

TUGAS AKHIR
SISTEM JEMPUT INVESTOR PADA KJKS BMT MULIA
KOTAGAJAH LAMPUNG TENGAH

Oleh :

SILVI RIZKI FAUZI

NPM.1296048



Program : D3 Perbankan Syariah

Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam

SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI

(STAIN) JURAI SIWO METRO

1437 H / 2016 M

**SISTEM JEMPUT INVESTOR PADA KJKS BMT MULIA KOTAGAJAH
LAMPUNG TENGAH**

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Amd**

Oleh :

SILVI RIZKI FAUZI

NPM.1296048

Pembimbing I : Dr.Hj.Tobibatussaadah, M.Ag

Pembimbing II : Zumaroh, MESy

Program Studi : D3 Perbankan Syariah

Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam

SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI

(STAIN) JURAI SIWO METRO

1437 H / 2016 M

SISTEM JEMPUT INVESTOR PADA KJKS BMT MULIA KOTAGAJAH LAMPUNG TENGAH

ABSTRAK

OLEH:

SILVI RIZKI FAUZI

NPM: 1296048

Strategi pemasaran (*marketing*) memegang peranan penting dalam mengembangkan suatu produk. Melalui jemput Investor dengan strategi mendatangi pelanggan atau nasabah yang diterapkan dan hampir dilakukan semua perusahaan dalam usaha menggarap pasar secara intensif. Menjamurnya KJKS yang didirikan dengan lembaga KJKS BMT di daerah Kotagajah atau sekitarnya, sebagai pesaing/kompetitor yang secara tidak langsung memiliki beberapa kemiripan peran, prinsip dan produk, tidak menuntut kemungkinan terdapat kesamaan dalam penerapan strategi pemasarannya, dengan demikian sebagai pertanyaan yang di eksplorasikan dalam penelitian bagaimanakah strategi jemput investor di KJKS BMT Mulia Kotagajah?.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi jemput investor di KJKS BMT Mulia Kotagajah. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Manfaat dari penelitian ini yaitu untuk memperkaya khazanah keilmuan serta wawasan tentang sistem jemput Investor.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, strategi jemput investor pada dasarnya dilakukan sebagai salah satu strategi yang digunakan dalam menghimpun dana dari para anggota/nasabah khusus (investor). Adapun strategi Jemput Investor KJKS BMT Mulia Kotagajah dilakukan terhadap anggota tetap maupun tidak tetap dan pengguna layanan jasa pembiayaan (peminjam modal), sekaligus berfungsi untuk meminimalisir adanya keterlambatan pada pembiayaan, Sebelum dilakukan jemput investor, beberapa hal yang dilakukan diantaranya sebagai berikut: *marketing* merancang strategi sebagai alat dalam melakukan *segmentation*, menetapkan target (*targetting*), serta memposisikan produk secara tepat (*positioning*). Sebagai pendukung selain brosur, dan armada/kendaraan, keakuratan informasi yang didapat dilapangan, ketepatan sasaran, kepiawaiian *marketing* dalam memasarkan produknya serta adanya kebutuhan menjadi peluang sangat menentukan keberhasilan *marketing*, Sementara kelancaran terhadap angsuran, menabung secara rutin menjadi pendukung lainnya

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap produsen selalu berusaha mencapai tujuan dan sasaran perusahaan melalui produk yang dihasilkannya. Produk yang dihasilkannya dapat terjual atau dibeli oleh konsumen akhir dengan tingkat harga yang memberikan keuntungan perusahaan jangka panjang. Melalui produk yang dapat dijualnya, perusahaan dapat menjamin kehidupannya atau menjaga kestabilan usahanya dan berkembang. Dalam rangka inilah setiap produsen harus memikirkan kegiatan pemasaran produknya, jauh sebelum produk dihasilkan sampai dikonsumsi oleh konsumen akhir.¹

Senada dengan uraian di atas, setiap perusahaan mengarahkan kegiatan usahanya untuk menghasilkan produk yang dapat memberikan kepuasan konsumen atau pelanggan/ nasabah, sehingga dalam jangka panjang mendapatkan keuntungan yang diharapkannya. Melalui produk yang dihasilkannya, perusahaan menciptakan dan membina langganan. Oleh karena itu, keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh keberhasilan usaha pemasaran dari produk yang dihasilkannya. Kemudian keberhasilan tersebut ditentukan oleh ketepatan produk yang dihasilkannya dalam memberikan kepuasan dari sasaran konsumen yang ditentukannya. Dengan kata lain, usaha-usaha pemasaran haruslah diarahkan pada konsumen yang ingin dituju sebagai sasaran pasarnya. Dalam hal ini, maka usaha pemasaran yang

¹Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014) h. 1

menunjang keberhasilan perusahaan haruslah didasarkan pada konsep pemasaran yang tepat untuk menentukan strategi pasar dan strategi pemasaran yang mengarah kepada sasaran pasar yang dituju.²

Sebagai upaya dalam memperkenalkan produk kepada konsumen merupakan awal dari kegiatan *marketing*, misalnya berupa keputusan dan strategi mengenai produk yang semua kegiatan pemasaran pada umumnya ditujukan untuk meningkatkan nilai investasi (simpanan). Di sisi lain, Islam telah memberikan kebebasan kepada manusia untuk memiliki kekayaan, tetapi tidak membiarkan manusia begitu saja untuk memiliki semua apa yang dia suka, dan menggunakan cara apa saja yang mereka kehendaki. Kekayaan adalah suatu hal yang penting, tetapi yang lebih penting lagi adalah Cara pendistribusiannya, karena jika distribusi kekayaan itu tidak tepat maka sebagian kekayaan itu akan beredar di antara orang kaya saja. Akibatnya, banyak masyarakat yang menderita karena kemiskinan. Oleh karena itu kesejahteraan rakyat tidak sepenuhnya tergantung pada hasil produksi, tetapi juga tergantung pada distribusi pendapatan yang tepat.³ Bahkan strategi pemasaran dengan jemput bola sudah merupakan kebutuhan yang tidak bisa di hindari. Bahkan pelayanan pemerintahan pun kini sudah mulai jemput bola. Tujuannya tak lain dan tak bukan memberikan kemudahan dan kenyamanan pelanggan terhadap produk atau jasa yang kita jual.⁴

²*Ibid*, h. 1-2

³Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi—Ed. 1—Cet. 1.*—(Jakarta: Rajawali Pres, 2014), h. 132

⁴Surya, *Strategi Marketing Jemput Bola* dalam www.suryapost.com di unduh tanggal pada 15 Desember 2015.

Bertitik tekan dari uraian di atas, pemasaran jasa merupakan bisnis yang menjual layanan kepada para konsumen yang membutuhkan. Lain halnya dengan menjual satu barang, bisnis jasa menyediakan produk yang tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan apapun bagi konsumen yang menggunakannya. Jika bisnis produk atau barang dapat dimiliki konsumen setelah terjadi transaksi, namun jasa hanya bisa memberikan kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan setelah mereka melakukan transaksi. Namun demikian, dalam menjalankan bisnis jasa pun, juga tidak dapat dipungkiri keberadaan strategi dalam pemasarannya. Selanjutnya, sebelum ditentukan strategi pemasaran yang digunakan, sehingga strategi pemasaran jasa lebih cenderung memberikan pelayanan kepada konsumen dengan berhubungan langsung, oleh karena itu bisnis jasa mengukur keberhasilan strategi pemasaran dengan tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen.⁵

Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) BMT Mulia merupakan salah satu lembaga keuangan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan jasmaniyah dan ruhaniyah anggota pada khususnya, dan masyarakat pada umumnya. Melalui kegiatan ekonomi serta pendukung lainnya, salah satu peran dalam menjalankan kegiatan usahanya Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah (KJKS) BMT Mulia Kota Gajah yaitu sebagai motor penggerak perekonomian masyarakat lapisan bawah dan Islami, selain itu, Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah (KJKS) BMT Mulia tidak hanya

⁵ www.bisnisukm.com/strategi-tepat-pemasaran-jasa.html di unduh pada tanggal 15 Desember 2015

mempersiapkan keperluan hidup bagi para anggotanya, akan tetapi memiliki orientasi kepada umat Islam dan generasi mendatang, selain itu Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah (KJKS) BMT Mulia menjalin kemitraan kepada seluruh lapisan masyarakat dalam mengembangkan ekonomi/ usahanya yang berlandaskan dan berdasarkan nilai-nilai syariah (Islami).⁶

Terkait dengan produk-produk KJKS BMT Mulia berupa pendanaan melalui tabungan dengan prinsip *wadi'ah*, tabungan dengan prinsip *mudharabah*. Sedangkan investor yang dijemput pada KJKS BMT Mulia terdiri dari: Tabungan/ Simpanan Biasa, bersifat Tempo/ Simpanan Si Jakop, dan Pihak Ketiga/ Bank Syariah. Selain itu KJKS BMT Mulia juga melayani pembayaran listrik.⁷ Sehingga dalam meningkatkan pelayanan kepada masyarakat/ nasabahnya, KJKS BMT Mulia menyediakan layanan jemput investor. Dalam layanan jemput investor seperti kegiatan simpan dan pinjam, petugas menghubungi via telepon, kemudian mendatangi nasabah pada waktu yang telah disepakati bersama. Hal ini bertujuan supaya nasabah telah siap ketika melakukan transaksi pada saat petugas datang. Selain itu, juga melayani komunikasi pengembalian dan penyetoran via telepon.⁸

Titik tekan permasalahan dalam penelitian ini adalah para investor di KJKS BMT Mulia yang terdiri dari investor tetap dan tidak tetap. Investor tetap terdiri dari anggota tetap (pengurus dan pegawai di KJKS BMT Mulia

⁶ Wawancara, Purwanto, *Manager* KJKS BMT Mulia Kota Gajah, Selasa, tanggal 23 Februari 2016

⁷ Wawancara, ElizaTiyofani, *Customer Service* KJKS BMT Mulia Kota Gajah, Kota Gajah, Selasa, tanggal 23 Februari 2016

⁸ Wawancara, Ngadiyo, *Marketing* KJKS BMT Mulia Kota Gajah, Selasa, tanggal 23 Februari 2016

