan tersebut.

Adapun pengertian Pemasaran Menurut Malayu S.P. Hasibuan, adalah "kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran".[7] Kemudian Menurut Kotler yang dikutip oleh Herry Sutanto dan Khaerul Umam, "marketing (pemasaran) adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya

[7] Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan,* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), 143

individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran (*exchange*)".[8]

Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat.[9]

Dalam pengertian lain, pemasaran syariah adalah "strategi bisnis, yang harus memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai dari seorang produsen, atau satu perusahaan, atau perorangan, yang sesuai dengan ajaran Islam".[10]

Berdasarkan pendapat di atas, dapat dipahami bahwa strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu kewaktu, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Strategi pemasaran bukanlah merupakan sejumlah tindakan khusus, tetapi lebih merupakan pernyataan yang menunjukkan usaha-usaha pokok yang diarahkan untuk mencapai tujuan. Strategi pemasaran terdiri dari unsure-unsur pemasaran yang terpadu yang selalu berkembang, sejalan

---

[8] Herry Sutanto & Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013). 37

[9] Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015), 193

[10] Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 343

dengan gerak perusahaan. Jadi penyusunan strategi pemasaran menyangkut proses interaksi antara kekuatan pemasaran di dalam perusahaan dan keadaan di luar perusahaan.

Strategi mempunyai ruang lingkup yang luas dibidang pemasaran yaitu sebagai berikut:

a. Strategi dalam persaingan

Setiap unit usaha atau bisnis tentu memiliki banyak persaingan oleh karena itu perlu adanya strategi untuk bersaing. Langkah yang harus dilakukan dalam menghadapi pasar yang bersifat monopoli tentu berbeda dengan langkah yang diperlukan untuk pasar yang bersifat oligopoli. Oleh karena itu, dalam persaingan diperlukan kejelasan dan ketegasan langkah yang harus dilaksanakan.[11]

b. Strategi produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kedalam pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.[12] Produk yang ditawarkan oleh bank, baik produk pembiayaan, dana maupun jasa-jasa harus memiliki daya saing yang lebih baik dibandingkan dengan produk bank pesaing. Semakin lengkap produk yang ditawarkan, akan semakin baik sehingga nasabah cukup mendatangi cabang tersebut

[11] Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), 231

[12] Triton, *Marketing Strategic (Meningkatkan Pangsa Pasar dan Daya Saing)*, (Nyutran: Tugu Publisher, 2008), 3

untuk memperoleh berbagai produk dan layanan jasa bank yang dibutuhkan.[13]

c. Strategi daur hidup produk

Daur kehidupan produk merupakan tahap-tahap yang dilalui oleh suatu barang atau jasa sejak ia dimulai diperkenalkan dipasar hingga ia lenyap dari pasar tersebut.[14]

Pengembangan produk adalah suatu usaha yang direncanakan dan dilakukan secara sadar untuk memperbaiki produk yang ada, atau untuk menambah banyaknya ragam produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Pengembangan produk terdiri atas penjualan-penjualan yang bertambah yang diusahakan oleh perusahaan-perusahaan dengan mengembangkan yang diperbaharui untuk pasar-pasarnya yang sekarang.[15] Menurut Ulrich dan Steven pengembangan produk merupakan serangkaian aktivitas yang dimulai dari analisis persepsi dan peluang pasar, kemudian diakhiri dengan tahap produksi, penjualan, dan pengiriman produk.[16]

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat dikatakan bahwa strategi pengembangan produk merupakan sebuah rencana atau langkah-langkah yang dirancang dan digunakan oleh suatu organisasi atau perusahaan untuk mengembangkan produk dan pemasarannya sesuai dengan

---

[13] Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Bank Syariah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), 110

[14] Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*., 231

[15] Mahmudatus Sa'diyah, "Pengembangan Produk-Produk Lembaga Keuangan Mikro Syariah", *Jurnal Equilibrium* 2, No. 1, 2014, 160

[16] Endang Sulistya Rini, "Peran Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan", *Jurnal Ekonom* 16, No. 1, 2013, 31.

kebutuhan konsumen agar produk tersebut bermanfaat, dikenal, dan digunakan oleh konsumen.

Secara umum, ada beberapa tujuan pemasaran bank adalah sebagai berikut:

a. Memaksimumkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.
b. Memaksimumkan kepuasan konsumen melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah.
c. Memaksimumkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
d. Memaksimumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.[17]

Berdasarkan keterangan tersebut dapat dipahami bahwa tujuan pemasaran bank yaitu untuk merangsang konsumen untuk membeli produk/tertarik pada produk bank dan untuk memberikan kepuasan bagi nasabah.

Marketing mix (bauran pemasaran) merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. "ini adalah suatu strategi pemasaran untuk melayani pelanggan dengan cara memuaskannya melalui *product, price, place* dan *promotion* (4P)".[18]

Marketing mix merupakan strategi penjualan suatu barang yang ditekankan pada 4 unsur yang saling menunjang dan berkaitan. Adanya produk dengan mutu baik, disertai dengan adanya promosi agar dikenal konsumen, lalu dijual dengan harga yang kompetetif dan dapat dikirim

[17] Kasmir, *Manajemen Perbankan,*. 197
[18] Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah.*, 359

kekonsumen dalam waktu yang tepat, merupakan kegiatan yang integral dari upaya keberhasilan menjual suatu produk.

Strategi pengembangan produk dapat dilakukan dengan menganalisis bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu sebagai berikut:

a. Produk *(Product)*

Berarti menawarkan produk yang terjamin kualitasnya. Produk yang dijual harus sesuai dengan selera serta memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Berdasarkan keterangan tersebut dapat dipahami bahwa produk merupakan suatu bentuk akad yang akad di BMT yang terdiri dari produk simpanan dan pembiayaan.

b. Harga (*Price*)

Penetapan harga ini tidak mementingkan keinginan pedagang sendiri, tapi juga harus mempertimbangkan kemampuan daya beli masyarakat. Berdasarkan keterangan tersebut dapat dipahami bahwa harga yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu margin atau nisbah bagi hasil antara anggota dan BMT.

c. Lokasi/distribusi (*Place*)

Perusahaan memilih saluran distribusi atau menetapkan tempat untuk kegiatan bisnis. Berdasarkan keterangan tersebut, lokasi sedikit banyak sangat mempengaruhi anggota dalam menentukan pilihannya untuk ikut menjadi anggota suatu BMT.

d. Promosi (*Promotion*)

Banyak pelaku bisnis menggunakan teknik promosi dengan memuji-muji barangnya setinggi langit dan tidak segan-segan mendiskreditkan produk saingan.[19] Berdasarkan keterangan tersebut promosi merupakan upaya yang dilakukan untuk menarik simpati atau minat anggota yang sebelumnya belum menjadi anggota sehingga mau ikut menjadi anggota BMT. Dalam mempromosikan barang dan jasa beberapa hal yang perlu diperhatikan sesuai dengan keterangan di atas yaitu: *Advertensi, Personal selling, Sales promotion* dan *Publicity*.

Segala sesuatu yang direncanakan dan dilakukan tetntu memiliki tujuan tersendiri. Tujuan dari strategi pengembangan produk adalah:

a. Memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah yang terus berubah (dinamis) seiring dengan perkembangan zaman.
b. Menghidupkan kembali pertumbuhan dari simpanan yang sudah lesu.
c. Menandingi penawaran baru dari perusahaan pesaing yang menawarkan produk baru terhadap nasabah.
d. Memanfaatkan teknologi baru.[20]

Selain itu, menurut Buchari Alma tujuan pengembangan produk adalah:

a. Untuk memenuhi keinginan konsumen yang belum puas.
b. Untuk menambah omzet penjualan.
c. Untuk memenangkan persaingan.

---

[19] *Ibid*,. 359-361

[20] M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 80

d. Untuk meningkatkan keuntungan.

e. Untuk mencegah kebosanan konsumen.[21]

Pengembangan produk sangat penting dilakukan karena dengan adanya pengembangan maka nasabah atau anggota akan selalu tertarik untuk menggunakan produk-produk yang ditawarkan khususnya dalam hal ini pada lembaga keuangan.

Prosedur atau tahap-tahap yang perlu dilakukan pada pengembangan produk menurut Glen L. Urban, John R. Hauser dan Nikhilesh Dholakia adalah sebagai berikut:

a. Tujuan dan strategi produk

b. Identifikasi peluang.

c. Desain produk.

d. Pengujian pra produk.

e. Komersialisasi, meliputi kapan waktu peluncurannya, dimana produk akan dipasarkan terlebih dahulu, target pasar potensial yang akan dibidik, anggaran biaya untuk pemasaran produk.[22]

Prosedur pengembangan produk menurut Kotler dan Keller yaitu sebagai berikut:

a. Penciptaan Ide

Proses pengembangan produk baru dimulai dengan pencarian ide.

b. Penyaringan Ide

[21] Mahmudatus Sa'diyah, "Pengembangan Produk-Produk., 161
[22] *Ibid*., 163

Untuk menciptakan sejumlah ide-ide yang baik dan mengesampingkan yang jelek sedini mungkin dan membuang ide yang buruk seawal mungkin.

c. Pengembangan dan Pengujian Konsep

Dalam pengujian konsep mensyaratkan bahwa berbagai konsep produk diuji pada kelompok konsumen sasaran yang tepat.

d. Pengembangan Strategi Pemasaran

Setelah uji konsep berhasil, manajer produk baru akan mengembangkan rencana strategi untuk memperkenalkan produk baru ke pasar.

e. Analisis Bisnis

Manajemen harus mempersiapkan penjualan, biaya, dan proyeksi laba untuk menentukan apakah mereka memuaskan tujuan perusahaan.

f. Pengembangan Produk

g. Pengujian Pasar

h. Tahap Komersialisasi

Memperkenalkan produk baru ke pasar merupakan kegiatan penyelesaian rencana pemasaran, pengkoordinasian kegiatan perkenalan dengan fungsi-fungsi bisnis, pelaksanaan strategi pemasaran serta pengontrolan peluncuran produk.[23]

Setiap kegiatan tentu memiliki prosedur atau tahap yang harus diperhatikan seperti halnya pengembangan produk. Sebelum melakukan

[23] Endang Sulistya Rini, "Peran Pengembangan., 33-34

pengembangan produk, perusahaan harus melakukan beberapa tahap yang telah dijelaskan di atas agar tujuan dari pengembangan produk tercapai dengan baik.

B. *Baitul Maal Wattamwil* (BMT)

1. Pengertian *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT)

Menurut Buchari Alma & Donni Juni Priansa secara konseptual BMT memiliki dua fungsi utama yaitu berkaitan dengan *baitul maal* dan *baitul tamwil*. Yaitu sebagai berikut :

"Secara harfiah, *bait* adalah rumah sedangkan maal maksudnya harta. Kegiatan *baitul maal* menyangkut kegiatan dalam menerima titipan dana *zakat, infaq* dan *shadaqah* serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya. Kedua, terkait dengan *baitul tamwil*, secara harfiah *bait* adalah rumah dan *at-Tamwil* adalah pengembangan harta. *Baitul tamwil* melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kesejahteraan pengusaha mikro dan kecil melalui kegiatan pembiayaan dan menabung (berinvestasi)".[24]

Sedangkan menurut Ahmad Hasan Ridwan *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) merupakan "balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan lembaga *bait al-mal wa al-tamwil,* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan

[24] *Ibid.*, 18

ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya".[25]

Baitul Maal wat Tamwil adalah lembaga keuangan dengan konsep syariah yang lahir sebagai pilihan yang menggabungkan konsep *maal* dan *tamwil* dalam satu kegiatan lembaga. Konsep *maal* lahir dan menjadi bagian dari kehidupan masyarakat muslim dalam hal menghimpun dan menyalurkan dana untuk zakat, infak dan shadaqah (ZIS) secara produktif. Sedangkan konsep *tamwil* lahir untuk kegiatan bisnis produktif yang murni untuk mendapatkan keuntungan dengan sektor masyarakat menengah ke bawah (mikro).[26]

Dari beberapa pengertian di atas dapat dipahami bahwa BMT berarti menggabungkan 2 kegiatan yang beda sifatnya yaitu laba dan nirlaba dalam satu lembaga. Namun, secara operasionalnya BMT tetap merupakan suatu lembaga keuangan yang terpisah.