Kota Gajah), adapun investor tidak tetap terdiri dari nasabah yang tercatat sebagai penabung baik yang bersifat biasa maupun berjangka (Si Jakop). Sedangkan besarnya modal investor tetap dan tidak tetap, mencerminkan kekuatan dalam mengembangkan pelayanan dalam pemasaran produk KJKS BMT mulia. Pelayanan Jemput investor di KJKS BMT Mulia Kota Gajah merupakan layanan yang di lakukan oleh petugas *marketing* kepada para nasabahnya terkait transaksi pada produk simpanan. Pelayanan jemput investoryang disediakan oleh KJKS BMT Muliaberupa pembukaan rekening tabungan, penyetoran rekening tabungan, dan penutupan rekening tabungan.⁹ Sementara pendekatan yang dilakukan melalui pendekatan kepada nasabah dengan cara menawarkan kerja sama, penyebaran brosur, *convasing* (mendatangi secara langsung nasabah), *cobranding* (kelembagaan), serta media dakwah.¹⁰

Keberadaan para anggota(penabung) sebagai pengguna produk simpanandi KJKS BMT Mulia Kota Gajah membutuhkansistem yang dapat menentukan strategi untuk memberikan pendekatan dan pelayanan kepada anggota,seperti: pencitraan positif, dan rasa aman untuk menarik minat anggota dalam menabung serta memberikan layanan terbaik kepada nasabah.Salah satubentuk strategi yang diterapkan di KJKS BMT Muliayaitu menggunakan pelayanan jemput (investor).Meminjam istilah “strategi pemasaran jemput bola, ”untuk produk investasi seperti penabung, tidak menuntut kemungkinan juga diberlakukannya terhadap nasabah peminjaman

⁹Wawancara, Ngadiyo, *Marketing KJKS BMT Mulia Kota Gajah*, Selasa, tanggal 23 Februari 2016

¹⁰*Ibid*

modal untuk usaha mikro. Namun demikian, sebagai salah satu syarat dan ketentuan untuk menjadi salah satu jenis investor (baik penabung maupun peminjam modal) di KJKS BMT Mulia Kota Gajah, antara lain yaitu keharusan menjadi anggota koperasi KJKS BMT Mulia, dan mentaati (mengerti dengan kesepakatan yang telah disepakati di awal).¹¹ Selanjutnya, untuk menjadi Investor di KJKS BMT Mulia Kota Gajah, masyarakat diharuskan menjadi anggota terlebih dahulu, sehingga membutuhkan pemahaman terhadap kesepakatan/ transaksi (akad) dan jenis produk di KJKS menjadi hal yang sangat urgen.

Fakta di atas, membuat peneliti tertarik untuk mengetahui dan mempelajari terkait tentang penerapan sistem jemput Investor yang dilakukan pada KJKS BMT Mulia melalui penelitian yang didedikasikan dengan judul “Sistem Jemput Investor Pada KJKS BMT Mulia”.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, pertanyaan dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah strategi sistem jemput investor di KJKS BMT Mulia Kota Gajah?”

¹¹Wawancara, Purwanto, *Manager* KJKS BMT Mulia Kota Gajah Wawancara, Selasa, tanggal 23 Februari 2016

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan adalah untuk menjelaskan strategi jemput investor di KJKS BMT Mulia Kota Gajah.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Menambah khazanah intelektual dalam wawasan dan budaya akademik tentang sistem jemput investor, baik secara khusus di lingkungan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro Lampung maupun lembaga keuangansyariah serta masyarakat pada umumnya.

b. Manfaat Praktis

Sebagai acuan/ kontribusi padapelayanan dalam pemasaran produk-produk di KJKS BMT Mulia Kota Gajah.

D. Metode Penelitian

1. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis lapangan (*fieldresearch*) untuk menemukan secara spesifik dan realitas tentang apa yang sedang terjadi pada suatu saat ditengah-tengah kehidupan masyarakat.¹²Pada hakikatnya penelitian lapangan merupakan metode untuk menemukan secara spesifik

¹²Mardalis, *Metode Penelitian (Suatu Pendekatan Proposal)*, —Ed.1, Cet. 12.—(Jakarta, Bumi Aksara, 2010), h. 28

dan realitas tentang apa yang sedang terjadi pada suatu saat di tengah-tengah kehidupan masyarakat.¹³

Adapun yang menjadi objek dari penelitian ini adalah KJKS BMT MULIA. Selanjutnya, sifat dari penelitian ini adalah deskriptif. Istilah “deskriptif” berasal dari istilah bahasa Inggris *todescribe* yang berarti memaparkan atau menggambarkan satu hal. Selanjutnya, penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian. Istilah yang digunakan dalam penelitian, peneliti tidak mengubah, menambah, atau mengadakan manipulasi terhadap objek atau wilayah penelitian.¹⁴ Sedangkan penelitian kualitatif yaitu prosedur penelitian yang dapat menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.¹⁵

Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bermaksud mengadakan pemeriksaan dan pengukuran terhadap gejala-gejala tertentu. Penelitian yang peneliti lakukan bersifat deskriptif kualitatif, yaitu berupa keterangan-keterangan (penjelasan yang diberikan). Adapun data hasil penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif yaitu data yang berupa keterangan-keterangan atau uraian-uraian terhadap permasalahan yang diteliti/ ditanyakan terkait tentang jempot investor KJKS BMT MULIA,

¹³*Ibid*

¹⁴SuharsimiArikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Dan Praktis*,--Ed.rev. cet.14.--(Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 3

¹⁵*Ibid*, h. 27

sehingga akan tergambar tentang penerapan sistem jemput investor pada KJKS BMT MULIA Kota Gajah.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah keterangan atau bahan nyata yang dapat dijadikan bukti dan bahan dasar kajian, adapun yang maksud sumber data adalah subyek dimana data diperoleh.¹⁶ Sedangkan Lexy Moeleng mengatakan, “sumber data utama adalah kata-kata atau tindakan, selebihnya adalah data dokumen lain dan data tambahan”.¹⁷

Sumber data merupakan salah satu hal yang sangat menentukan keberhasilan suatu penelitian. Sumber data dalam penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data terkait tentang penerapan sistem jemput investor pada KJKS BMT MULIA Kota Gajah. Adapun klasifikasi sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu, sumber-sumber dasar yang merupakan bukti atau saksi utama dari kejadian yang lalu,¹⁸ Sumber primer adalah “sumber data pertama di mana sebuah penelitian dihasilkan”¹⁹ Dalam hal ini penulis melakukan penelitian langsung di KJKS BMT MULIA Kota Gajah. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah: 1 orang manager, 2 orang tenaga marketing, dan 2 orang anggota tabungan.

¹⁶Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan dan Praktis*, (Bandung: Rosda Karya, 2006), h. 79

¹⁷Lexy J. Moeloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Rosda Karya 2000), h. 112

¹⁸Moh. Nazir, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1983), h. 50

¹⁹Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Airlangga University Press 2001), h. 129

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder, yaitu sumber data yang diperoleh melalui buku-buku pustaka yang ditulis orang lain, dokumen-dokumen yang merupakan hasil penelitian dan hasil laporan.²⁰

Data sekunder merupakan data pelengkap yang dapat pada penguatan atau sebagai pendorong atau sumber data kedua setelah sumber data primer,”²¹ Sumber data sekunder diharapkan dapat menunjang penulis dalam mengungkap data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, sehingga menjadi lebih lengkap (komprehensif), adapun sumber data sekunder dalam penelitian ini antara lain yaitu: buku-buku yang membahas tentang: Manajemen Pemasaran, Riset Pemasaran, Bank Syariah dari Teori ke Praktik, Ekonomi Syariah, sumber yang relevan dengan penelitian dari internet, serta dokumen-dokumen di KJKS BMT MULIA Kota Gajahyang relevan dengan sistem jemput investor.

3. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini merupakan gabungan dari dua bentuk penelitian yaitu penelitian kepustakaan (*libraryresearch*) dan penelitian lapangan (*fieldresearch*). Dalam penelitian kepustakaan penulis mengumpulkan data dengan bantuan buku, dokumen, internet dan sumber lain yang memiliki relevansi dengan penelitian ini. Dalam penelitian lapangan ini,

²⁰Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian*, (Bandung: Pustaka Setia, 2008), h. 93

²¹*Ibid*

peneliti menggunakan beberapa teknik dalam melakukan pengumpulan data, antara lain :

a. Wawancara/*Interview*

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan-keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab atau dengan bertatap muka antara pewawancara dengan responden.²² Secara garis besar ada dua macam pedoman wawancara:

- 1) Pedoman wawancara tidak terstruktur, yaitu pedoman wawancara yang hanya memuat garis besar yang akan ditanyakan, tentu saja kreativitas pewawancara sangat diperlukan, bahkan hasil wawancara dengan jenis pedoman ini lebih banyak tergantung dari pewawancara.
- 2) Pedoman wawancara *terstruktur*, yaitu wawancara yang disusun secara terperinci sehingga menyerupai *Chek-list* dalam hal ini, wawancara hanya membubuhkan tanda \surd (Cek-list) pada nomor yang sesuai. Namun demikian, terdapat pedoman wawancara yang banyak digunakan adalah bentuk "*semistructured*". Dalam hal ini mula-mula interviewer menanyakan serentetan pertanyaan yang sudah restruktur, kemudian satu per satu diperdalam dalam mengorek keterangan lebih lanjut, dengan demikian keterangan yang diperoleh bisa meliputi semua variabel dengan keterangan yang lengkap dan mendalam.²³

Adapun tujuan dalam wawancara, sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Lincoln dan Guba antara lain: mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian, dan lain-lain, merekonstruksi kebulatan demikian sebagai yang dialami masa lalu; memproyeksikan kebulatan-kebulatan sebagai yang diharapkan untuk dialami masa

²²*Ibid*, h. 63

²³*Ibid*, h. 270

yang akan datang, mengubah dan memperluas informasi yang diperoleh dari orang lain dan sebagainya.²⁴

Mendasarkan pada uraian di atas, peneliti menggunakan pedoman wawancara semi struktur, yakni dengan mula-mula peneliti mempersiapkan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan fakta dilapangan atau kejadian sesungguhnya dengan tujuan untuk mengkonstruksiterkait dengan kegiatan-kegiatan yang terdapat dalam sistem jemput investor. Metode ini digunakan untuk menjaring data dari *Manager*, tenaga *Marketing*, dan anggota tabungan yang selanjutnya disebut informan tentang implementasi Sistem jemput bola (investor) di KJKS BMT Mulia Kota Gajah.

b. Observasi/ Teknik Pengamatan

Metode Observasi disebut juga metode pengamatan, yaitu cara pengumpulan data dengan melakukan pengamatan, dan pencatatan secara cermat dan sistematis, secara langsung ataupun tidak langsung.²⁵ Teknik pengamatan menuntut adanya pengamatan dari seorang peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek yang diteliti dengan menggunakan instrumen yang berupa pedoman penelitian dalam bentuk lembar pengamatan atau lainnya.