2. Produk-Produk BMT

Menurut Buchari Alma & Donni Juni Priansa bahwa prinsip-prinsip/produk-produk dalam *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) ada lima yaitu sebagai berikut :

---

[25] Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Watamwil*, (Bandung: Pustaka Setia. 2013), 23

[26] Novita Dewi Masyithoh, "Analisis Normatif Undang-Undang No. 1 Tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro (LKM) atas Status Badan Hukum dan Pengawasan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)", dalam *Economica*: Volume V/Edisi 2/Oktober 2014, 18

a. Prinsip bagi hasil

Prinsip ini maksudnya, ada pembagian hasil dari pemberi pinjaman dengan BMT, yakni dengan konsep *al-Mudharabah, Al-Musyarakah, Al-Muzara'ah,* dan *Al-Musaqah.*

b. Sistem Balas Jasa

Sistem ini merupakan suatu tata cara jual beli yang dalam pelaksanaannya BMT mengangkat *nasabah* sebagai agen yang diberi kuasa melakukan pembeli barang atas nama BMT, dan kemudian bertindak sebagai penjual, dengan menjual barang yang telah dibelinya dengan ditambah *mark up*. Keuntungan BMT nantinya akan dibagi kepada penyedia dana. Sistem balas yang dipakai antara lain berprinsip pada *Ba'al-Murobahah, Ba'as-salam, ba'al-Istishna;* dan *ba'bitstaman ajil.*

c. Sistem *Profit*

Sistem yang sering disebut sebagai pembiayaan kebajikan ini merupakan pelayanan yang bersifat sosial dan non-komersial. Nasabah cukup mengembalikan pokok pinjamannya saja.

d. Akad bersyarikat

Akad bersyarikat adalah kerjasama antara dua pihak atau lebih dan masing-masing pihak mengikutsertakan modal (dalam berbagai bentuk) dengan perjanjian asing pembagian keuntungan/kerugian yang disepakati. Konsep yang digunakan yaitu *al-Musyarakah* dan *al-Mudharabah.*

e. Produk Pembiayaan

Penyediaan uang dan tagihan berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam di antara BMT dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya beserta bagi hasil setelah jangka waktu tertentu. Pembiayaan tersebut yakni Pembiayaan *Al-Murabahah* (MBA); Pembiayaan *Al-Bai' Bitsaman Aji* (BBA); Pembiayaan *al-Mudharaba* (MDA); dan Pembiayaan *al-Musyarakah* (MSA).[27]

Dari penjelaskan di atas dapat peneliti simpulkan bahwa, prinsip-prinsip Baitul Maal Wattamwil ada 5 yaitu: 1). Prinsip bagi hasil, 2). Sistem balas jasa, 3). Sistem profit, 4). Akad bersyarikat, 5). Produk Pembiayaan.

3. Kegiatan Operasional BMT

Berdasarkan fungsi dan jenis dana yang dikelola oleh BMT, maka terdapat dua tugas penting BMT, yakni sebagai berikut :

a. Pengumpulan dana BMT

Pengumpulan dana BMT dilakukan melalui bentuk simpanan tabungan dan *deposito*. Adapun akad yang mendasari berlakunya simpanan terikat atas jangka waktu dan syarat-syarat tertentu dalam penyertaan dan penarikannya, yakni :

1) Simpanan *wadi'ah*, adalah titipan dana yang tiap waktu dapat ditarik pemilik atau anggota dengan mengeluarkan semacam surat

[27] Buchari Alma & Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah.* 18-19

berharga pemindahbukuan atau transfer dan perintah membayar lainnya. Simpanan yang berakad wadiah ada dua macam, yakni *wadhi'ah amanah*, yaitu titipan dana zakat, infak dan shadaqah dan *wadi'ah yadhomanah*, yaitu titipan yang akan mendapat bonus dari pihak bank syari'ah jika bank syari'ah mengalami keuntungan.

2) Simpanan *mudharabah*, adalah simpanan pemilik dana yang penyetoran dan penarikannya dapat dilakukan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati sebelumnya. Simpanan *mudharabah* tidak memberikan bunga tetapi diberikan bagi hasil. Jenis simpanan yang berakad *mudharabah* dapat dikembalikan dalam berbagai variasi simpanan.[28]

Adapun sumber dana *Baitul Mal Wat Tamwil* antara lain berasal dari dana masyarakat simpanan biasa, simpanan berjangka atau *deposito*, serta melalui kerja sama antar institusi. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam penggalangan dana antara lain momentum, prospek usaha, rasa aman, dan profesionalisme.

b. Penyaluran Dana BMT

Terdapat berbagai jenis pembiayaan yang dikembangkan oleh BMT, yang semuanya itu mengacu pada dua jenis akad, yakni akad *tijarah* dan akad *syirkah*. Masing-masing akan diuraikan sebagai berikut :

[28] *Ibid..* 20

1) Akad *tijarah* (jual beli), yakni suatu perjanjian pembiayaan yang disepakati antara BMT dengan anggota dimana BMT menyediakan dananya untuk sebuah investasi dan atau pembelian barang modal dan usaha anggotanya yang kemudian proses pembayarannya dilaukan secara mencicil atau angsuran atau pengembalian dibayarkan pada saat jatuh tempo pengembaliannya.
2) Akad *syirkah* (penyertaan dan bagi hasil)
   a) *Musyarakah;* Penyertaan BMT sebagai pemilik modal dalam suatu usaha yang mana antara resiko dan keuntungan ditanggung bersama secara simbang dengan porsi penyertaan.
   b) *Mudharabah*; suatu perjanjian pembiayaan antara BMT dengan anggota dimana BMT menyediakan dana untuk penyediaan modal kerja sedangkan peminjam berupaya mengelola dana tersebut untuk pengembangan usahanya.[29]

Dari kutipan tersebut berarti dalam penggalan dana BMT disalurkan untuk sektor perdagangan, industri rumah tangga, pertanian, peternakan, perikanan, konveksi, kontruksi, percetakan dan jasa. Sedangkan pola angsuran dapat berdasarkan pada angsuran harian, mingguan, dua mingguan, bulanan, serta pada saat jatuh tempo.

4. Strategi Pengembangan BMT

Strategi dalam mengembangkan produk BMT adalah sebagai berikut:

[29] *Ibid.,* 20-21

a. Meluruskan niat

Langkah pertama yang harus dilalui pengelola BMT sebelum memasarkan produknya adalah dengan meluruskan niat karena niat merupakan cermin perbuatan seseorang.[30] Dalam mengelola suatu usaha baik perusahaan barang atau jasa, tentu harus meluruskan niat pada saat membangun usahanya, hal ini dikarenakan dengan niat yang lurus maka tindakan yang dilakukan juga akan terarah.

b. Memperhatikan ulama

Hal yang perlu diperhatikan BMT dalam memasarkan produknya adalah mengunjungi ulama dengan menjelaskan bahwa pengelolaan BMT mengikuti prinsip-prinsip syariah. Sesekali mengajak mereka untuk mengunjungi BMT serta memperhaikan praktik pengelolaan dan program-programnya. Selain itu, perlu juga menjalin kerjasama dengan lembaga atau organisasi sosial keagamaan yang berada di bawah pengaruh (naungan) ulama.[31]

Sebagai lembaga keuangan syariah, BMT juga harus memperhatikan ulama untuk mengawasi kegiatan yang dilakukan BMT agar tidak melanggar prinsip-prinsip syariah. Ulama juga dapat mengetahui kegiatan operasional yang dilakukan oleh BMT memang menggunakan prinsip-prinsip ekonomi syariah.

---

[30] Nurul Huda. *et.al. Baitul Mal Wa Tamwil: Sebuah Tinjauan Teoritis*, (Jakarta: Amzah, 2016), 200

[31] *Ibid.*, 201

c. Memperluas jaringan kerjasama

Langkah berikutnya adalah memperluas jaringan kerjasama yang saling menguntungkan sepanjang tidak mengingkari prinsip-prinsip syariah. Kerjasama ini dilakukan agar BMT semakin kukuh di masyarakat karena mengalirnya dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak.[32]

Memperluas jaringan kerjasama juga sangat penting untuk dilakukan agar BMT semakin berkembang dan banyak dikenal oleh masyarakat. Jaringan kerjasama juga dapat digunakan sebagai pengauat keberadaan BMT karena adanya dukungan dari berbagai pihak mitra kerjasama yang telah dibangun.

d. Menjemput bola

Salah satu cara efektif yang dapat dilakukan untuk mencapai target pemasaran adalah dengan melakukan pendekatan "menjemput bola". Pendekatan ini dilakukan dengan cara mendekati calon anggota. Petugas BMT leluasa menjelaskan kepada calon anggota mengenai konsep keuangan syariah, sistem, dan prosedur operasional BMT.[33]

Teknik menjemput bola merupakan salah satu cara atau strategi pemasaran yang digunakan BMT dalam memasarkan produk-produk yang ditawarkan BMT. Teknik menjemput bola ini dirasa sangat efisien dalam menarik minat anggota karena anggota lebih mudah untuk melakukan transaksi tanpa harus datang ke kantor BMT.

[32] *Ibid.*, 201
[33] *Ibid.*, 202

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dilihat dari jenisnya penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu "metode untuk menemukan secara spesifik dan realis tentang apa yang sedang terjadi pada suatu saat ditengah-tengah kehidupan masyarakat".[1] Adapun penelitian ini dilakukan di BMT AKU (Adzkiya Khidmatul Ummah) Metro.

2. Sifat Penelitian

Sifat Penelitian ini yaitu penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post-positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive*, teknik pengumpulan dengan tri-anggulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.[2]

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang strategi pengembangan produk simpanan di BMT AKU Metro.

---

[1] Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), 28.

[2] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitaif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfbeta 2011), 9

B. Sumber Data

1. Sumber Primer

"Data dapat diperoleh langsung dari lapangan termasuk laboratorium ini disebut sumber primer".[3] Dalam penelitian ini yang termasuk data primer adalah data yang diperoleh dengan melakukan wawancara dengan pihak terkait yaitu yang terdiri dari Manajer dan Customer Service BMT AKU Metro.

2. Sumber Sekunder

"Sumber dari bahan bacaan disebut sumber sekunder".[4] Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua. Dapat dikatakan bahwa data sekunder yaitu data jadi atau data yang telah jadi. Dalam penelitian ini data sekundernya adalah data-data yang berkaitan dengan penelitian yang berasal dari berbagai sumber (seperti buku, jurnal, dan sebagainya).[5] Jadi data sekunder dalam penelitian ini yaitu buku terkait tentang judul penelitian yaitu terkait dengan strategi pengembangan produk simpanan di Lembaga Keuangan Syariah.

C. Teknik Pengumpulan Data

Untuk dapat memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian inipeneliti menggunakan beberapa metode, yaitu : wawancara (*Interview*) dan Dokumentasi.

---

[3] Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2006), 143

[4] *Ibid*., 143

[5] Rahayu Marini Hakim, Ahmad Fatoni, "Pengaruh Terpaan Media Sosial Youtube Dan Interaksi Antarsosial Terhadap Perilaku Imitasi Remaja Putri (Studi Kasus Video Clip Blackpink-*Ddu Du Ddu Du*)", dalam *Jurnal SCRIPTURA*, Vol. 10, No. 1, Juli 2020,. 17-18

1. **Wawancara**

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan yang disampaikan.[6] Dalam hal ini peneliti menggunakan wawancara terstruktur yaitu wawancara yang pertanyaanya sudah disiapkan karena sudah dirancang, data atau informasi apa yang dibutuhkan. Adapun pihak yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah:

a. Ibu Titin Nurmalasari, S.Pd.I, selaku Manajer BMT AKU Metro, untuk menggali informasi terkait tentang profil dan perkembangan BMT AKU Metro.
b. Ibu Septiani, selaku Customer Service BMT AKU Metro, untuk menggali informasi terkait produk dan keunggulan-keunggulan produk simpanan BMT AKU Metro.
c. Anggota Simpanan BMT AKU Metro, untuk menggali informasi tentang tanggapan anggota terkait produk simpanan di BMT AKU Metro. Adapun anggota simpanan yang akan diwawancara yaitu Bapak Sulistyo, Ibu Kamsiati, dan Ibu Siti Nurjanah.

2. **Dokumentasi**

Menurut Sukardi, dengan menggunakan metode dokumentasi "peneliti dimungkinkan memperoleh informasi dari bermacam-macam

[6] Cholid Narbuko, Abu Ahmadi. *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008)., 83

sumber tertulis atau dokumen yang ada pada responden atau tempat, dimana responden bertempat tinggal atau melakukan kegiatan sehari-harinya."[7]

Metode dokumentasi ini digunakan untuk memperoleh data tentang sejarah singkat berdirinya BMT AKU Metro, visi dan misi, produk-produk, data karyawan serta struktur organisasi.

D. Teknik Analisa Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif adalah "menggambarkan data yang ada guna memperoleh bentuk nyata dari responden, sehingga lebih mudah dimengerti peneliti atau orang lain yang tertarik dengan hasil penelitian yang dilakukan."[8]

Berdasarkan keterangan tersebut bahwa penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif yaitu suatu prosedur penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku yang dapat diamati. "data deskriptif sering hanya dianalisis menurut isinya, dan karena itu analisis macam ini juga disebut analisis isi (*content analysis*)".[9]

Adapun untuk analisis datanya dengan metode induktif. Metode induktif, yaitu metode yang membahas masalah khusus menuju ke arah kesimpulan yang bersifat umum. Berfikir induktif berangkat dari fakta yang

---

[7] Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 81

[8] Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 86

[9] Sumadi Suryabrata, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015), 40

konkrit kemudian ditarik dan digeneralisasikan sesuai dengan sifat umum.[10] Pada metode induktif, data dikaji melalui proses yang berlangsung dari fakta yaitu tentang strategi pengembangan produk simpanan di BMT AKU Metro.

Tahapan dalam analisa data ini adalah sebagai berikut:

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

   Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.[11]

   Reduksi data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu mengumpulkan data dan menerapkan data yang memfokuskan pada hal-hal yang berhubungan dengan wilayah penelitian dan menghapus data yang tidak berpola, baik dari hasil pengamatan, observasi, dan dokumentasi. Reduksi data berlangsung selama proses penelitian sampai tersusunnya laporan akhir.

2. *Data Display* (Penyajian data)

   Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data

[10] Sutrisno Hadi, *Metodelogi Reasearch*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004),. 42

[11] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitaif, Kualitatif, dan R & D,* (Bandung: Alfbeta 2011), 247

terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami.[12]

Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami.

3. *Conclusion Drawing/Verification*

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan yang berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. [13]

Langkah terakhir yaitu penyusunan kesimpulan, terkait hasil pengumpulan data yang telah dilakukan dan dilakukan analisis data sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan yang pasti.

[12] *Ibid.*, 249
[13] *Ibid.*, 252

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BMT AKU Metro

1. Sejarah Berdirinya AKU Metro

Koperasi Simpan Pinjam ean Pembiayaan Syariah (KSPPS) Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Adzkiya Khidamtul Ummah yang disingkat KSPPS BMT AKU berdiri pada tanggal 06 Mei 2012. Melalui rapat pendiri dengan jumlah pendiri 46 orang dan dihadiri oleh 32 orang pendiri.

Awal mula didirikan koperasi ini bernama Koperasi Serba Usaha (KSU) Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Adzkiya Metro / KSU BMT Adzkiya Metro. Setelah beroperasi selama satu bulan, tepatnya tanggal 05 Juni 2012 KSU BMT Adzkiya Metro telah berdiri secara legal melalui SK Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia dengan badan Hukum Nomor : 03/BH/X/III.11/VI/2012.

Setelah diterbitkannya peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia yang mewajibkan penyamaan badan hukum koperasi berbasis syariah menjadi Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) dan merubah koperasi menjadi tiga suku kata, maka KSU BMT Adzkiya Metro sebagai lembaga yang taat pada hukum tepat pada tanggal 11 Maret 2016, secara resmi berubah nama dan badan hukum menjadi Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiyaan Syariah Baitul Maal Wa Tamwil Adzkiya Khidmatul Ummah / KSPPS BMT AKU

dengan legalitas badan hukum Perubahan Anggaran Dasar nomor : 184/BH/PAD/X/III.11/III/2016.

KSPPS BMT AKU didirikan atas inisiasi 7 mahasiswa dengan spesifikasi keilmuan Ekonomi Syariah dan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro yang saat ini menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, dan didukung oleh pemerintah daerah, dosen, guru, pengusaha, tokoh pemuda dan masyarakat.

BMT ini didirikan sebagai alternatif dan solusi bagi masyarakat yang terjebak pada sistem ribawi (bunga) agar beralih pada sistem ekonomi berkeadilan dengan bagi hasil sesuai syariah, serta pemberdayaan dan pengembangan Unit Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) pada sektor riil dunia usaha sebagai bagian dari dakwah ekonomi syariah. Sebagai mediator unit surplus dan unit deficit financial sehinggal sirkulasi keuangan dalam masyarakat teratur, terjaga dan saling mendapatkan manfaat sau dengan lainnya dengan kaidah-kaidah syariah.

KSPPS BMT AKU dengan spirit “Mudah, Berkah dan Maslahah” alhamdulillah sudah mendapat kepercayaan dari masyarakt dan berbagai pihak. Umumnya masyarakat tidak saja merasa puas secara muamalah, namun juga merasa puas secara batiniyah dengan pelayanan dan produk-produk yang kami berikan dengan menggunakan sistem non ribawi. Hal ini dibuktikan dengan semakin meningkatnya jumlah anggota penyimpan dan pembiayaan yang memberikan kepercayaannya kepada KSPPS BMT AKU. Semoga dengan semakin berkembangknya KSPPS BMT AKU

kepercayaan masyarakat yang besar ini dapat senantiasa kami jaga dengan baik dan optimal.[1]

2. Visi dan Misi BMT AKU Metro

a. Visi

"Menjadi Lembaga Keuangan Syari'ah yang Unggul dan Islami"

b. Misi

1) Memberikan Pelayanan yang Terbaik / Service Excelent
2) Meningkatkan SDI yang Unggul, Professional dan Islami
3) Menjalankan kegiatan usaha terstruktur dan transparan
4) Melaksanakan program pendampingan kepada mitra BMT
5) Memperkuat permodalan, IT dan memperluas pasar
6) Memperkuat kelembagaan dan memperluas jaringan kerja
7) Memlaksanakan pelatihan SDI secara berkala dan sistematis
8) Memberdayakan zakat, infak dan shadakah secara efektif dan sistematis. [2]

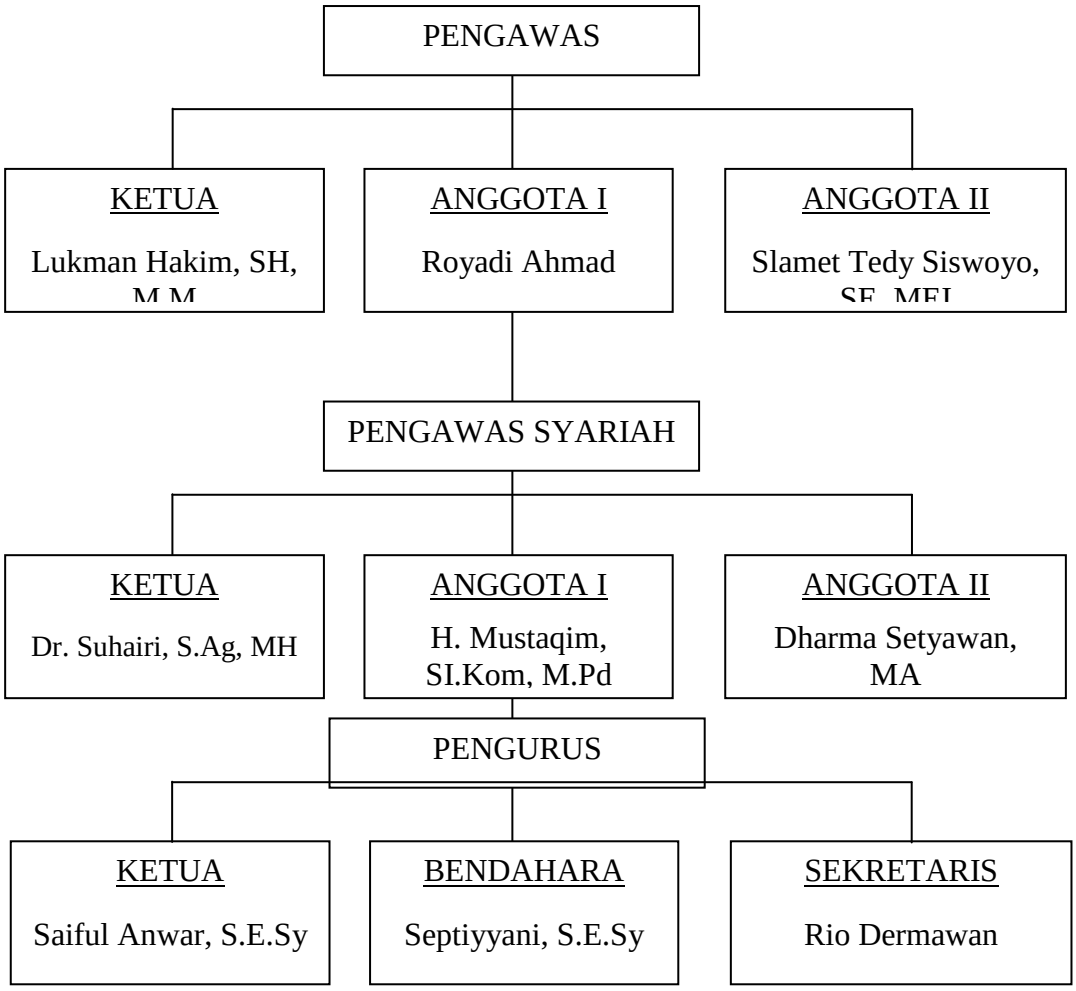
3. Struktur Organisasi BMT AKU Metro

Bagan Struktur Organisasi Koperasi menggambarkan susunan, isi dan luas cakupan organisasi koperasi, serta menjelaskan posisi dari pada fungsi beserta tugas maupun kewajiban setiap fungsi, hubungan kerja dan

[1] Dokumentasi dari BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU), 26 April 2021
[2] Dokumentasi dari BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU), 26 April 2021

tanggung jawab yang jelas. Berikut ini adalah struktur organisasi BMT Azkiya Khidmatul Ummah (AKU) Metro, yaitu: [3]