²⁶Dalam hal ini, teknik pengamatan yang peneliti pergunakan dengan

²⁴*Ibid*, h. 135

²⁵*Ibid*, h. 96

²⁶ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h.

cara tidak terlibat, artinya peneliti tidak terlibat dengan objek yang diamati dalam penelitian ini peneliti berada di luar objek pengamatan.

Teknik ini digunakan untuk mengamati aktivitas tenaga *marketing* dalam melakukan jemput bola investor di KJKS BMT MULIA Kota Gajah.

c. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.²⁷

Teknik ini digunakan untuk mencatat, menyalin, mengandakan data atau dokumen tertulis lainnya.²⁸ Data-data yang penulis kumpulkan berupa data sekunder melalui buku-buku maupun dokumentasi KJKS BMT MULIA Kota Gajah terkait dengan jemput bola investor di KJKS BMT MULIA Kota Gajah.

4. Teknik Analisis Data

Penelitian Kualitatif dimaksudkan untuk menjelaskan atau memperoleh penjelasan mengenai fenomena atau gejala yang diteliti secara umum atau yang lazim disebut sebagai generalisasi.²⁹ Selanjutnya,

²⁷*Ibid*, h. 152

²⁸*Ibid*, h. 97

²⁹*Ibid*, h. 55

Analisis data dalam penelitian kualitatif yaitu membentuk batasan yang diterima atau ditolak oleh teori yang telah ada.³⁰

Sementara penggunaan teknik analisa data dalam satu penelitian kualitatif sangat tergantung pada tujuan penelitian.³¹ Tujuan utama penelitian kualitatif adalah untuk memahami (*tounderstand*) fenomena atau gejala sosial yang menitik beratkan pada gambaran yang lengkap tentang fenomena yang dikaji.³² Adapun data yang dimaksud yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi KJKS BMT MULIA yang diolah dengan menggunakan teknik deskriptif kualitatif.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan keterangan dengan mengacu pada berbagai teori dengan pokok masalah. Dengan demikian, peneliti dapat mengetahui bagaimana penerapan sistem jemput investor di KJKS BMT MULIA Kota Gajah.

Sedangkan analisa yang digunakan yaitu dengan cara berfikir induktif. Adapun cara berfikir atau penalaran induktif/ induksi adalah suatu proses berpikir yang bertolak dari sejumlah fenomena individual untuk menurunkan suatu kesimpulan (inferensi).

Proses penalaran ini mulai bergerak dari penelitian dan evaluasi atas fenomena-fenomena yang ada. Karena semua fenomena harus diteliti dan dievaluasi terlebih dahulu sebelum melangkah lebih jauh ke penalaran

³⁰*Ibid*, h. 63

³¹*Ibid*

³²*Ibid*, h. 36

induktif, maka proses penalaran itu juga disebut sebagai corak berpikir yang ilmiah.³³ Induktif menjelaskan permasalahan-permasalahan khusus (mengandung pembuktian dan contoh-contoh fakta) yang diakhiri dengan kesimpulan yang berupa pernyataan umum.³⁴

Merujuk pada teori di atas, penarikan kesimpulan dalam penelitian ini adalah berangkat dari kejadian atau fenomena dalam strategi jemput investor melalui analogi jemput bola, dalam hal ini strategi jemput investor (penabung) di KJKS BMT MULIA Kota Gajah melalui data-data (wawancara, observasi, dan dokumentasi) sebagai pernyataan-pernyataan bersifat faktual yang telah terkumpul, kemudian di lakukan evaluasi, sehingga menghasilkan kesimpulan yang berdasarkan fakta-fakta bersifat secara khusus dan nyatadanditarik pada kesimpulan yang bersifat secara umum.

³³ Arhamu Iwildan, *artikelmetode-penalaran-deduktif-dan-induktif* dalam www.arhamulwildan.blogspot.co.id/2012/03/metode-penalaran-deduktif-dan-induktif.html, diunduh tanggal 5 Januari 2016

³⁴ [www.wikipedia.org/wiki/Penalaran Metode_induktif](http://www.wikipedia.org/wiki/Penalaran_Metode_induktif) diunduh tanggal 5 Januari 2016

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Sistem Jemput Investor

1. Pengertian Sistem Jemput

Istilah sistem jemput terdiri dari dua padanan kata, yaitu sistem dan jemput. Untuk lebih mendalami makna atau pengertian sistem jemput, maka perlu diuraikan satu persatu dari masing-masing istilah.

Pertama, yaitu istilah sistem. Sistem menunjuk pada sehimpunan gagasan, prinsip, doktrin, hukum dan sebagainya yang membentuk suatu kesatuan yang logis atau dikenal sebagai isi buah pikiran, filsafat tertentu, agama atau bentuk pemerintahan tertentu. Lebih lanjut sistem dipergunakan untuk menunjuk pengertian skema atau metoda pengetahuan organisasi atas susunan sesuatu, atau metoda, tata cara, dalam arti suatu bentuk atau pola pengaturan, pelaksanaan atau pemrosesan dan juga dalam pengertian metoda pengelompokkan, pengkodifikasian dan sebagainya.¹ Sedangkan istilah *kedua* adalah jemput. Kata jemput memiliki sinonim sebagai berikut: Memungut, mencekit, mencomot, menculi, mengambil, mengangkat, menjemput, meraih, meraup.²

Sementara dalam aspek lain sistem didefinisikan sebagai suatu organisasi berbagai unsur yang saling berhubungan satu sama lain. Unsur-unsur tersebut juga saling mempengaruhi, dan saling bekerja sama untuk

¹ Ismail Nawawi, *Ekonomi Islam Perspektif Teori, Sistem dan Aspek Hukum*, (Jakarta: Putra Media Nusantara, 2009), h. 41

² www.sinonimkata.com diunduh tanggal 4 November 2015

mencapai tujuan tertentu.³ Sedangkan pendapat lain mengatakan bahwa sistem merupakan alat untuk mencapai hasil yang diinginkan pada pasar yang dituju (sasaran).⁴

Bertolak pada uraian di atas, investor adalah orang perorangan atau lembaga baik domestik atau non domestik yang melakukan suatu investasi (bentuk penanaman modal sesuai dengan jenis investasi yang dipilihnya) baik dalam jangka pendek atau jangka panjang. Terkadang istilah "investor" ini juga digunakan untuk menyebutkan seseorang yang melakukan pembelian properti, mata uang, komoditi, derivatif, saham perusahaan, ataupun aset lainnya dengan suatu tujuan untuk memperoleh keuntungan.⁵

Memahami kesamaan arti dan maksud pada istilah jemput bola, dengan meminjam istilah jemput bola/ atau yang lebih lazim digunakan menyimpulkan, bahwa sistem jemput investor adalah sebuah gagasan atau prinsip yang digunakan para penyedia jasa maupun penjual produk dalam melakukan kegiatan pemasaran dengan cara menghubungi atau mendatangi langsung anggota/calon nasabah penabung dalam mencapai tujuan yang telah disepakati sebelumnya.

2. Prosedur Jemput Investor

Prosedur diartikan sebagai tahap kegiatan untuk menyelesaikan suatu aktivitas; di sisi lain prosedur juga diartikan sebagai metode langkah demi

³ *Ibid*

⁴ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Ed. 1, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 73

⁵www.wikipedia.org/wiki/Investor diunduh tanggal 20 Januari 2016

langkah secara pasti dalam memecahkan masalah.⁶ Dalam hal ini masalah yang dimaksud adalah terkait dengan permasalahan dalam prosedur jemput investor.

Memahami pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa prosedur merupakan serangkaian aksi yang spesifik, tindakan atau operasi yang harus dijalankan atau dieksekusi dengan cara yang sama agar selalu memperoleh hasil yang sama dari keadaan yang sama, lebih tepatnya, kata prosedur mengindikasikan rangkaian aktivitas, tugas-tugas, langkah-langkah, keputusan-keputusan, perhitungan-perhitungan dan proses-proses yang dijalankan melalui serangkaian pekerjaan yang menghasilkan tujuan yang diinginkan. Sehingga, konsep dalam jemput investor merupakan orientasi dari salah satu kegiatan dalam manajemen yang menekankan pada pencapaian tujuan kebutuhan dan keinginan pasar yang dituju (sasaran) dan kemampuan perusahaan/ organisasi tersebut dalam memenuhi dengan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dari para investor. Secara sederhana, dalam keputusan pembelian suatu barang/jasa oleh konsumen (investor) biasanya akan melewati lima tahapan: (1) pengenalan kebutuhan, (2) pencarian informasi, (penilaian pilihan), (4) pengembalian keputusan, dan (5) perilaku konsumen pasca pembelian.⁷

Terkait dengan pendistribusian terhadap produk/jasa, perusahaan memutuskan pilihan jaringan distribusi yang dipandang efektif dan efisien

⁶ www.kbbi.web.id/prosedur, diakses tanggal 12 November 2015

⁷ M.I.Yusanto dan M.K Widjayakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h. 162-163

untuk menghubungkan produsen dengan konsumen tanpa harus *menzhalimi* pesaing lain. Apakah pola distribusi langsung produsen-konsumen atau pola produsen-agen-distributor-pengecer-konsumen, sehingga dalam hal ini pilihan pola distribusi sangat bergantung pada tingkat efisiensi dan efektivitasnya.⁸

Senada dengan keterangan tersebut, prosedur dalam pemasaran dikatakan sebagai proses atau tahapan yang dilakukan dalam usaha untuk menyediakan dan menyampaikan barang dan jasa yang tepat kepada orang-orang yang tepat pada tempat dan waktu serta harga yang tepat dengan promosi dan komunikasi yang tepat.⁹

Beberapa uraian di atas dapat disimpulkan, bahwa pembuatan produk atau jasa yang diinginkan oleh konsumen harus menjadi fokus kegiatan operasional maupun perencanaan suatu perusahaan. Tahapan dalam perencanaan yang dilakukan secara berkesinambungan dengan adanya koordinasi yang baik, sehingga dapat menciptakan sinergitas di dalam upaya melakukan kegiatan. Dalam hal ini sebuah prosedur biasanya mengakibatkan sebuah perubahan.¹⁰ Sebagaimana dapat diuraikan berikut:

a. Memberikan Layanan Pesan Antar

Salah satu strategi yang bisa dilakukan pelaku pasar untuk memanjakan para konsumennya yaitu dengan memberikan layanan pesan antar guna memenuhi kebutuhan pelanggan. Melalui layanan pesan antar, konsumen tidak perlu repot-repot keluar rumah untuk mendapatkan produk atau jasa yang mereka butuhkan. Tidaklah heran bila sekarang ini layanan pesan antar menjadi salah satu strategi jitu yang diambil pelaku usaha untuk meningkatkan omset penjualannya.