Gambar 4.1
Struktur Organisasi BMT AKU Metro



Pengurus koperasi merupakan orang-orang yang dipilih untuk masa jabatan paling lama lima tahun sesuai dengan anggaran koperasi. Sepertiga anggota pengurus koperasi dapat dipilih dari orang-orang yang bukan anggota koperasi, sedangkan sisanya sebesar dua pertiga adalah harus

[3] Dokumentasi dari BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU), 26 April 2021

benar-benar berasal dari anggota koprasi. Pengurus koprasi bertanggung jawab langsung kepada rapat anggota. Tugas dan kewajiban pengurus koperasi adalah memimpin organisasi dan usaha koperasi serta mewakilinya di muka dan di luar pengadilan sesuai dengan keputusan-keputusan rapat anggota.

a. Ketua

Tugas dan Tanggung Jawab :

1) Mengendalikan seluruh kegiatan koperasi
2) Memimpin, mengkoordinir, dan mengontrol jalannya aktifitas koperasi dan bagian-bagian yang ada di dalamnya
3) Menerima laporan atas kegiatan yang dikerjaan masing-masing
4) Menandatangani surat penting
5) Memipmin rapat anggota tahunan dan melaporkan laporan pertanggung jawaban akhir tahun pada anggota
6) Megambil keputusan atas hal-hal yang dianggap penting bagi kelancaran kegiatan koperasi

b. Bendahara

Tugas dan Tanggung Jawab :

1) Merencanakan anggaran belanja dan pendapatan koperasi
2) Memelihara semua harta kekayaan koperasi
3) Membukukan transaksi ke Supplier > Rp 1 Juta
4) Pengisian saldo
5) Melakukan Cash Opname yang ada di kasir

c. Sekretaris

Tugas dan Tanggung Jawab :

1) Membantu Ketua dalam melaksanakan kerja
2) Menyelenggarakan kegiatan surat menyurat dan ketatausahaan koperasi
3) Mencatat tentang kemajuan dan kelemahan yang terjadi pada koperasi
4) Menyampaikan hal-hal yang penting pada ketua
5) Membuat pendataan koperasi.

4. Produk-Produk BMT AKU Metro

Adapun produk yang ada di BMT AKU Metro dibagi menjadi dua jenis yaitu produk simpanan dan produk pembiayaan. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

a. Produk Simpanan

1) Simpanan Mudah (SIMUDAH)

Simpanan ini dapat ditambah dan diambil kapan saja sesuai kebutuhan anggota atau mitra BMT, Rekening simpanan atas nama perorangan (lembaga), Setoran awal minimal Rp.10.000,- selanjutnya minimal Rp.5.000,-, simpanan ini menggunakan akad *Wadiah Yadhomanah*. Bagi hasil dihitung atas saldo rata-rataharian dan diberikan per bulan. Saldo minimal yang harus disisakan sebagai administrasi Rp. 10.000, sangat cocok untuk semua kalangan, khususnya bagi pengusaha, pedagang pasar, warung,

toko dan lain-lain. adapun nisbah bagi hasil SIMUDAH adalah 20:80.

2) Simpanan Anak Sekolah (SIMAS)

Produk ini khusus untuk anak sekolah dan lembaga pendidikan, setoran awal Rp.10.000,- bagi hasil dihitung atas saldo rata-rata harian dan diberikan setiap bulan dengan porsi bagi hasil 25 : 75, simpanan ini bisa digunakan oleh anggota perorangan atau lembaga pendidikan (sekolah / kampus) dalam rangka melahirkan generasi unggul dalam segala bidang.

3) Simpanan Untuk Qurban (SUQUR)

Semua orang bisa berqurban, setoran awal minimal Rp. 50.000,- dan selanjutnya Rp.10.000,-, setoran dapat langsung ke BMT/ dapat diambil petugas, dapat bekerjasama secara kolektif dengan kelompok masjid atau secara pribadi, saldo SUQUR mendapat bagi hasil yang dihitung atas saldo rata-rata harian dan diberikan setiap bulan dengan porsi bagi hasil 30 : 70.

4) Simpanan Walimah (SALIMAH)

Simpanan ini diperuntukan untuk para pemuda/i (mahasiswa/i) untuk persiapan *walimah 'ursy* (pernikahan), juga pas untuk persiapan *walimah* (pesta) lain. Setoran awal minimal Rp. 10.000,-, simpanan hanya dapat diambil menjelang *walimah*, bagi hasil dihitung atas saldo rata-rata harian dan diberikan setiap bulan dengan porsi bagi hasil 30 : 70.

5) Simpanan Idul Fitri (SIFITRI)

Simpanan Idul Fitri menggunakan akad *wadi'ah*. Setoran awal untuk membuka rekening SIFITRI sebesar Rp. 10.000. Simpanan Idul Fitri dengan saldo minimal Rp. 1.000.000 mendapatkan paket Idul Fitri (berlaku kelipatannya). Waktu pengambilan simpanan SIFITRI dibuka mulai 1 sya'ban sampai dengan 27 Ramadhan setiap tahunnya.

6) Simpanan Haji dan Umrah (SIHARUM)

Simpanan ini dapat dibuka dengan setoran awal Rp. 50.000,- selanjutnya setoran sesuai kemampuan dan waktu keberangkatan direncanakan sendiri-sendiri, bagi hasil dihitung atas saldo rata-rata harian dan diberikan setiap bulan dengan pemberian paket yang diberikan oleh pihak BMT kepada anggota, BMT berfungsi sebagai tempat menitipkan dana simpanan.

7) Simpanan Berjangka (SIJAKA)

Simpanan berjangka yang dikelola berdasarkan prinsip *Mudharabah*. Simpanan ini hanya dapat diambil dan ditambah pada jangka waktu tertentu, saldo minimal Rp. 1.000.000,-, bagi hasil yang sangat kompetitif.

8) Simpanan Untuk Pensiunan (SUSPENSI)

Simpanan ini menggunakan akad *mudharabah*, setoran yang dilakukan di awal dengan besaran Rp. 200.000, dan

selanjutnya minimal Rp. 100.000. adapun porsi bagi hasilnya adalah 50 : 50. [4]

b. Produk Pembiayaan

Syarat dalam melakukan pembiayaan anggota yang memiliki usaha adalah melengkapi berkas-berkas (KTP, kartu keluarga, buku nikah, agunan, foto, rekening listrik dan bersedia dikunjungi petugas survey). Adapun produk pembiayaan yang ada di BMT AKU Metro adalah:

1) Murabahah (jual beli)
2) Musyarakah (kerjasama)
3) Ijarah multi jasa
4) Wakalah (perwakilan)
5) Hawalah (talangan atau transfer)
6) Qardhul hasan. [5]

B. Strategi pengembangan produk simpanan di BMT AKU Metro

Berdasarkan hasil wawancara dengan manager BMT AKU Metro yaitu data nasabah pada tahun 2020 berjumlah 8241 nasabah.[6] Produk simpanan di BMT AKU Metro dapat dikatakan dapat meningkat setiap tahunnya, hal ini dapat diketahui berdasarkan data simpanan di BMT AKU Metro selama tiga tahun terakhir, untuk lebih jelasnya peneliti akan tampilkan data nasabah selama tiga tahun terakhir yaitu:

[4] Dokumentasi dari BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU), 26 April 2021
[5] Dokumentasi dari BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU), 26 April 2021
[6] Wawancara dengan Ibu Titin Nurmalasari, S.Pd.I, (Manajer BMT AKU Metro), 26 April 2021

Tabel 4.1
Data Jumlah Anggota Produk Simpanan[7]

No.	Tahun	Anggota Simpanan
1.	2018	6101
2.	2019	6384
3.	2020	6847

Adapun strategi produk simpanan yang diterapkan oleh BMT AKU Metro agar terkesan lebih menarik bagi nasabah ataupun bagi calon nasabah yaitu memilih nama-nama produk simpanan yang menarik dan unik sehingga mudah diingat dan memunculkan rasa penasaran bagi para nasabah diantaranya SIMUDAH, SIMAS, SUQUR, SALIMAH, SIFITRI, SIHARUM, SIJAKA dan SUSPENSI. Selain itu BMT AKU Metro juga menerapkan strategi jemput bola sehingga nasabah tidak perlu datang langsung ke kantor untuk menabung atau mengambil tabungan, cukup dengan menghubungi karyawan BMT AKU Metro, maka uang tabungan akan dijemput atau diantar langsung ke tempat nasabah. [8]

Produk simpanan yang ada di BMT AKU Metro meliputi simpanan dengan akad *mudharabah*, ada juga simpanan yang bisa diambil sewaktu-waktu dengan menggunakan akad wadiah, dan ada juga deposito. Kelebihannya kalau simpanan *wadiah* itu bisa diambil sewaktu-waktu tetapi

[7] Wawancara dengan Ibu Septiani, (Customer Service BMT AKU Metro), 26 April 2021
[8] Wawancara dengan Ibu Titin Nurmalasari, S.Pd.I, (Manajer BMT AKU Metro), 26 April 2021

bonusnya lebih sedikit karena sistemnya adalah bonus bukan bagi hasil, kalau deposito itu berjangka waktu tidak bisa diambil jika belum jatuh tempo misalkan 3 bulan, 6 bulan atau 1 tahun. Jadi dana yang didepositokan tersebut dapat digunakan sebagai pembiayaan sehingga dari hasil keuntungannya diberikan nisbah bagi hasil yang lebih tinggi kepada anggota daripada simpanan wadiah, kalau simpanan mudharabah hampir sama seperti deposito tidak bisa diambil sewaktu-waktu, nisbah bagi hasilnya juga lebih besar dari simpanan wadiah dan peruntukannya sesuai dengan masing-masing produk simpanan yang ada di BMT AKU Metro.[9]

Nisbah bagi hasil produk simpanan di BMT AKU Metro dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:[10]

Tabel 4.2
Nisbah Bagi Hasil Produk Simpanan di BMT AKU Metro[11]

No	Nama Produk	Akad	Nibah Bagi Hasil
1.	Simpanan SIMUDAH	*Wadiah*	20% : 80%
2.	Simpanan SIMAS	*Mudharabah*	25% : 75%
3.	Simpanan SUQUR	*Mudharabah*	30% : 70%
4.	Simpanan SALIMAH	*Mudharabah*	30% : 70%
5.	Simpanan SIFITRI	*Wadiah*	Paket Lebaran
6.	Simpanan SIHARUM	*Wadiah*	Paket Perlengkapan Haji dan Umroh

[9] Wawancara dengan Ibu Titin Nurmalasari, S.Pd.I, (Manajer BMT AKU Metro), 26 April 2021
[10] Wawancara dengan Ibu Septiani, (Customer Service BMT AKU Metro), 26 April 2021
[11] Wawancara dengan Ibu Septiani, (Customer Service BMT AKU Metro), 26 April 2021

7.	Simpanan SIJAKA	*Mudharabah*	3 bulan 30% : 70% 6 bulan 40% : 60% 12 bulan 50% : 50% 24 bulan 60% : 40%
8.	Simpanan SUSPENSI	*Mudharabah*	50% : 50%

Biaya administrasi yang dibayarkan untuk menjadi anggota BMT AKU Metro cukup bersaing yaitu Rp. 210.000,- biaya ini sangat kompetitif di kalangan BMT. Lokasi BMT AKU Metro ini cukup strategis karena ada di Kelurahan Tejo Agung Kec. Metro Timur Kota Metro dan juga dekat pasar Tejo Agung yang menjadi pusat kegiatan perekonomian masyarakat tentunya.[12]

Promosi dilakukan dengan memasarkan langsung kepada masyarakat, pedagang di pasar, terkadang dikelompok pengajian dan pelajar yang ada di Kecamatan Metro Timur. Media khusus yang digunakan berupa brosur, sosial media berupa Facebook, Istagram, Twitter dan Whattsapp, selain itu kami menawarkan produk itu secara langsung dari mulut kemulut. Strategi yang dilakukan yaitu promosi melalui *personal selling* jadi marketing menawarkan langsung kepada masyarakat untuk menjadi anggota BMT AKU Metro. Target anggota simpanan di BMT AKU Metro yaitu pedagang pasar, pelajar dan masyarakat khususnya di lingkungan Kota Metro. Respon masyarakat dulu

[12] Wawancara dengan Ibu Septiani, (Customer Service BMT AKU Metro), 26 April 2021

sangat antusias sekali untuk menabung ada juga yang mengajukan pembiayaan. [13]

Kemudian manager BMT AKU Metro yang mengatakan bahwa pemilihan lokasi BMT berdasarkan pengamatan yang dilakukan sebelumnya dengan memperhatikan berbagai aspek diantaranya dari segi keramaian serta akses jalan selain itu dekan dengan pusat dengan perekonomian yang ada di Kota Metro. Dengan lokasi BMT AKU Metro yang berada di Kelurahan Tejo Agung Kec. Metro Timur Kota Metro sudah dianggat sangat strategis sebagai tempat berdirinya sebuah BMT. Namun tidak sedikit pula dari nasabah yang terkendala dengan lokasi BMT namun kebanyakan terkendala karena waktu yang tidak bisa untuk datang langsung ke BMT, namun pihak BMT mengatasi kendala tersebut dengan cara jemput bola, jadi nasabah tidak perlu datang ke kantor namun pihak karyawan BMT yang akan menemui pihak nasabah.[14]

Adapun kelebihan dari tiap-tiap produk simpanan yang ada di BMT AKU Metro adalah sebagai berikut:

1. SIMUDAH memiliki kelebihan yaitu kapan saja jika diperlukan bisa diambil dan biaya setoran awal ringan hanya Rp. 10.000
2. SIMAS memiliki kelebihan yaitu ada dana beasiswa dalam program Bina Sekolah Anak dan biaya awal cicilan ringan yaitu Rp. 10.000

[13] Wawancara dengan Ibu Titin Nurmalasari, S.Pd.I, (Manajer BMT AKU Metro), 26 April 2021

[14] Wawancara dengan Ibu Titin Nurmalasari, S.Pd.I, (Manajer BMT AKU Metro), 26 April 2021

3. SUQUR memiliki kelebihan yaitu bisa kerjasama dengan kelompok/masjid atau secara pribadi dengan setoran awal yang sangat ringan yaitu Rp. 50.000
4. SALIMAH memiliki kelebihan yaitu sebagai tabungan untuk persiapan walimat ursy dan juga walimatul khitan setoran awal hanya Rp. 10.000
5. SIFITRI memiliki kelebihan yaitu sebagai tabungan untuk persiapan lebaran berupa paket lebaran.
6. SIJAKA memiliki kelebihan yaitu memiliki sistem perpanjangan otomatis/ARO dan dapat dijadikan jaminan pembiayaan.
7. SIHARUM memiliki kelebihan yaitu dapat membantu anggota dalam menyiapkan program haji dan umroh.
8. SUSPENSI memiliki kelebihan yaitu Pemberian porsi nisbah bagi hasil yang sangat tinggi yaitu 50% : 50%. Adapun setoran awalnya yaitu Rp. 200.000. [15]

Strategi yang dilakukan BMT AKU Metro dalam melakukan pengembangan produk simpanan adalah dengan mengeluarkan produk baru yaitu simpanan SUSPENSI (Simpanan Khusus Pensiun). Pemberian porsi nisbah bagi hasil yang sangat tinggi yaitu 50% : 50%, sistem simpanan dengan menggunakan akad *Mudharabah* yaitu sistem simpanan yang menggunakan sistem bagi hasil kemudian syarat dan mekanisme yang sangat mudah. Sampai sekarang sistem di simpanan SUSPENSI itu masih ada, masih jalan tapi untuk menawarkan keanggota itu yang sulit dan tidak ada yang mau saat ini karena

[15] Wawancara dengan Ibu Titin Nurmalasari, S.Pd.I, (Manajer BMT AKU Metro), 26 April 2021

kasusnya sudah banyak sehingga ini kita merasakan imbasnya. dan perputarannya juga sulit. Daur hidup produk simpanan selama BMT AKU Metro berdiri dimulai dari awal pendirian BMT sampai dengan nanti. [16]

Strategi pengembangan usaha untuk saat ini tidak dilakukan karena saat ini BMT berusaha untuk mempertahankan produk yang sudah ada. Dalam persaingan usaha, strategi yang dilakukan oleh BMT AKU Metro yaitu: mempertahankan kepercayaan anggota terutama di Kota Metro, tidak ada penyelewengan wewenang atau penyelewengan dana serta meningkatkan kualitas pelayanan kepada anggota.[17]

Adapun persyaratan pengajuan menjadi anggota produk simpanan di BMT AKU Metro sangat mudah yaitu hanya dengan melengkapi beberapa persyaratan sebagai berikut: mengisi formulir pendaftaran, fotocopi KTP/SIM, fotocopi KTM (untuk pelajar) dan menyerahkan setoran pertama. [18]

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sulistyo, anggota simpanan SIMUDAH selama 2 tahun di BMT AKU Metro yang mengatakan bahwa tertarik menjadi anggota BMT AKU Metro karena lokasinya dekat, banyak warga Tejo Agung dan Batanghari juga menabung atau meminjam dana di BMT AKU Metro. Bagi hasil yang diterima oleh anggota cukup sesuai dengan uang yang disimpan. Lokasinya juga strategis karena dekat pasar, ramai, dan pedagang-pedagang banyak yang ikut menabung. Sedangkan menurut beliau yang membuat tertarik menabung di BMT AKU Metro adalah

[16] Wawancara dengan Ibu Titin Nurmalasari, S.Pd.I, (Manajer BMT AKU Metro), 26 April 2021

[17] Wawancara dengan Ibu Titin Nurmalasari, S.Pd.I, (Manajer BMT AKU Metro), 26 April 2021

[18] Wawancara dengan Ibu Septiani, (Customer Service BMT AKU Metro), 26 April 2021

marketingnya setiap hari keliling, jadi kalau mau menabung bisa langsung ke marketingnya terus besoknya dikasih bukti transaksinya, selian itu simpanan dapat diambil kapan saja baik datang langsung ke kantor atau lewat marketing lapangan.[19]

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Kamsiati, anggota simpanan SIMUDAH selama 3 tahun di BMT AKU Metro yang mengatakan bahwa keuntungan yang didapatkan setelah menabung di BMT AKU Metro yaitu lebih mudah, tidak takut uangnya hilang, lebih jelas pencatatannya dan setiap hari ada karyawan yang keliling utuk mengambil uang tabungan serta pengambilan tabungan dapat dilakukan kapan saja. Sedangkan nisbah bagi hasil dari BMT sudah cukup yang penting uang yang ditabung tidak hilang. Beliau mengetahui BMT AKU Metro ini dari temen-temen dan juga dari karyawan BMT yang menawari untuk gabung menjadi anggota BMT AKU Metro. Strategi yang paling disukai itu memudahkan anggota dalam menabung dan menarik tabungan karena tiap hari diambil oleh karyawan jadi tidak perlu datang ke kantornya. [20]

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Siti Nurjanah, anggota BMT AKU Metro selama 1 tahun, beliau mengatakan memilih menjadi anggota BMT AKU Metro selain lokasinya dekat juga ada produk simpanan SUQUR jadi tertarik. Keuntungan yang didapatkan dalam simpanan SUQUR adalah memudahkan menabung untuk berqurban karena sistem menabungnya bisa

[19] Wawancara dengan bapak Sulistyo, (Anggota Produk Simpanan BMT AKU Metro), 27 April 2021

[20] Wawancara dengan ibu Kamsiati, (Anggota Produk Simpanan BMT AKU Metro), 27 April 2021

sewaktu-waktu tapi uangnya hanya bisa diambil menjelang hari raya idul adha jadi uang untuk membeli hewan qurban sudah terkumpul. Bagi hasil cukup 30% untuk anggota dan 70% untuk BMT AKU Metro pada produk simpanan idul qurban. Lokasinya strategis karena ada di Kecamatan Metro Timur dan berbatasan dengan Batanghari, dekat pasar juga tentunya ramai dan mudah dijangkau. Ibu Siti Nurjanah mendapatkan informasi BMT AKU Metro dari marketing yang awalnya menawarkan untuk menabung disana. Strategi yang diterapkan BMT AKU Metro sehingga tertarik menjadi anggota adalah produknya yang sesuai dengan kebutuhan, marketingnya baik dan ramah.[21]

C. Pembahasan

Pengembangan produk adalah suatu usaha yang direncanakan dan dilakukan secara sadar untuk memperbaiki produk yang ada, atau untuk menambah banyaknya ragam produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Pengembangan produk terdiri atas penjualan-penjualan yang bertambah yang diusahakan oleh perusahaan-perusahaan dengan mengembangkan yang diperbaharui untuk pasar-pasarnya yang sekarang. Strategi pengembangan produk simpanan di BMT AKU Metro yaitu:

1. Strategi dalam Persaingan

Setiap unit usaha atau bisnis tentu memiliki banyak persaingan oleh karena itu perlu adanya strategi untuk bersaing. Dalam persaingan diperlukan kejelasan dan ketegasan langkah yang harus dilaksanakan.

[21] Wawancara dengan ibu Siti Nurjanah, (Anggota Produk Simpanan BMT AKU Metro), 27 April 2021

Strategi yang dilakukan oleh BMT AKU Metro untuk menghadapi persaingan usaha adalah meningkatkan kepercayaan anggota dengan rasa tanggung jawab yang tinggi, tidak melakukan penyelewengan dana, jujur, memberikan pelayanan yang terbaik untuk para anggota maupun masyarakat.

a. Mempertahankan kepercayaan anggota terutama di Kota Metro
b. tidak ada penyelewengan wewenang atau penyelewengan dana.
c. Pemberian pelayanan yang baik dan ramah

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti dapat mengatakan bahwa strategi yang dilakukan BMT AKU Metro dalam menghadapi persaingan usaha sudah cukup jelas dan tegas dalam langkah-langkahnya yang intinya mendapatkan kepercayaan anggota dengan tanggung jawab yang besar dan tidak melakukan penyelewengan dana. Hal ini sesuai dengan teori strategi dalam persaingan diperlukan kejelasan dan ketegasan langkah yang harus dilaksanakan.

2. Strategi Produk

Produk yang ditawarkan baik produk pembiayaan, dana maupun jasa-jasa harus memiliki daya saing yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing. Produk yang sampai saat ini paling diminati oleh anggota di BMT AKU Metro yaitu produk simpanan SIMUDAH, karena produk ini merupakan produk yang sangat tepat untuk kalangan mikro kecil dan menengah karena dapat diambil kapan saja dibutuhkan. Pengembangan produk simpanan SIMUDAH dilakukan dengan cara mempertahankan

kepercayaan anggota, ketepatan pengambilan setoran tabungan dan pengambilan tabungan serta meningkatkan kualitas pelayanan kepada anggota.