⁸ *Ibid*, h. 172

⁹ Sofjan Assauri, *Ibid*, h. 5

¹⁰ www.wikipedia.org/wiki/Prosedur diunduh tanggal 4 November 2015

b. Menawarkan produk melalui telepon/sms, maupun *email marketing*.

Langkah kedua dapat dijalankan dengan cara menghubungi calon konsumen melalui sms, telepon, maupun mengirimkan penawaran melalui *email marketing*. Meskipun cara ini sudah sering dilakukan para *sales marketing*, namun tidak menutup kemungkinan ada sebagian besar prospek yang akhirnya tertarik membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Misalnya saja seperti mengirimkan katalog produk melalui alamat email, menawarkan produk baru dengan harga khusus melalui sms, atau menghubungi calon konsumen via telpon untuk menawarkan produk baru yang tentunya mereka butuhkan.

c. Terjun langsung ke lapangan untuk menjaring konsumen.

Strategi yang ketiga yaitu mendatangi langsung konsumen untuk mempresentasikan produk atau jasa yang kita tawarkan. Bila sekarang ini strategi *door to door* (promosi dari rumah ke rumah) dirasa kurang efektif, siasat lain yang dilakukan dengan mengadakan kegiatan promosi di acara perkumpulan arisan, menjadi sponsor kegiatan sosial yang ada di lingkungan konsumen, maupun mengikuti *event bazar* dan pameran di seluruh penjuru daerah, sehingga mempermudah konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang ditawarkan.¹¹

Beberapa penerapan prosedur di atas, dapat digarisbawahi bahwa salah satu strategi yang dapat dilakukan terkait dalam memasarkan, dan mengembangkan produk melalui kegiatan terjun langsung lokasi atau pesan antar, sehingga strategi pemasaran suatu produk di atas dianalogkan dengan menjaring sekaligus mengembangkan suatu produk/ pelayanan jasa terhadap nasabah/ investor.

3. Jemput Investor Sebagai Alat Marketing

Secara sederhana sistem jemput Investor dilakukan sebagai penjual (petugas) yang menghampiri/ mendatangi tempat dan tidak menuntut kemungkinan terjadinya penawaran produk tabungan (jangka pendek

¹¹Artikel; tingkatkan-penjualan-dengan-strategi-pemasaran-jemput-bola dalam www.bisnisukm.com diunduh tanggal 4 November 2015

maupun jangka panjang) secara langsung kepada masyarakat sebagai calon/investor (penabung). Sehingga calon/investor (penabung) tersebut akan semakin dimudahkan untuk mendapatkan informasi dan penawaran terkait produk yang mungkin mereka butuhkan. Dalam hal ini sistem jemput Investor dimaksudkan untuk memaksimalkan dalam menjalankan jemput investor secara efektif.

Berkaitan dengan jemput Investor sebagai alat marketing, merupakan strategi dalam pemasaran sebagai rencana menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran. Dengan kata lain, strategi pemasaran dalam jemput Investor merupakan serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha dalam pemasaran dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya sebagai tanggapan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.¹²

Sementara memandang bisnis atas dasar kebutuhan pelanggan dapat menunjukkan peluang pertumbuhan tambahan.¹³ Senada dengan hal tersebut, mengamati kekuatan lingkungan makro yang utama dan lingkungan mikro yang signifikan mempengaruhi kemampuannya dalam menghasilkan laba, sehingga unit bisnis harus menetapkan sistem intelijen pemasaran untuk menelusuri tren dan perkembangan penting serta semua peluang dan ancaman yang berhubungan dengannya. Marketing dapat

¹² Sofjan Assauri, *Ibid*, h. 73

¹³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2013), h. 45

dikatakan sebagai urusan semua orang yang terlibat dalam organisasi, dari direktur utama sampai dengan *office boy* harus menjadi agen pemasar. Hal tersebut terlihat dengan adanya berbagai penerapan strategi dan sistem yang terorganisir sebagai suatu alat dalam usaha menarik konsumen yang salah satu diantaranya adalah Jemput Bola yaitu istilah mendatangi konsumen secara langsung dan aktif melakukan aktivitas pemasaran.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diketahui bahwa jemput investor yang di analogikan dengan jemput bola merupakan bagian dari alat marketing yang merupakan suatu alat yang digunakan dalam menarik minat, setoran tabungan masyarakat baik sebagai calon atau anggota investor (penabung) dengan berbagai sistem yang diterapkan. Sehingga orientasi pelanggan merupakan kunci sukses baik tenaga penjual dan organisasi di masa datang. Perusahaan dan tenaga penjualnya dalam hal ini KJKS BMT harus makin fokus pada apa yang menjadi harapan dan kebutuhan pelanggan. Tugas mengelola hubungan dengan pelanggan bukanlah tugas mudah. Seorang tenaga penjual tidak hanya dituntut melayani pelanggan dengan baik saja, tetapi juga dituntut untuk dapat mencapai target penjualan, target pelanggan dan target keuntungan yang telah ditetapkan oleh perusahaan melalui manajer penjualan.

B. INVESTOR

1. Definisi Investor

Secara bahasa, investor berasal dari kata dasar investasi, sehingga dalam hal ini perlu di uraikan terlebih dahulu penjelasan makna investasi. Pada umumnya investasi merupakan suatu istilah yang berhubungan dengan keuangan dan ekonomi, *to use (money) make more money out of someting that expected to increase in value*. Istilah tersebut berkaitan dengan akumulasi suatu bentuk aktiva dengan suatu harapan mendapatkan keuntungan di masa depan. Terkadang, investasi disebut juga sebagai penanaman modal. Artinya investasi dapat diartikan sebagai pengeluaran yang ditujukan untuk meningkatkan atau mempertahankan stok barang modal.¹⁴

Uraian di atas menjelaskan bahwa investor adalah orang atau pihak tertentu yang melakukan penanaman modalnya untuk melakukan atau menjalankan suatu bidang usaha tertentu. sehingga dapat dikatakan sebagai suatu tindakan yang dilakukan menjanjikan keamanan dana pokok dan memberikan keuntungan. Selain sebagai komponen pengeluaran kedua sesudah konsumsi. Investasi bersumber dari dana masyarakat yang ditabung melalui lembaga-lembaga keuangan untuk kemudian disalurkan kepada perusahaan-perusahaan dalam usaha memperoleh laba yang sebesar-besarnya.¹⁵

¹⁴ Abdul Aziz, *Manajemen Investasi Syariah*, (Bandung, Alfabeta, 2010), h. 29

¹⁵ *Ibid...*, h. 29

2. Bentuk-bentuk Investasi

Investasi adalah suatu aset yang digunakan perusahaan untuk pertumbuhan kekayaan (*accretion of wealth*) melalui distribusi hasil investasi untuk apresiasi nilai investasi atau untuk manfaat lain bagi perusahaan yang berinvestasi seperti manfaat yang diperoleh melalui hubungan perdagangan.¹⁶ Sementara Investasi di Investor (*Investing in Investors*), berinvestasi di investor lain. dianalogikan sederhana yakni berpartisipasi yang terbaik. Dalam cara lain bisa pula melalui *private funds*. Artinya beberapa investor ternama juga berinvestasi di investor lain.¹⁷ Adapun dalam bentuk investasi lain, pada umumnya yang terdapat dalam investasi konvensional ada 3 (tiga) pokok, yaitu:

- a. Investasi tanah diharapkan dengan bertambahnya populasi dari penggunaan tanah, harga tanah akan meningkat di masa depan.
- b. Investasi pendidikan dengan bertambahnya pengetahuan dan keahlian, diharapkan pencarian kerja dan pendapatan lebih besar.
- c. Investasi saham diharapkan perusahaan mendapatkan keuntungan dari hasil kerja atau penelitian.¹⁸

Penyimpulan terhadap ketiga bentuk investasi konvensional di atas, merupakan keputusan rasional, karena keputusan berdasarkan pertimbangan rasional. Sementara beberapa macam bentuk investasi yang dapat diterapkan yaitu: investasi pasar modal syariah, investasi saham syariah, investasi obligasi syariah, investasi reksadana syariah, investasi asuransi syariah, serta investasi instrumen publik (zakat, Infaq, Shadaqah,

¹⁶ Sukirno Agoes, *Petunjuk Praktis Pemeriksaan Akuntan Oleh Akuntan Publik*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), h. 218

¹⁷<http://bolasalju.com/2012/08/28/macam-macam-investor/>, diunduh 15 November 2015

¹⁸ Abdul Aziz, *Manajemen Investasi Syariah...*, h. 34

dan wakaf).¹⁹ Selain sebagai wahana untuk mempertemukan pihak yang membutuhkan dana dengan pihak yang menyediakan dana sesuai dengan aturan yang ditetapkan oleh lembaga dan profesi yang berkaitan.²⁰

Selanjutnya, menurut Syafi'i Antonio dalam pelaksanaan transaksi/ akad yang diterapkan/ dilakukan sesuai dengan prinsip investasi syari'ah adalah *mudharabah*.²¹ Selanjutnya secara teknis *al-mudharabah* adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak, di mana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara *mudharabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian si pengelola²² Sedangkan dalam bagiannya secara garis besar *mudharabah* terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

1) Mudharabah Muthlaq (*tidak terikat*)

Mudharabah muthlaqah adalah bentuk kerja sama antara *shahibul maal* dan *mudharib* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis.²³

- a. *Shahibul Maal* tidak memberikan batasan-batasan (*restriction*) atas dana yang diinvestasikannya. Mudharib diberi wewenang penuh

¹⁹ *Ibid...*, h. x

²⁰ Abdul Aziz, *Manajemen Investasi Syariah...*, h. 61-62

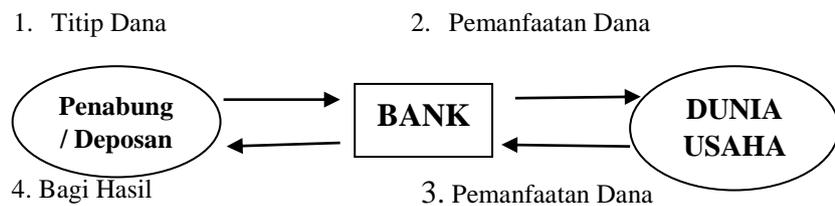
²¹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Teori dan Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h. 95

²² *Ibid*

²³ *Ibid*, h. 97

mengelola dana tersebut tanpa terikat waktu, tempat, jenis usaha, dan jenis pelayanannya.