Pengembangan produk yang dilakukan oleh BMT AKU Metro adalah dengan mengeluarkan produk simpanan dengan nama Simpanan SUSPENSI. Simpanan ini merupakan simpanan untuk pensiunan. Pemberian porsi nisbah bagi hasil yang sangat tinggi yaitu 50%:50%, sistem simpanan dengan menggunakan akad *Mudharabah* yaitu sistem simpanan yang menggunakan sistem bagi hasil kemudian syarat dan mekanisme yang sangat mudah.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi produk yang dilakukan oleh BMT AKU Metro dapat peneliti katakan cukup baik karena BMT AKU Metro sudah mengeluarkan satu produk baru yaitu simpanan SUSPENSI dengan keuntungan atau bagi hasil diberikan di awal yang menarik masyarakat untuk menjadi anggota. Hal ini sesuai dengan teori bahwa produk yang ditawarkan oleh bank, baik produk pembiayaan, dana maupun jasa-jasa harus memiliki daya saing.

3. Strategi Daur Hidup Produk

Daur kehidupan produk merupakan tahap-tahap yang dilalui oleh suatu barang atau jasa sejak ia mulai diperkenalkan di pasar hingga ia lenyap dari pasar tersebut. Di BMT AKU Metro sampai sekarang sistem di simpanan SUSPENSI itu masih ada, masih jalan tapi untuk menawarkan ke anggota itu yang sulit dan tidak ada yang mau saat ini karena kasusnya

sudah banyak sehingga kita merasakan imbasnya, dan perputarannya juga sulit. Daur hidup produk simpanan selama BMT AKU Metro berdiri dimulai dari awal pendirian BMT sampai dengan nanti. Sehingga dapat disimpulkan bahwa produk pengembangan yang ada di BMT AKU Metro dimulai sejak awal peluncuran produk sampai kapanpun sehingga daur hidupnya bertahan lama akan tetapi terdapat siklus perubahan daur hidup produk yang saat ini kurang diminati oleh anggota.

4. Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

a. *Product* (Produk)

Berdasarkan teori produk (*product*) berarti menawarkan produk yang terjamin kualitasnya. Produk yang dijual harus sesuai dengan selera serta memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Berdasarkan keterangan tersebut dapat dipahami bahwa produk merupakan suatu bentuk akad yang akad di BMT yang terdiri dari produk simpanan dan pembiayaan.

Produk yang ditawarkan baik produk pembiayaan, dana maupun jasa-jasa harus memiliki daya saing yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing. Produk simpanan yang ada di BMT AKU Metro meliputi simpanan dengan akad *mudharabah*, ada juga simpanan yang bisa diambil sewaktu-waktu dengan menggunakan akad *wadiah*, dan ada juga simpanan berjangka (deposito). Sesuai dengan teori diatas produk yang ditawarkan harus memiliki daya saing maka dapat peneliti simpulkan bahwa produk simpanan di BMT AKU

Metro sudah cukup bersaing dengan BMT yang lain karena berdasarkan hasil wawancara diperoleh bahwa salah satu narasumber tertarik menjadi anggota BMT AKU Metro karena produk yang ada sesuai dengan apa yang dibutuhkan.

b. *Price* (Harga)

Berdasarkan teori penetapan harga ini tidak mementingkan keinginan pedagang sendiri, tapi juga harus mempertimbangkan kemampuan daya beli masyarakat. Berdasarkan keterangan tersebut dapat dipahami bahwa harga yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu margin atau nisbah bagi hasil antara anggota dan BMT.

Penetapan tingkat *margin/nisbah* bagi hasil pembiayaan dan dana maupun imbalan (*ujrah*) jasa perbankan memperhitungkan biaya yang harus ditanggung cabang sehingga dapat memperoleh hasil yang optimal.

Tabel 4.3
Nisbah Bagi Hasil Produk Simpanan di BMT AKU Metro

No	Nama Produk	Akad	Nibah Bagi Hasil
1.	Simpanan SIMUDAH	*Wadiah*	20% : 80%
2.	Simpanan SIMAS	*Mudharabah*	25% : 75%
3.	Simpanan SUQUR	*Mudharabah*	30% : 70%
4.	Simpanan SALIMAH	*Mudharabah*	30% : 70%
5.	Simpanan SIFITRI	*Wadiah*	Paket Lebaran
6.	Simpanan SIHARUM	*Wadiah*	Paket Perlengkapan

			Haji dan Umroh
7.	Simpanan SIJAKA	*Mudharabah*	3 bulan 30% : 70% 6 bulan 40% : 60% 12 bulan 50% : 50% 24 bulan 60% : 40%
8.	Simpanan SUSPENSI	*Mudharabah*	50% : 50%

Kelebihan dari masing masing produk simpanan yang ada di BMT AKU Metro yaitu sebagai berikut: SIMUDAH memiliki kelebihan yaitu kapan saja jika diperlukan bisa diambil dan biaya setoran awal ringan. SIMAS memiliki kelebihan yaitu ada dana beasiswa dalam program Bina Sekolah Anak dan biaya awal cicilan ringan. SUQUR memiliki kelebihan yaitu bisa kerjasama dengan kelompok/masjid atau secara pribadi dengan setoran awal yang sangat ringan. SALIMAH memiliki kelebihan yaitu sebagai tabungan untuk persiapan walimat ursy dan juga walimatul khitan setoran awal sangat ringan. SIFITRI memiliki kelebihan yaitu sebagai tabungan untuk persiapan lebaran berupa paket lebaran. SIJAKA memiliki kelebihan yaitu memiliki sistem perpanjangan otomatis/ARO dan dapat dijadikan jaminan pembiayaan. SIHARUM memiliki kelebihan yaitu dapat membantu anggota dalam menyiapkan program haji dan umroh. Sedangkan SUSPENSI memiliki kelebihan yaitu Pemberian porsi nisbah bagi hasil yang sangat tinggi yaitu 50% : 50%.

Bagi hasil yang diterima oleh anggota cukup sesuai dengan uang yang disimpan. Nisbah bagi hasil dari BMT sudah cukup yang penting uang yang ditabung tidak hilang. Bagi hasil yang ditawarkan oleh BMT AKU Metro sudah cukup baik karena dari wawancara dengan anggota simpanan mengatakan bahwa bagi hasil yang diterima cukup sesuai dengan jumlah dana yang terpenting adalah dana yang disimpan aman. Hal ini sesuai dengan teori bahwa bagi hasil yang ditawarkan tentu sudah diperhitungkan oleh BMT AKU Metro untuk mencapai hasil yang optimal dan anggota juga merasa puas.

c. *Place* (Tempat)

Berdasarkan teori, perusahaan memilih saluran distribusi atau menetapkan tempat untuk kegiatan bisnis. *Place* (tempat) sebagai elemen dalam *marketing mix* dapat diartikan sebagai distribusi dan tempat usaha yang menentukan keberhasilan strategi pemasaran secara efektif. Yang harus diperhatikan dalam keputusan mengenai tempat yaitu: sistem transportasi perusahaan, sistem penyimpanan dan pemilihan saluran distribusi.

Lokasi BMT AKU Metro ini cukup strategis karena ada di Kelurahan Tejo Agung Kec. Metro Timur, dekat dengan pasar Tejo Agung dan juga dekat Batanghari yang menjadi pusat kegiatan perekonomian masyarakat tentunya. Lokasinya strategis karena ada di Kecamatan Metro Timur, dekat pasar juga tentunya ramai dan mudah dijangkau. Lokasinya juga strategis karena dekat pasar, ramai, dan

pedagang-pedagang banyak yang ikut menabung. Marketingnya setiap hari keliling, jadi kalau mau menabung bisa langsung ke marketingnya terus besoknya dikasih bukti transaksinya.

Dilihat dari segi lokasi, maka dapat peneliti katakan strategi *place* di BMT AKU Metro sudah cukup baik karena lokasinya yang strategis, dan sistem penyimpanan yang memudahkan anggota dalam menyimpan dana dengan cara marketing mendatangi langsung para anggota. Hal ini sudah sesuai dengan teori yaitu keputusan mengenai *place* atau tempat memperhatikan sistem transportasi perusahaan, sistem penyimpanan dan pemilihan saluran distribusi.

d. *Promotion* (Promosi)

Berdasarkan teori, banyak pelaku bisnis menggunakan teknik promosi dengan memuji-muji barangnya setinggi langit dan tidak segan-segan mendiskreditkan produk saingan. Promosi dibutuhkan untuk memperluas jaringan keanggotaan yang berasal dari masyarakat luas, disertai dengan informasi produk dan jasa koperasi syariah meliputi jenis produk pembiayaan ataupun sektor riil dan sebagainya. Berdasarkan keterangan tersebut promosi merupakan upaya yang dilakukan untuk menarik simpati atau minat anggota yang sebelumnya belum menjadi anggota sehingga mau ikut menjadi anggota BMT.

Promosi dilakukan dengan memasarkan langsung kepada masyarakat, pedagang di pasar, terkadang dikelompok pengajian dan pelajar yang ada di Kecamatan Metro Timur. Media khusus yang

digunakan berupa brosur, sosial media yaitu FB, IG, Twitter, serta WA, kami juga menawarkan produk itu secara langsung dari mulut kemulut. Strategi yang dilakukan yaitu strategi promosi (*Promotion*) melalui *personal selling* jadi marketing menawarkan langsung kepada masyarakat untuk menjadi anggota BMT AKU Metro. Targetnya pedagang pasar, pelajar dan masyarakat khususnya di lingkungan kecamatan Metro Timur dan sekitarnya. Respon masyarakat dulu sangat antusias sekali untuk menabung ada juga yang mengajukan pembiayaan.

Promosi yang dilakukan oleh BMT AKU Metro dapat peneliti katakan cukup baik karena dalam teori disebutkan bahwa promosi dibutuhkan untuk memperluas jaringan keanggotaan yang berasal dari masyarakat luas. Memperluas jaringan dapat dilakukan dengan berbagai cara baik secara langsung maupun tidak langsung terkhusus pada zaman sekarang ini seharusnya dapat memanfaatkan perkembangan teknologi melalui media sosial untuk memperluas jaringan kepada calon anggota. kemudian di BMT AKU Metro juga sudah memanfaatkan media sosial sebagai salah satu media promosinya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat peneliti simpulkan bahwa strategi pengembangan produk simpanan yang dilakukan oleh BMT AKU Metro meliputi strategi menghadapi persaingan, strategi produk, strategi daur hidup produk dan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Strategi yang dilakukan BMT AKU Metro dalam melakukan pengembangan produk simpanan yaitu pengoptimalan produk simpanan SIMUDAH yang notabene merupakan produk idola yang ada di BMT AKU Metro karena pengambilan tabungan dapat dilakukan kapan saja. Selain itu mengeluarkan produk baru yaitu simpanan SUSPENSI (Simpanan Khusus Pensiun). Pemberian porsi nisbah bagi hasil yang sangat tinggi yaitu 50% : 50%, sistem simpanan dengan menggunakan akad *Mudharabah* yaitu sistem simpanan yang menggunakan sistem bagi hasil kemudian syarat dan mekanisme yang sangat mudah. Dari keempat strategi tersebut yang paling ditekankan adalah strategi bauran pemasaran pada aspek *promotion* dan *price*.

B. Saran

Saran yang dapat peneliti berikan untuk BMT AKU Metro sebagai pembenahan strategi pengembangan produk simpanan yang dilakukan BMT AKU Metro untuk menarik minat masyarakat untuk menjadi anggota BMT AKU Metro yaitu melakukan pembaharuan produk dengan mengeluarkan

produk baru yang lebih diminati masyarakat misalnya seperti simpanan akikah, atau simpanan yang lebih diminati masyarakat lainnya. Karena, dengan adanya produk baru yang dibutuhkan masyarakat maka masyarakat semakin tertarik menjadi anggota BMT AKU Metro.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Watamwil,* (Bandung: Pustaka Setia. 2013)

Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah,* (Bandung: Alfabeta, 2014)

Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa,* (Bandung: Alfabeta, 2016)

Cholid Narbuko, Abu Ahmadi. *Metodologi Penelitian,* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008)

Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Umum Bahasa Indonesia,* Ed. 3, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007)

Friska Mega Puspitasari & Moh. Qudzi Fauzi, "Determinan Niat Pengajuan Pembiayaan *Mudharabah* Pada BMT Nurul Jannah Gresik", dalam Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan Vol. 5 No. 1 Januari 2018

Herry Sutanto & Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah,* (Bandung: Pustaka Setia, 2013).

Indi Masita Lisdawami, & Imron Mawardi, "Pengembangan Produk *Funding* KSPPS BMT Amanah Ummah Jawa Timur", dalam *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* Vol. 4 No. 11 November 2017

Isma Ilmi Hayati Ginting & Ilyda Sudardjat, "Analisis Strategi Pengembangan BMT (Baitul Maal Wat Tamwil) Di Kota Medan", dalam *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* Vol. 2 No. 11, 2018

Kasmir, *Manajemen Perbankan,* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015)

Mad Saikhu, "*Strategi Pengorganisasian Pondok Pesantren Nurul Khoir Di Wonorejo Rungkut Surabaya". Dalam Skrpsi*, UIN Sunan Ampel Surabaya. 2009

Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan,* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015)

Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004)

Moh. Toriquddin, "Etika Pemasaran Perspektifal-Qur'an Dan Relevansinya Dalam Perbankan Syari'ah", dalam *de Jure, Jurnal Syariah dan Hukum*, Volume 7 Nomor 2, Desember 2015

Naila Hayati, "Pemilihan Metode yang Tepat dalam Penelitian (Metode Kuantitatif Dan Metode Kualitatif)", dalam *Jurnal Tarbiyah al-Awlad*, Volume IV, Edisi 1

Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah,* (Jakarta : Bumi Aksara, 2006)

Novita Dewi Masyithoh, "Analisis Normatif Undang-Undang No. 1 Tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro (LKM) atas Status Badan Hukum dan Pengawasan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)", dalam *Economica*: Volume V/Edisi 2/Oktober 2014

Parmujianto Parmujianto, "Strategi Pengembangan LKMS-BMT Maslahah Sidogiri Pasuruan (Studi Analisis Pendekatan Interpretatif Struktural Modeling)", dalam *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal*, Vol. 4, Issue 1, April 2020

Pauji, Nawawi, Hakiem "Strategi Pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Di Bprs Amnah Ummah", dalam *Mahkamah; Jurnal Ekonomi Islam* Bogor:Program Studi Ekonomi Syari'ah FAI-UIKA,, Volume 6, Nomor 2 , September 2015

Rahayu Marini Hakim, Ahmad Fatoni, "Pengaruh Terpaan Media Sosial Youtube Dan Interaksi Antarsosial Terhadap Perilaku Imitasi Remaja Putri (Studi Kasus Video Clip Blackpink-*Ddu Du Ddu Du*)", dalam *Jurnal SCRIPTURA*, Vol. 10, No. 1, Juli 2020

Ramadhani Alfin Habbibie, "Analisis Yuridis Undang-Undang Nomor 1 tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro terhadap Baitul Tamwil", dalam *Jurnal* Az Zarqa', Vol. 11, No. 2, Desember 2019

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitaif, Kualitatif, dan R & D,* (Bandung: Alfbeta 2011)

Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya,* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014)

Sumadi Suryabrata, *Metode Penelitian,* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015)

Sutrisno Hadi, *Metodelogi Reasearch*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004)

Veithzal Rivai & Andria Permata Veithzal, *Islamic Financial Management,* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008)

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK SIMPANAN DI BMT AKU METRO

A. PEDOMAN WAWANCARA

1. Wawancara dengan Manager BMT AKU Metro

a. Bagaimana data karyawan di BMT AKU Metro?
b. Bagaimana strategi produk simpanan agar lebih menarik di BMT AKU Metro?
c. Apa saja kelebihan produk simpanan di BMT AKU Metro dibandingkan dengan produk simpanan di lembaga keuangan syariah lainnya?
d. Bagaimana pemilihan lokasi yang diterapkan oleh BMT AKU Metro?
e. Apakah lokasi BMT AKU Metro dapat dikatakan strategis?
f. Bagaimana strategi BMT AKU Metro dalam mengatasi nasabah terkendala dengan lokasi BMT AKU Metro?
g. Bagaimana strategi promosi produk simpanan di BMT AKU Metro?
h. Bagaimana cara mempromosikan produk simpanan di BMT AKU Metro?
i. Apa saja media yang digunakan dalam mempromosikan produk simpanan di BMT AKU Metro?
j. Bagaimana usaha yang dilakukan oleh BMT AKU Metro untuk pengembangan usahanya?
k. Bagaimana strategi yang dilakukan BMT AKU Metro dalam melakukan pengembangan produk simpanan?
l. Bagaimana strategi yang dilakukan BMT AKU Metro dalam persaingan usaha dengan lembaga keuangan lainnya?

2. **Wawancara dengan Customer Service BMT AKU Metro**
   a. Berapa jumlah anggota produk simpanan di BMT AKU Metro?
   b. Bagaimana nisbah bagi hasil produk simpanan di BMT AKU Metro?
   c. Apakah nisbah bagi hasil sesuai dengan jumlah simpanan di BMT AKU Metro?
   d. Apakah ada biaya administrasi untuk mendaftar sebagai anggota produk simpanan di BMT AKU Metro? Kalau ada berapa jumlahnya?
   e. Siapa saja target anggota produk simpanan di BMT AKU Metro?
   f. Bagaimana syarat menjadi anggota produk simpanan di BMT AKU Metro?
   g. Bagaimana prosedur menjadi anggota produk simpanan di BMT AKU Metro?

3. **Wawancara dengan Nasabah BMT AKU Metro**
   a. Berapa lama anda menjadi anggota BMT AKU Metro?
   b. Pada saat ini, anda menggunakan jenis produk apa di BMT AKU Metro?
   c. Apa keuntungan yang anda dapat saat menjadi anggota produk simpanan di BMT AKU Metro?
   d. Kenapa anda memilih menabung di BMT AKU Metro?
   e. Produk simpanan apa yang anda pilih di BMT AKU Metro? Apa alasannya?

B. PEDOMAN DOKUMENTASI

1. Sejarah berdirinya BMT AKU Metro
2. Motto, visi dan misi BMT AKU Metro
3. Struktur organisasi BMT AKU Metro
4. Produk-produk yang ada di BMT AKU Metro

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;

Nomor : 1295/In.28.3/D.1/PP.00.9/06/2020 09 Juni 2020
Lampiran : -
Perihal : **Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth:
1. Nizaruddin., S.Ag.,M.H
2. Era Yudistira, M.Ak

di – Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama	:	Meribeth Dany Manaha
NPM	:	1602100151
Fakultas	:	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	:	S1 Perbankan Syariah (S1-PBS)
Judul	:	Strategi Pengembangan Produk Simpanan di BMT AKU Metro

Dengan ketentuan :
1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi :
   a. Pembimbing I, mengoreksi outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
   b. Pembimbing II, mengoreksi Proposal, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang di keluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
   a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
   b. Isi ± 3/6 bagian.
   c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan

MUHAMMAD SALEH

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; *email:* iainmetro@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2390/In.28.3/D.1/PP.00.9/8/2020 Metro, 18 Agustus 2020
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : **Izin Pra Survey**

Kepada Yth,
Pimpinan BMT AKU
di- Tempat

Berkenaan dengan kegiatan akademik dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro :

Nama	:	Meribeth Dany Manaha
NPM	:	1602100151
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi	:	S1 Perbankan Syari'ah
Judul	:	Strategi Pengembangan Produk Simpanan Di BMT AKU.

Maka dengan ini dimohon kepada Bapak/Ibu agar berkenan memberikan izin kepada mahasiswa untuk melakukan pra survey dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi yang dimaksud.

Demikian surat ini disampaikan, atas perhatian dan kerja samanya diucapkan terima kasih.

Wakil Dekan I ,

Drs. H. M. Saleh, MA.
NIP. 19650111 199303 1 001

STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK SIMPANAN DI BMT AKU METRO

OUTLINE

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN NOTA DINAS

ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

B. Pertanyaan Penelitian

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi Pengembangan Produk

1. Pengertian Strategi
2. Peranan Strategi
3. Tahapan Kegiatan Strategi
4. Strategi Pengembangan Produk

B. *Baitul Maal Wattamwil* (BMT)

1. Pengertian *Baitul Maal Wattamwil* (BMT)
2. Produk-Produk BMT
3. Kegiatan Operasional BMT

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

B. Sumber Data

C. Teknik Pengumpulan Data

D. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BMT AKU Metro

B. Strategi pengembangan produk simpanan di BMT AKU Metro

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, Februari 2021
Peneliti

Meribeth Dany Manaha
NPM. 1602100151

Menyetujui

Pembimbing 1,

Nizaruddin, S.Ag, M.H
NIP. 19740302 199903 1 001

Pembimbing 2

Era Yudistira, M.Ak
NIP. 19901032 01503 2 010

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK SIMPANAN DI BMT AKU METRO

A. PEDOMAN WAWANCARA

1. Wawancara dengan Manager BMT AKU Metro

a. Bagaimana data nasabah di BMT AKU Metro?

b. Bagaimana strategi produk simpanan agar lebih menarik di BMT AKU Metro?

c. Apa saja kelebihan produk simpanan di BMT AKU Metro dibandingkan dengan produk simpanan di lembaga keuangan syariah lainnya?

d. Bagaimana pemilihan lokasi yang diterapkan oleh BMT AKU Metro?

e. Apakah lokasi BMT AKU Metro dapat dikatakan strategis?

f. Bagaimana strategi BMT AKU Metro dalam mengatasi nasabah terkendala dengan lokasi BMT AKU Metro?

g. Bagaimana strategi promosi produk simpanan di BMT AKU Metro?

h. Bagaimana cara mempromosikan produk simpanan di BMT AKU Metro?

i. Apa saja media yang digunakan dalam mempromosikan produk simpanan di BMT AKU Metro?

j. Bagaimana usaha yang dilakukan oleh BMT AKU Metro untuk pengembangan usahanya?

k. Bagaimana strategi yang dilakukan BMT AKU Metro dalam melakukan pengembangan produk simpanan?

l. Bagaimana strategi yang dilakukan BMT AKU Metro dalam persaingan usaha dengan lembaga keuangan lainnya?

2. Wawancara dengan Customer Service BMT AKU Metro

a. Berapa jumlah anggota produk simpanan di BMT AKU Metro?

b. Bagaimana nisbah bagi hasil produk simpanan di BMT AKU Metro?

c. Apakah nisbah bagi hasil sesuai dengan jumlah simpanan di BMT AKU Metro?

d. Apakah ada biaya administrasi untuk mendaftar sebagai anggota produk simpanan di BMT AKU Metro? Kalau ada berapa jumlahnya?
e. Siapa saja target anggota produk simpanan di BMT AKU Metro?
f. Bagaimana syarat menjadi anggota produk simpanan di BMT AKU Metro?
g. Bagaimana prosedur menjadi anggota produk simpanan di BMT AKU Metro?

3. Wawancara dengan Nasabah BMT AKU Metro

a. Berapa lama anda menjadi anggota BMT AKU Metro?
b. Pada saat ini, anda menggunakan jenis produk apa di BMT AKU Metro?
c. Apa keuntungan yang anda dapat saat menjadi anggota produk simpanan di BMT AKU Metro?
d. Kenapa anda memilih menabung di BMT AKU Metro?
e. Produk simpanan apa yang anda pilih di BMT AKU Metro? Apa alasannya?