- b. Aplikasi perbankan yang sesuai dengan akad ini ialah time deposit biasa. Adapun skema *mudharabah muthlaq* dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber: Muhammad Syafi'i Antonio (skema *mudharabah muthlaq*), dalam *Bank Syariah: Teori dan Praktik*, Jakarta, Gema Insani Press, 2001, h. 151).

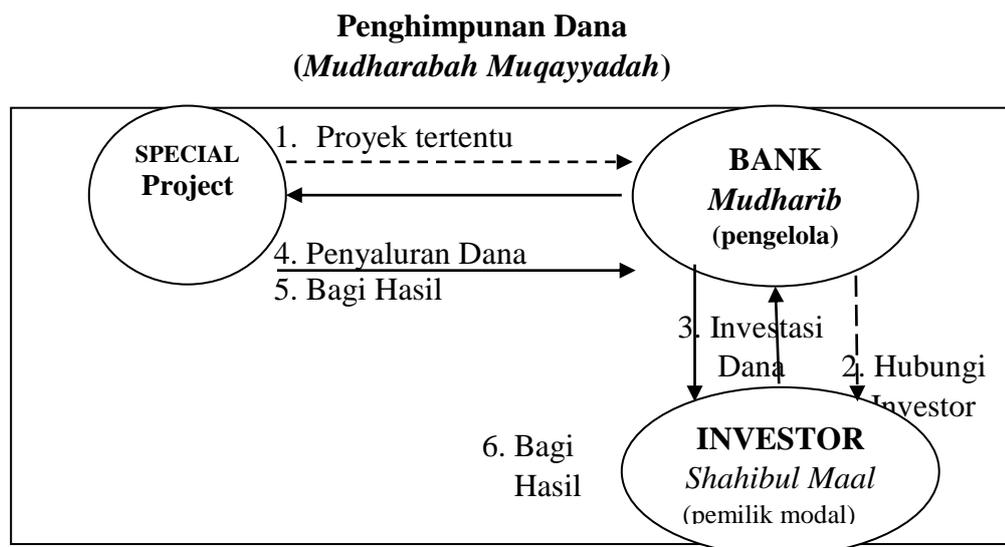
Berdasarkan skema *mudharabah muthlaq* di atas, terdapat beberapa hal yang sangat berbeda secara fundamental dalam hal *nature of relationship between bank and customers* pada bank konvensional.

- Penabung atau deposan di bank syari'ah adalah investor dengan sepenuh-penuhnya makna investor. Dia bukanlah lender atau creditor bagi bank seperti halnya dibank umum. Dengan demikian, secara prinsip, penabung dan deposan *entitled* untuk *risk* dan *return* dari hasil usaha bank.
- Bank memiliki dua fungsi kepada deposan atau penabung, ia bertindak sebagai pengelola (*mudharib*), sedangkan kepada dunia usaha, ia berfungsi sebagai pemilik dana (*shahibul maal*). Dengan demikian, baik "ke kiri maupun ke kanan", bank harus *sharing risk* dan *return*.
- Dunia usaha berfungsi sebagai pengguna dan pengelola dana yang harus berbagi hasil dengan pemilik dana, yaitu bank. Dalam pengembangannya, masalah pengguna dana dapat juga menjalin hubungan dengan bank dalam bentuk jual beli, sewa, dan *fee based services*.²⁴

²⁴ *Ibid*, h. 151

2) Mudharabah Muqayyadah (Terikat)

Mudharabah Muqayyadah atau *restricted mudharabah/specified mudharabah* adalah kebalikan dari *mudharabah muthlaqah*, yakni *mudharib* dibatasi dengan batasan jenis usaha, waktu, atau tempat usaha. Adanya pembatasan ini seringkali mencerminkan kecenderungan umum *shahibul maal* dalam memasuki jenis dunia usaha.²⁵ a, *Shahibul maal* memberikan batasan atas dana yang diinvestasikannya. *Mudharib* hanya bisa mengelola dana tersebut sesuai dengan batasan yang diberikan oleh *shahibul maal*. Misalnya, hanya untuk jenis usaha tertentu saja, tempat tertentu, waktu tertentu, dan lain-lain, b. Aplikasi perbankan yang sesuai dengan akd ini ialah *special Investment*, c. *Special investement* melalui *mudharabah muqayyadah*. Adapun *mudharabah muqayyadah* dapat digambarkan dalam skema berikut:



²⁵ *Ibid*

Sumber: Muhammad Syafi'i Antonio (skema *mudharabah Mudharabah Muqayyadah*), dalam *Bank Syariah: Teori dan Praktik*, Jakarta, Gema Insani Press, 2001, h. 152).

Keterangan:

Dalam investasi dengan menggunakan konsep pihak bank terikat dengan ketentuan-ketentuan yang telah disepakati oleh *shahibul maal*, misalnya: Jenis investasi, waktu dan tempat. Terkait dengan akad yang digunakan dalam jenis investor yang berasal dari beberapa jenis tabungan, sebagaimana pendapat Muhammad Syafi'i Antonio bahwa seseorang yang ingin menabung di bank Syariah (termasuk KJKS/BMT) dapat memilih antara akad *al-wadi'ah* atau *al-mudharabah*. Meskipun jenis produk tabungan di bank Syariah (termasuk di BMT) mirip dengan bank konvensional, yaitu giro, tabungan, dan deposito.²⁶ Namun demikian, peneliti hanya menguraikan teori yang ada terkait produk dari simpanan (tabungan) di KJKS BMT.

Bank syariah (termasuk KJKS/BMT) menerapkan dua akad dalam tabungan, yaitu *wadiah* dan *mudharabah*. Tabungan yang menerapkan akad *wadi'ah* mengikuti prinsip-prinsip *wadi'ah yad ad-dhamanah*. Sedangkan tabungan yang menerapkan akad *mudharabah* mengikuti prinsip-prinsip akad *mudharabah*.

Diantaranya sebagai berikut: *Pertama*, keuntungan dari dana yang digunakan harus dibagi antara *shahibul maal* (dalam hal ini nasabah) dan *mudharib* (dalam hal ini bank). *Kedua*, adanya tenggang waktu antara dana

²⁶ *Ibid*, h. 155

yang diberikan dan pembagian keuntungan (nisbah), karena untuk melakukan investasi dengan memutar dana diperlukan waktu yang cukup.²⁷ Adapun ketentuan teknis tabungan yang berlaku pada industri perbankan Syariah (termasuk KJKS/BMT) pada umumnya juga berlaku dalam tabungan syariah. Misalnya, nasabah harus menyerahkan fotokopi KTP, mengisi formulir, menandatangani spesimen tanda tangan. Demikian pula dalam hal ketentuan pembukaan dan penutupan rekening, penarikan dan pemindahan dana, dan sebagainya.²⁸

Selanjutnya, Bank syariah (termasuk KJKS/BMT) menerapkan akad *mudharabah* untuk deposito. Seperti dalam tabungan, dalam hal ini nasabah (deposan) bertindak sebagai *shahibul maal* dan bank selaku *mudharib*. Penerapan *mudharabah* terhadap deposito dikarenakan kesesuaian yang terdapat antara keduanya. Misalnya, seperti yang dikemukakan sebelumnya (penjelasan tentang tabungan) bahwa akad *mudharabah* mensyaratkan adanya tenggang waktu penyeteroran dan penarikan agar dana itu bisa diputar. Tenggang waktu ini merupakan salah satu sifat deposito, bahkan dalam deposito terdapat pengaturan waktu, seperti 30 hari, 90 hari, dan seterusnya.²⁹

Sementara ketentuan teknis dalam deposito mengikuti ketentuan bank syariah, seperti syarat-syarat pembukaan, penutupan, formulir pembukaan, bilyet, spesimen, tanda tangan, dan sebagainya. Sebagaimana tabungan yang berdasarkan prinsip *mudharabah*, deposito yang

²⁷ *Ibid*, h. 156

²⁸ *Ibid*

²⁹ *Ibid*, h. 157

berdasarkan mudharabah juga mendapatkan keuntungan/bagi hasil dari keuntungan bank/yang diperoleh.³⁰

3. Tujuan Investasi Syariah

Peranan syari'ah dalam ekonomi perilaku masyarakat yang dibutuhkan dalam kegiatan ekonomi akan efektif jika masyarakat dapat menerima tanpa keberatan dan dijalankan dengan ikhlas akan nilai-nilai Islam dan ajaran-ajarannya. Penerimaan dan pelaksanaan perilaku tersebut cenderung menjadi baik apabila perilaku tersebut mengikuti aturan (syari'ah).³¹ Sebagaimana pendapat Imam al-Ghazali yang dikutip Abdul Aziz menjelaskan, bahwa tujuan syari'at bagi manusia adalah untuk meningkatkan kesejahteraan seluruh manusia yang terbagi dalam lima faktor, yaitu: Pertama, menjaga agama (*hifdzu al-dien*), kedua, menjaga kehidupan (*hifdzu al-nafs*), ketiga menjaga akal (pikiran) (*hifdzu al-'aql*), keempat, menjaga keturunan (generasi) (*hifdzu al-nasl*), kelima menjaga harta benda (*hifdzu al-mal*).³²

Memperjelas tujuan investasi pemeliharaan terhadap lima faktor di atas bukan hanya sebagai dasar atas kepentingan individu, akan tetapi merupakan penjaminan terhadap kepentingan publik. Sehingga pemeliharaan terhadap harta benda, membawa pada orientasi cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian. Artinya faktor harta benda (kekayaan) menjadi tujuan terakhir dari kelima tujuan syari'ah,

³⁰ *Ibid*

³¹ Abdul Aziz. *Ibid*, h. 44

³² *Ibid*

karena, jika kekayaan ditempatkan menjadi tujuan utama. Sementara dalam pandangan konsep pemasaran, bahwa tujuan tersebut dapat dicapai melalui kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dipenuhi melalui kegiatan pemasaran yang terpadu.³³

4. Prinsip Sebagai Investor

Prinsip-prinsip Islam dalam kegiatan investasi harus diperhatikan setidaknya mencakup lima aspek, yaitu:

1. Tidak mencari rizki pada hal yang haram, baik dari segi zatnya maupun cara mendapatkannya, serta tidak menggunakannya untuk hal-hal yang haram.
2. Tidak *men-dzalimi* dan tidak di-*dzalimi*
3. Keadilan pendistribusian pendapatan
4. Transaksi dilakukan atas dasar ridha sama *ridha/ an-taradin*
5. Ketidakadaan unsur riba, *mayisir* (perjudian/spekulasi), dan *gharar* (ketidakjelasan/samar-samar).³⁴

Beberapa prinsip di atas dapat disimpulkan, bahwa kegiatan investasi di atas mengacu pada hukum syariat (Islam) yang berlaku. seperti perputaran modal pada kegiatan investasi yang tidak boleh disalurkan kepada jenis industri yang melaksanakan kegiatan-kegiatan yang diharamkan/melanggar syariat Islam. Sementara unsur suka sama suka

³³ *Ibid*, h. 85

³⁴ *Ibid*, h. 16-17

(saling rela), tidak terdapat unsur pemaksaan, tidak ada pihak yang *ter-dhzalimi* maupun yang *men-dhzalimi*, dilakukan dengan transparan merupakan bentuk transaksi yang harus dijalankan dalam melakukan investasi berbasis syari'ah.

BAB III

HASIL PENELITIAN

A. Profil KJKS BMT Mulia Kota Gajah

1. Sejarah Singkat KJKS BMT Mulia Kota Gajah

Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) BMT Mulia merupakan gerakan koperasi yang dalam kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang didirikan pada tanggal 01 Januari 2003 oleh kalangan pengusaha ekonomi lemah, pedagang eceran, petani dan beberapa tokoh masyarakat kampung yang tergabung dalam Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) dengan bimbingan dari Pusat Inkubasi Bisnis dan Usaha Kecil (PINBUK) provinsi Lampung.¹Selanjutnya, pada tanggal 06 Desember 2003, KJKS BMT Mulia mendapat legalitas Badan Hukum Koperasi dari Dinas Koperasi Kabupaten Lampung Tengah dengan Nomor16/BH/D.15/3.1/XII/2003 sebagai Koperasi Baitul Maal wa Tamwil (Koperasi BMT). Berdasarkan Keputusan Menteri Negara Umum Urusan Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) Nomor 91/KEP/M.KUKM/IX/2004 tentang petunjuk pelaksanaan kegiatan usaha koperasi jasa keuangan syari'ah dengan Surat Keputusan Nomor 06/BH/PAD/3.1/I/2006.²

¹*Dokumentasi*, Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) BMT Mulia Sritejo Kencono Kota Gajah Lampung Tengah

²*Ibid*

2. Visi , Misi dan Tujuan KJKS BMT Mulia Kota Gajah

Visi, misi, dan tujuan Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah (KJKS) BMT Mulia Sritejokencono Kota Gajah sebagai berikut:

a. Visi:

Menjadi 10 besar Koperasi Jasa Keuangan Syariah di Wilayah Provinsi Lampung.

b. Misi:

- 1) Menerapkan prinsip-prinsip dalam kegiatan ekonomi masyarakat
- 2) Memberdayakan kalangan pengusaha, pedagang, petani kecil, mikro dan pengusaha lemah agar mampu berdaya saing tinggi
- 3) Membina kepedulian umat kepada kaum du'afa secara berpola dan berkesinambungan

c. Tujuan:

Meningkatkan kesejahteraan jasmaniyah dan ruhaniyah anggota khususnya, dan masyarakat pada umumnya melalui kegiatan ekonomi serta pendukung lainnya.³ Selain visi, misi, dan tujuan Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah (KJKS) BMT Mulia memiliki prinsip pada sifat keterbukaan (transparan), suka rela (*ridha*), terpadu (integral), dan berorientasi pada keuntungan (*bisnis oriented*), selanjutnya, dalam menjalankan kegiatan usahanya Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah (KJKS) BMT Mulia memiliki peran sebagai berikut:

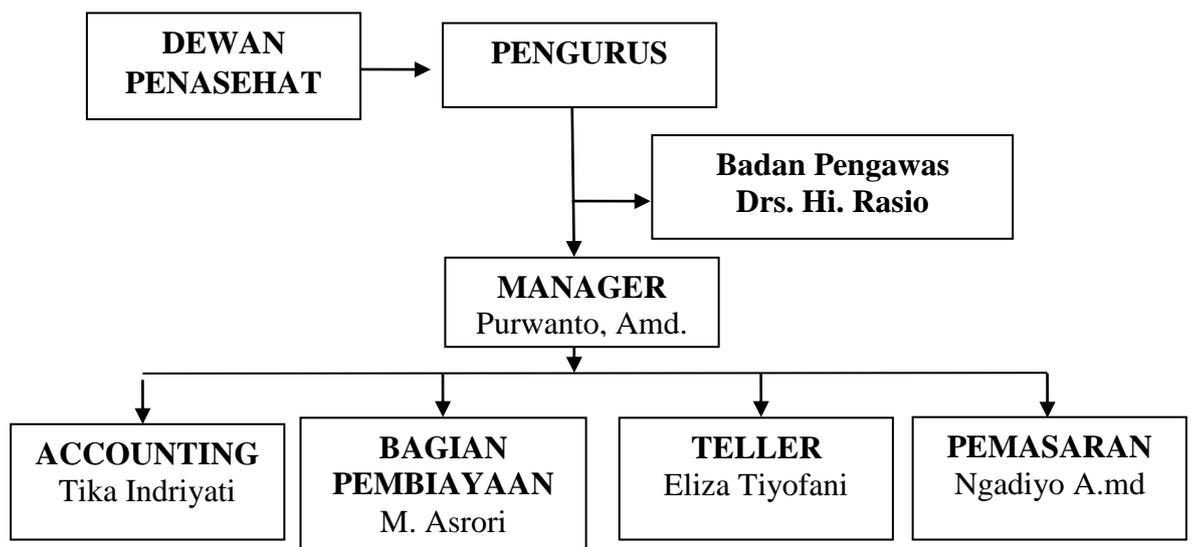
- 1) Sebagai motor penggerak perekonomian masyarakat lapisan bawah dan Islami

³*Ibid*

- 2) Mengorganisir dana agar berkembang dan berputar dikalangan anggota dan umat
- 3) Menegmbangkan dan membuka lapangan pekerjaan
- 4) Mendukung masyarakat lapisan bawah untuk ikut dalam pembangunan
- 5) Memperkokoh usaha yang dijalankan anggota⁴

Beberapa keterangan di atas menyimpulkan, Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah (KJKS) BMT Mulia tidak hanya mempersiapkan keperluan hidup para anggotanya, akan tetapi memiliki orientasi kepada umat Islam dan generasi mendatang, selain itu Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah (KJKS) BMT Mulia menjalin kemitraan kepada seluruh lapisan masyarakat dalam mengembangkan ekonomi/ usahanya yang berlandaskan dan berdasarkan nilai-nilai syariah (Islami).

3. Struktur Organisasi KJKS BMT Mulia Kota Gajah



(Sumber: *Dokumentasi: Struktur Kepunguran BMT Mulia Kota Gajah*)⁵

⁴*Ibid*

B. Produk dan Layanan Jasa di KJKS BMT Mulia Kota Gajah

1. Produk-Produk di KJKS BMT Mulia Kota Gajah

Produk-produk penghimpunan dana simpanan (*Founding*) KJKS BMT Mulia Kota Gajah menggunakan prinsip bagi hasil (*profit and loss sharing*), diantaranya sebagai berikut:

a) Produk-produk Penghimpun Dana Simpanan

Penghimpun dana di KJKS BMT Mulia dilakukan dengan atau melalui dana bentuk simpanan yang kemudian terbagi menjadi beberapa jenis produk penghimpun dana diantaranya yaitu⁶:

1. Simpanan Arisan Ta'awun Mulia
2. Simpanan *Mudharabah* Mulia (SIMULI)
3. Simpanan *Wadi'ah* Mulia (SIWALI)
4. Simpanan *Tarbiyah* Mulia (SITARLI)
5. Simpanan Berjangka Syari'ah (SIJAKOP)

Adapun perbandingan jangka waktu dan tingkat bagi hasil untuk simpanan berjangka syari'ah adalah sebagai berikut:⁷

Tabel 1
Perbandingan Jangka Waktu dan
Tingkat Bagi Hasil Simpanan Berjangka Syari'ah

Jangka waktu	KJKS BMT Mulia	Anggota/Calon Anggota
3 bulan	50%	50%
6 bulan	45%	55%
12 bulan	40%	60%

⁵*Ibid*

⁶ *Ibid*

⁷*Ibid*

Berdasarkan tabel di atas, salah satu keuntungan yang terdapat pada simpanan berjangka syari'ah yaitu: Tidak dibebani biaya administrasi, bagi hasil keuntungan diberikan tiap bulan atau ditransfer ke rekening simpanan anggota, dapat sebagai jaminan pembiayaan pada KJKS BMT Mulia Kota Gajah.

b) Produk Pembiayaan

Penyaluran dana di Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah BMT Mulia biasa disebut dengan istilah pembiayaan (kredit dengan strategi syari'ah) kepada anggota yang dapat digunakan untuk keperluan konsumtif, produktif (pengembangan usaha atau investasi) maupun modal kerja yang jenisnya antara lain⁸:

1. Pembiayaan *Musyarakah*
2. Pembiayaan *Mudharabah*
3. Pembiayaan *Murabahah*
4. Pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil*
5. *Qordhul Hasan*.