B. PEDOMAN DOKUMENTASI

1. Sejarah berdirinya BMT AKU Metro
2. Motto, visi dan misi BMT AKU Metro
3. Struktur organisasi BMT AKU Metro
4. Produk-produk yang ada di BMT AKU Metro

Metro, Februari 2021
Peneliti

Meribeth Dany Manaha
NPM. 1602100151

Menyetujui

Pembimbing 1,	Pembimbing 2
Nizaruddin, S.Ag, M.H	**Era Yudistira, M.Ak**
NIP. 19740302 199903 1 001	NIP. 19901032 01503 2 010

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 1725/In.28/D.1/TL.00/06/2021
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Direktur BMT AKU METRO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 1724/In.28/D.1/TL.01/06/2021, tanggal 18 Juni 2021 atas nama saudara:

Nama	: **MERIBETH DANY MANAHA**
NPM	: 1602100151
Semester	: 10 (Sepuluh)
Jurusan	: S1 Perbankan Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BMT AKU METRO, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK SIMPANAN DI BMT AKU METRO".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 18 Juni 2021
Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan,

Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 1724/In.28/D.1/TL.01/06/2021

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama	:	**MERIBETH DANY MANAHA**
NPM	:	1602100151
Semester	:	10 (Sepuluh)
Jurusan	:	S1 Perbankan Syari`ah

Untuk :

1. Mengadakan observasi/survey di BMT AKU METRO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK SIMPANAN DI BMT AKU METRO".
2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 18 Juni 2021

Mengetahui,
Pejabat Setempat

TITIN NURMALASARI

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan,

Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Meribeth Dany Manaha
NPM : 1602100151
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Strategi Pengembangan Produk Simpanan Di BMT AKU Metro** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 23%.**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 23 Juni 2021
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah

Dliyaul Haq, M.E.I.
NIP.19810121201503002

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Maribeth Dany Manaha
NPM : 1602100151
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/SI PBS
Semester/TA : X / 2021

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	4/3 21 Kamis		- Kata Pemulis di ganti Peneliti - Kata 2 di simpulkan di ganti. - Perhatikan cara penyetikan kutipan langsung dan tak langsung. - setiap kutipan harus di beri penjelasan	

Dosen Pembimbing I,

Nizaruddin, S.Ag.,MH
NIP. 19740302 199903 1 001

Mahasiswa Ybs,

Maribeth Dany Manaha
NPM. 1602100151

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.idE-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Maribeth Dany Manaha
NPM : 1602100151
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/SI PBS
Semester/TA : X / 2021

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin/ 10/5-2021	- buat bagan utk struktur organisasi.	
		- deskripsikan produk simpanan secara singkat	
		- hindari double saji pd pembahasan (misal pd hal 40 & 46).	
		- hasil wawancara dari anggota dibuat terpisah	

Dosen Pembimbing II,

Era Yudistira, M.Ak
NIP. 19901003 201503 2 010

Mahasiswa Ybs,

Maribeth Dany Manaha
NPM. 1602100151

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.idE-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Maribeth Dany Manaha
NPM : 1602100151
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/SI PBS
Semester/TA : X / 2021

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin/ 27/8 . 2021	- analisis hasil wawancara sesuai dg teori yg disajikan di bab 2	
		- tambahkan footnote utk hasil wawancara dimar analisis teoritis	
		- pastikan kesimpulan sudah menjawab pertanyaan penelitian	
		- deskripsikan alasan kng produk SIMUDAH lebih unggul dibanding yg lain.	

Dosen Pembimbing II,

Era Yudistira, M.Ak
NIP. 19901003 201503 2 010

Mahasiswa Ybs,

Maribeth Dany Manaha
NPM. 1602100151

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.idE-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Maribeth Dany Manaha
NPM : 1602100151
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/SI PBS
Semester/TA : X / 2021

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin / 7/6 .2021	- pastikan kesimpulan sudah menjawab pertanyaan penelitian.	
		- saran yg diberikan sesuaikan dg hasil / kesimpulan penelitia. Jangan terlalu melebar.	

Dosen Pembimbing II,

Era Yudistira, M.Ak
NIP. 19901003 201503 2 010

Mahasiswa Ybs,

Maribeth Dany Manaha
NPM. 1602100151

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.idE-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Maribeth Dany Manaha
NPM : 1602100151
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/SI PBS
Semester/TA : X / 2021

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa / 16/2-2021	- pastikan landasan teori pd Bab 2 sudah memenuhi kebutuhan terutama dlm melakukan analisis pd Bab 4. - pastikan kembali terkait pengumpulan data, teknik apa yg digunakan. Sesuaikan dg sumber data primernya.	

Dosen Pembimbing II,

Era Yudistira, M.Ak
NIP. 19901003 201503 2 010

Mahasiswa Ybs,

Maribeth Dany Manaha
NPM. 1602100151

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.idE-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Maribeth Dany Manaha
NPM : 1602100151
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/SI PBS
Semester/TA : X / 2021

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jum'at/ 18/2 2021	- pastikan pertanyaan utk manager dan ~~nasabah~~ CS sudah sesuai dg bagiannya.	
		- informasi melalui dokumentasi tidak perlu dicantumkan lagi melalui wawancara	
		- apakah yg menjadi sumber data primer hanya manager dan CS, nasabah?	

Dosen Pembimbing II,

Era Yudistira, M.Ak
NIP. 19901003 201503 2 010

Mahasiswa Ybs,

Maribeth Dany Manaha
NPM. 1602100151

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.idE-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Maribeth Dany Manaha
NPM : 1602100151
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/SI PBS
Semester/TA : X / 2021

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	3/3 21 Rabu		Acc Outline	

Dosen Pembimbing I,

Nizaruddin, S.Ag.,MH
NIP. 19740302 199903 1 001

Mahasiswa Ybs,

Maribeth Dany Manaha
NPM. 1602100151

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.idE-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Maribeth Dany Manaha
NPM : 1602100151
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/SI PBS
Semester/TA : X / 2021

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin / 22/2-2021	- pastikan pertanyaan pd APD sudah memenuhi kebutuhan utk olah data pd Bab 4.	
		- pastikan APD sudah mewakili dari landasan teori yg digunakan sbg alat analisis.	
		ACC APD penelitian 24/2-2021	

Dosen Pembimbing II,

Era Yudistira, M.Ak
NIP. 19901003 201503 2 010

Mahasiswa Ybs,

Maribeth Dany Manaha
NPM. 1602100151

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.idE-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Maribeth Dany Manaha
NPM : 1602100151
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/SI PBS
Semester/TA : X / 2021

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 21/6 21	- APD belum terjawab semua pertanyaan yg ada di APD harus ada di bab IV. - Sub C Analisis di perbaiki lihat landasan teori dimana letak kesenjangan antara teori dan praktek.		

Dosen Pembimbing I,

Nizaruddin, S.Ag.,MH
NIP. 19740302 199903 1 001

Mahasiswa Ybs,

Maribeth Dany Manaha
NPM. 1602100151

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.idE-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Maribeth Dany Manaha
NPM : 1602100151
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/SI PBS
Semester/TA : X / 2021

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa. 20/6/21	Lengkapi Dari awal sampai Akhir		

Dosen Pembimbing I,

Nizaruddin, S.Ag.,MH
NIP. 19740302 199903 1 001

Mahasiswa Ybs,

Maribeth Dany Manaha
NPM. 1602100151

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.idE-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Maribeth Dany Manaha
NPM : 1602100151
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/SI PBS
Semester/TA : X / 2021

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 4/3 21		- Pada teknik pengumpulan data tambahkan Dokumentasi - dan pada sub wawancara harus jelas ingin mencari data apa	

Dosen Pembimbing I,

Nizaruddin, S.Ag.,MH
NIP. 19740302 199903 1 001

Mahasiswa Ybs,

Maribeth Dany Manaha
NPM. 1602100151

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.idE-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Maribeth Dany Manaha
NPM : 1602100151
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/SI PBS
Semester/TA : X / 2021

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 31/5 21	Acc Penelitian	ADD langsung	

Dosen Pembimbing I,

Nizaruddin, S.Ag.,MH
NIP. 19740302 199903 1 001

Mahasiswa Ybs,

Maribeth Dany Manaha
NPM. 1602100151

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.idE-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Maribeth Dany Manaha
NPM : 1602100151
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/SI PBS
Semester/TA : X / 2021

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis/ 10/6 -2021	ACC bab 4 & 5 Lanjutkan proses utk dpt dimunaqosyahkan.	

Dosen Pembimbing II,

Era Yudistira, M.Ak
NIP. 19901003 201503 2 010

Mahasiswa Ybs,

Maribeth Dany Manaha
NPM. 1602100151

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.idE-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Maribeth Dany Manaha
NPM : 1602100151
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/SI PBS
Semester/TA : X / 2021

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu 23/6 21	Acc utk di Munaqosyah Cea.		

Dosen Pembimbing I,

Nizaruddin, S.Ag.,MH
NIP. 19740302 199903 1 001

Mahasiswa Ybs,

Maribeth Dany Manaha
NPM. 1602100151

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN
Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-525/In.28/S/U.1/OT.01/06/2021

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama	: MERIBETH DANY MANAHA
NPM	: 1602100151
Fakultas / Jurusan	: Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2020 / 2021 dengan nomor anggota 1602100151

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari segala administrasi di Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 18 Juni 2021
Kepala Perpustakaan

Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H.
NIP 19750505 200112 1 002

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSHIF
Nomor : 0281 /In.28.3/D.1/PP.00.9/01/2020

Yang bertanda tangan di bawah ini Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : MERIBETH DANY MANAHA
NPM : 1602100151
Jurusan/Prodi : S1-Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah lulus ujian komprehensif dengan rincian nilai sebagai merikut :

No	Materi Komprehenshif	Nilai
1	Fiqih Ibadah	65
2	Baca Tulis Al-Qur'an	80
3	Fiqih Muamalah	81
4	Bank dan LKS	84
5	Manaj. Pendanaan (Fanding) Perbankan Syariah	88
6	Manaj. Pembiayaan (Landing) Perbankan Syariah	88
7	Manaj. Keu dan Risiko Perbankan Syariah	65
	Nilai Akhir	**78**

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 21 Januari 2020
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Drs. H. M. Saleh, MA
NIP. 196501111993031001

DOKUMENTASI

Wawancara dengan Manager BMT AKU Metro

DOKUMENTASI

Wawancara dengan Customer Service BMT AKU Metro

DOKUMENTASI

Wawancara dengan nasabah BMT AKU Metro

DOKUMENTASI

Wawancara dengan nasabah BMT AKU Metro

DOKUMENTASI

Wawancara dengan nasabah BMT AKU Metro

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Meribeth Dany Manaha. Lahir di Karangrejo pada tanggal 29 Juli 1998. Lahir dan dibesarkan di Provinsi Lampung, saat ini masih tinggal dengan kedua orang tua di Perumnas Beringin Raya 23B Karangrejo Metro Utara. Saya anak kedua dari tiga bersaudara pasangan Bapak Hamdani T. Manaha dan Ibu Anis Manaha.

Penulis menyelesaikan pendidikan formalnya di TK Darmawanita Pekalongan lulus tahun 2004, SD Negeri 8 Metro Utara lulus tahun 2010. Lalu melanjutkan ke jenjang SMP Negeri 1 Pekalongan lulus tahun 2013. Dan kemudian melanjutkan ke jenjang MAN 1 Metro tahun 2016. Pada tahun 2016 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Negeri Metro, melalui seleksi penerimaan mahasiswa baru jalur UM-PTKIN.