2. Layanan Jasa KJKS BMT Mulia Kota Gajah

Layanan jasa di KJKS BMT Mulia dapat menjadi pembanding dan menjadikan lebih unggul dari BMT lain di Provinsi Lampung sehingga pencapaian visi dan misi dapat dicapai karena layanan jasa ini. Layanan jasa atau transaksi yang dapat dilakukan di KJKS BMT Mulia ini

⁸ *Ibid*

diantaranya: a), Pembayaran tagihan telepon, b), tagihan listrik, c), angsuran, d), Transaksi antar bank, dan e), transaksi *online*.⁹

Terkait dengan pelayanan jasa, KJKS BMT Mulia juga melaksanakan perannya sebagai *Baitul Maal Wa At-Tamwil* yakni sebagai pengumpulan dan penyalur zakat dari para muzakki, infaq, dan shadaqah (ZIS) kepada para *mustahiq* zakat khususnya di wilayah/ yang menjadi objek dan daerah sasaran produknya, dan Umat Islam pada umumnya. Serta kegiatan penyuluhan dan sosialisasi yang dilakukan untuk mengarahkan serta melakukan pembinaan kepada seluruh anggota, calon anggota, dan masyarakat pada umumnya agar dapat berperan aktif dalam mengembangkan perekonomian berbasis syariah.¹⁰

3. Jenis Investastor Pada KJKS BMT Mulia

Secara umum investor di KJKS BMT Mulia Kota Gajah terdiri dari tiga macam, yaitu:

- a. Investor bersifat Tabungan/ Simpanan Biasa
- b. Investor bersifat Tempo/ Simpanan Si Jakop
- c. Pihak Ketiga/ Bank Syariah.¹¹

Memperjelas macam-macam investor di KJKS BMT Mulia Kota Gajah di atas, dapat disimpulkan bahwa investor di KJKS BMT Mulia terdiri dari permodalan sendiri yang terdiri dari investor yang bersifat tempo (simpanan pokok khusus), maupun simpanan wajib dari seluruh

⁹ *Dokumentasi*, RAT (Rapat Anggota Tahunan) KJKS BMT Mulia Kota Gajah

¹⁰ *Ibid*

¹¹ *Wawancara*, Purwanto, Manager KJKS BMT Mulia Kota Gajah, Selasa, tanggal 23 Februari 2016

anggota maupun calon anggota. Besarnya modal (simpanan wajib dari seluruh anggota maupun calon anggota) sendiri tersebut mencerminkan kekuatan dalam mengembangkan pemasaran produk dan jasa bagi KJKS BMT mulia. Karena pada dasarnya dari jumlah/nominal modal sendiri inilah para pengurus menjalankan usaha-usaha dalam pelayanan baik produk maupun jasa untuk melayani kebutuhan dari para anggota lainnya. Hal tersebut menunjukkan adanya permodalan yang berasal dari modal sendiri yang kuat dapat memberikan kemudahan dalam mengatur dan mengelola jalannya usaha jasa (jasa produk dan pelayanan jasa) dan mengembangkan target/sasaran dalam memasarkan produk dan layanan jasa KJKS BMT Mulia. Sedangkan investor yang bersifat tabungan biasa yang berasal dari para penabung biasa, seperti simpanan pendidikan (serta sumber dana/ permodalan dari perbankan dan non bank syariah merupakan pihak ketiga dalam sumber permodalan di KJKS BMT Mulia Kota Gajah.

Adapun sumber permodalan dari pihak ketiga yang dimaksud diantaranya yaitu: Bank Muamalat Indonesia, Inkopseyah BMT, Puskopseyah Lampung. Selain itu, pengurus KJKS BMT Mulia Kota Gajah telah berupaya keras untuk menambah sumber permodalan pada bank syariah lainnya serta melalui lembaga pengelola dana bergulir (LPDB) Kemenekop, serta pihak non bank seperti PT. Perhimpunan BMT Indonesia yang merupakan lembaga keuangan sumber pembiayaan tempat bernaungnya BMT se-Indonesia.¹²

¹² *Dokumentasi* , RAT (Rapat Anggota Tahunan) KJKS BMT Mulia Kota Gajah

Selain berasal dari ketiga macam investor di KJKS BMT Mulia di atas, juga terdapat beberapa investor dari beberapa macam produk yang bersifat tabungan, seperti: tabungan hari raya, simpanan Arisan Ta'awun Mulia, simpanan pendidikan, simpanan Qurban, Simpanan Walimah. Sebagaimana yang telah dijelaskan pada sub bab sebelumnya. Namun selain investor yang bersifat penabung, para nasabah dalam hal ini pengguna produk atau jasa di KJKS BMT Mulia juga terdaftar sebagai investor tidak tetap, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa para investor di KJKS BMT Mulia terdiri dari investor tetap dan tidak tetap, investor tetap terdiri dari anggota tetap, sedangkan investor tidak tetap terdiri dari nasabah/pengguna produk dan jasa layanan di KJKS BMT Mulia Kota Gajah.

4. Syarat dan Ketentuan Investor Pada KJKS BMT Mulia

Pada dasarnya kriteria keanggotaan sebagai investor pada KJKS BMT Mulia yakni mereka/ para anggota yang ikut dalam tahapan proses pendirian BMT Mulia, sebagaimana yang tertuang dalam dokumen RAT dijelaskan bahwa:

“Pada saat pendirian BMT Mulia (nama sebelum KJKS) memerlukan persyaratan utama yaitu kecukupan jumlah minimal anggota, dan nominal modal berupa simpanan pokok khusus, dan simpanan wajib sesuai kesepakatan bersama. Selanjutnya, sejak tahun 2006 atau setelah mendapat pengesahan (legalitas) dari Menteri Negara Urusan Perkoprasian Usaha Kecil dan Menengah, Secara hukum BMT Mulia berubah menjadi

Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) BMT Mulia, sehingga kriteria keanggotaannya dirubah / disesuaikan dengan Anggaran Dasar KJKS BMT Mulia pasal 6-13 berubah menjadi: a). Anggota; lunas simpanan pokok, simpanan wajib, dan tercatat di buku daftar anggota, b). Calon anggota; belum lunas simpanan pokok dan simpanan wajib. c). Anggota luar biasa; mereka yang tidak masuk kriteria sesuai anggaran dasar KJKS BMT Mulia.

Adapun komponen modal yang berasal dari modal sendiri/ anggota tetap di JKS BMT Mulia Kota Gajah sebagaimana terlihat dalam tabel berikut:

Tabel 2
Perkembangan Modal KJKS BMT Mulia Kota Gajah

No.	Komponen Modal	Tahun 2014/ (Rp.)	Tahun 2015/ (Rp.)
1.	Simpanan Pokok	95.545.581	106.145.581
2.	Simpanan Pokok Khusus	72.039.787	73.985.787
3.	Simpanan Wajib	35.061.961	41.523.961
4.	Simpanan Karyawan	72.287.550	84.097.550
5.	Donasi & Hibah	20.927.397	20.927.397
6.	Dana Cadangan	63.225.596	63.245.598

(Sumber: Dokumentasi, RAT (Rapat Anggota Tahunan)¹³)

Berkaitan dengan syarat dan ketentuan sebagai investor di KJKS BMT Mulia, maka syarat dan ketentuan untuk menjadi investor di KJKS BMT Mulia terdapat beberapa syarat dan ketentuan yang harus dilakukan

¹³ Dokumentasi , RAT (Rapat Anggota Tahunan) KJKS BMT Mulia Kota Gajah

dan di taati sebagai bentuk loyalitas para investor terhadap KJKS BMT Mulia Kota Gajah.

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan Bapak Purwanto selaku manager di KJKS BMT Mulia, bahwa:

“Syarat dan ketentuan untuk menjadi investor di KJKS BMT Mulia Kota Gajah yaitu : a). Harus menjadi anggota koperasi (dalam hal ini koperasi yang dimaksud adalah KJKS BMT Mulia), dan b). Mentaati (mengerti dengan kesepakatan yang telah disepakati di awal).¹⁴

Senada dengan keterangan di atas, Menurut Tika Indriyati selaku petugas *Accounting* di KJKS BMT Mulia mengatakan, bahwa:

“Keharusan menjadi anggota serta menaati peraturan yang ada merupakan syarat mutlak, adapaun dalam mengklarifikasi persyaratan tersebut, terdapat beberapa data/ dokumen yang kami butuhkan, seperti foto Copy KTP, KK, jumlah/ nominal modal atau pinjaman (layaanan dalam pembiayaan), jaminan, jarak dan lokasi tempat tinggal nasabah harus sesuai alamat yang sesuai dengan KK/ KTP, atau surat keterangan domolisi yang diketahui oleh perangkat desa, dan jenis usaha yang dilakukan nasabah merupakan syarat yang harus disediakan oleh calon investor”.¹⁵

Keterangan di atas menegaskan bahwa, persyaratan dan ketentuan sebagai investor yang diuraikan bersifat sebagai penabung (pengguna

¹⁴ *Wawancara*, Purwanto, *Manager* KJKS BMT Mulia Kota Gajah, Selasa, tanggal 23 Februari 2016

¹⁵ *Wawancara*, Tika Indriyati, *Accounting* KJKS BMT Mulia Kota Gajah, Selasa, tanggal 23 Februari 2016

produk simpanan), namun berlaku pada nasabah pengguna jasa pembiayaan, artinya bukan sebagai pemilik modal utama di KJKS BMT Mulia. Selanjutnya, persyaratan dan ketentuan atas kelengkapan dokumen merupakan hal yang mutlak dibutuhkan, seperti: untuk mengetahui perkembangan usaha yang dilakukan oleh nasabah pengguna jasa layanan pembiayaan di KJKS BMT Mulia. Sehingga dalam hal ini, strategi jemput investor secara khusus difokuskan kepada anggota tetap, sedangkan untuk anggota tidak tetap (simpanan biasa dan berjangka) dan pengguna layanan jasa pembiayaan (peminjam) modal, sebelum dilakukan penjemputan, hal yang dilakukan oleh petugas terlebih dahulu menghubungi nasabah melalui via hand phone. Hal tersebut dilakukan tidak hanya untuk meningkatkan pendapatan operasional suatu lembaga keuangan namun juga dilakukan untuk membuat kepuasan dan kesetiaan nasabah tidak merasa (ada beban moral) di masyarakatnya (tetangga).

Keloyalan petugas marketing menjadi penentu bagi terwujudnya kesetiaan para anggota/ nasabah di KJKS BMT Mulia Kota Gajah. Lebih lanjut, terkait dengan pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan strategi jemput investor adalah sebagian besar anggota/ investor sangat merasa senang jika setiap hari petugas marketing mendatangi mereka. Bahkan bukan hanya untuk anggota pendanaan akan tetapi juga pada anggota pembiayaan, mereka bisa mengangsur tanpa harus ke kantor KJKS BMT Mulia hal tersebut juga sekaligus berfungsi untuk

meminimalisir adanya keterlambatan pada pembiayaan, baik iuran wajib bagi anggota, maupun angsuran pinjaman.

5. Strategi Jemput Investor Pada KJKS BMT Mulia Kota Gajah

Meminjam istilah “jemput bola”/ atau yang lazim digunakan dalam pemasaran suatu produk, strategi jemput investor di KJKS BMT Mulia Kota Gajah merupakan sebuah gagasan atau prinsip yang digunakan dalam melakukan kegiatan terkait dengan pemasaran produk atau layanan jasa dengan cara menghubungi atau mendatangi langsung para investor/ anggota khusus, baik yang berasal dari anggota simpanan khusus KJKS BMT Mulia Kota Gajah.

Strategi jemput investor di KJKS BMT Mulia Kota Gajah merupakan strategi pemasaran yang dilakukan dengan cara petugas *marketing* secara langsung mendatangi tempat tinggal anggota khusus. Sedangkan penentuan target/ sasaran nasabahnya, mulai proses akad, penarikan, penyetoran dana tabungan atau pinjaman dapat dilakukan melalui media *hand Phone*. Sehingga anggota/nasabah cukup menunggu dirumah/ atau dipasar (tempat kerja), setelah itu petugas *marketing* akan mengambil/ mendatangi sendiri kerumah (*dor to dor*) atau tempat usaha anggota. Bertolak dari hal tersebut, menurut Ngadiyo yang memiliki jabatan di KJKS BMT Mulia sebagai *marketing*, bahwa: “Strategi jemput investor KJKS BMT Mulia Kota Gajah dilakukan dengan menggunakan tiga tahapan *marketing* , yaitu:

- a) *Marketing collecting*, yaitu petugas/ karyawan yang memiliki tugas menarik angsuran pembiayaan atau simpanan anggota.
- b) *Marketing eksekutif*, bertugas mencari anggota dan menarik angsuran pembiayaan atau simpanan anggota,
- c) *Senior Marketing* yang bertugas mencari anggota dan menarik angsuran pembiayaan atau simpanan, serta *men-survei* calon anggota yang mengajukan pembiayaan.¹⁶

Mengacu pada keterangan di atas, istilah “jemput investor” merupakan analogi dari strategi jemput bola yang merupakan suatu cara atau kegiatan pemasaran yang dilakukan sebagaimana KJKS pada umumnya, sedangkan jemput investor di KJKS BMT Mulia Kota Gajah dilakukan sebagai salah satu strategi dalam pemasaran sekaligus menghimpun dana dari para anggota khusus/nasabah khusus, dalam hal ini yang dimaksud adalah para investor khusus, sehingga dapat mempermudah, serta menghemat waktu mereka untuk melakukan transaksi tanpa harus mengantri/ menunggu dalam pelayanannya, seperti: kegiatan menabung atau melakukan penanaman modal/uang, dalam hal ini pihak pengelola/ KJKS BMT Mulia memiliki hak dalam pengawasan dan pembinaan usaha terhadap para anggota investor untuk meminta bukti dari laporan hasil usahanya yang didasarkan pada bukti/pendukung yang dapat dipertanggungjawabkan.

¹⁶Wawancara, Ngadiyo, *Marketing* KJKS BMT Mulia Kota Gajah, Kota Gajah, Selasa, tanggal 23 Februari 2016

Beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa, fungsi dan tujuan strategi dalam pemasaran produk melalui strategi Jemput Investor di KJKS BMT Mulia adalah sebagai berikut:

- 1) Memudahkan para anggotanya dalam melakukan transaksi pendanaan,
- 2) Menghemat waktu juga tenaga, serta dapat mengurangi kemungkinan terjadinya keterlambatan dalam iyuran.
- 3) Petugas marketing bukan hanya sebagai petugas pendanaan, namun dengan strategi jemput investor seorang marketing mampu menjadi *customer service* yang dapat menjawab dan melayani berbagai pertanyaan dan keinginan para anggota (nasabah), terkait dengan jenis investasi, pembagian hasil dari investasi, prosedur, pembiayaan, maupun mengenai pengenalan produk baru yang ditawarkan.
- 4) Meningkatkan target pendanaan baik sebagai modal maupun layanan jasa dalam pembiayaan serta sebagai alternatif cara untuk meningkatkan jumlah nasabah yang dimiliki oleh tiap petugas marketing agar mampu melebihi target yang telah ditentukan. Sedangkan kekurangan pada strategi jemput investor di KJKS BMT Mulia diantaranya yaitu; terkait dengan keterlambatan anggota dalam mengangsur, lemahnya antisipasi terhadap uang palsu yang beredar di masyarakat karena petugas marketing tidak dibekali dengan alat pengecek/pendeteksi keaslian uang.

6. Prosedur Jemput Investor di KJKS BMT Mulia

Prosedur dalam melakukan jemput investor sebagaimana yang dilakukan oleh beberapa petugas marketing di KJKS BMT Mulia adalah mendatangi anggota/ calon anggota, menawarkan produk dan layanan jasa, termasuk menjalin kemitraan usaha dengan anggota/ calon anggota, melaporkan hasil dari kegiatan yang telah dilakukan ke kasir. Menurut Purwanto, selaku manager di KJKS BMT Mulia bahwa, “prosedur dalam jemput investor di KJKS BMT Mulia dilakukan dengan mudah (*simple*), yaitu petugas marketing datang, tawarkan, dan laporkan ke kasir.¹⁷

Berdasarkan keterangan di atas dapat di simpulkan, bahwa prosedur dalam jemput investor di KJKS dilakukan melalui analisis SWOT di lapangan, melalui peninjauan secara langsung, baik mendatangi atau terjun ke lapangan/ *dor to dor*, sosialisasi kepada masyarakat, menjalin kemitraan usaha dengan masyarakat. Dengan demikian diharapkan dapat meringankan beban masyarakat dalam menjalankan usaha untuk meningkatkan perekonomian khususnya, seperti; pedagang, masyarakat yang memiliki usaha, memberikan modal, para *aghniya'*/ orang yang dipandang memiliki kekayaan lebih untuk menjadi investor yang dikelola berdasarkan prinsip syariah, serta pihak yang menginginkan/ menanamkan modalnya dengan pengelolaan secara Islami/ Syar'i.

Selanjutnya, menawarkan produk dan layanan jasa merupakan prosedur *ke-dua* dalam strategi jemput investor di KJKS BMT Mulia

¹⁷Wawancara , Purwanto, *Manager*, KJKS BMT Mulia Kota Gajah, Selasa, tanggal 23 Februari 2016

Kota Gajah yaitu melalui penawaran. seperti: melakukan promosi dan sosialisasi secara lebih optimal kepada masyarakat. Sebelum melakukan penawaran, petugas memberikan penjelasan terkait dengan produk atau jasa yang ditawarkan serta akad (transaksi) yang digunakan, misalnya: saling rela diantara kedua belah pihak, ketentuan dalam pembagian hasil dari modal yang ditanamkan/ di tabung yang selanjutnya untuk di kelola secara syariah, menghindari adanya unsur *gharar* (penipuan), menjalin kerja sama (kemitraan) dengan kesepakatan akad yang telah di pilih atau disepakati, dan lain sebagainya.

Sedangkan prosedur selanjutnya atau *ke-tiga*, yaitu petugas (*marketing*) melaporkan hasil kegiatannya di lapangan, jika terdapat masyarakat/ calon nassabah atau calon investor yang memiliki niat dan berminat untuk menanamkan modalnya atau ingin menjalin kemitraan, serta menggunakan layanan jasa keuangan, seperti melakukan pinjaman modal untuk mengembangkan usaha, modal dagang, dan sebagainya, maka *marketing/* petugas melaporkan ke kasir untuk di klarifikasi data, terkait dengan usaha yang dikembangkan, kesepakatan *akad* (transaksi) yang digunakan, *nisbah* (bagi hasil), serta tenggang waktu yang digunakan untuk melakukan pengembalian pinjaman.

“Menurut Eliza Tiyofani selaku Petugas *Customer Service* di KJKS BMT Mulia Kota Gajah, bahwa melalui catatan dari laporan hasil kegiatan yang dilakukan oleh petugas marketing KJKS BMT Mulia terdapat beberapa investor, dalam hal ini penabung, dan peminjam modal untuk

kebutuhan modal usaha mereka, yang terdiri dari berbagai macam usaha mikro, seperti: modal dagang, membesarkan dan meningkatkan usaha, menabung untuk biaya sekolah anak-anaknya, dan lain sebagainya.”¹⁸

Terkait dengan prosedur jemput investor petugas *Marketing* di KJKS BMT Mulia, sebagaimana wawancara yang telah dilakukan kepada Bapak Ngadiyo sebagai berikut:

“Sebelum prosedur jemput investor dilakukan, terlebih dahulu menentukan target operasionalnya, memasarkan produk secara tepat sasaran, seperti: masyarakat yang membutuhkan modal untuk mengembangkan usaha, masyarakat yang ingin menabung tetapi tidak memiliki kelonggaran waktu, atau ingin melakukan pinjaman, adapun alasan mendasar strategi jemput investor yang dilakukan, diantaranya, keterbatasan waktu anggota/investor, karena mereka memiliki jenis pekerjaan dan penghasilan yang berbeda, ada yang tetap dan ada yang tidak menentu ada, dan berstatus sebagai pedagang dan pengusaha mikro.”¹⁹

Berdasarkan hasil uraian wawancara di atas menunjukkan, bahwa prosedur pemasaran merupakan sebuah komunikasi yang didefinisikan sebagai sebuah hubungan strategiatik antara pelaku dan pasar yang menjadi target, dimana pelaku pasar akan mengumpulkan keragaman ide-ide, men-*desain* pesan-pesan, media untuk mengkomunikasikan

¹⁸Wawancara , Eliza Tiyofani, *Marketing* KJKS BMT Mulia Kota Gajah, Kota Gajah, Selasa, tanggal 23 Februari 2016

¹⁹Wawancara , Ngadiyo, *Marketing* KJKS BMT Mulia Kota Gajah, Kota Gajah, Selasa, tanggal 23 Februari 2016

maksud dan menstimulasikan produk dan layanan, kemudian dihimpun ke dalam target/ sasaran pasar. Proses sosial dan manajerial yang di dalamnya terdapat individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dalam menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (investor). Suatu proses untuk mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang memiliki nilai komoditas.

Selanjutnya, anggota mempunyai perilaku yang berbeda, penghasilan yang berbeda, gaya yang berbeda, kebutuhan yang berbeda sehingga tingkat kepuasannya berbeda pula. Oleh karena itu strategi pemasaran yang dilakukan adalah *segmentation* pasar yang lebih menguntungkan, memilih target pasar yang tepat dengan mengacu pada P4 (*product, price, place and promotion*) secara tepat dan akurat. Strategi yang dirancang sebagai alat untuk memenangkan kompetitor/ pesaing tersebut sebagai *staff marketing* harus mampu melakukan *segmentation*, menetapkan target (*targetting*), dan memposisikan produk secara tepat (*positioning*) yang lebih baik dari kompetitor/ pesaing.

Bertolak dari penjelasan tersebut, strategi jemput investor sangat bermanfaat bagi nasabah yang memiliki kesibukan dalam pekerjaannya, seperti para pedagang, sehingga dengan keberadaan strategi penjemputan (iyuran, tabungan maupun angsuran), dari anggota investor/ nasabah

tidak perlu mendatangi kantor KJKS BMT Mulia. namun tidak semua dari nasabah terutama pengguna jasa terkait dengan pendanaan (melakukan pinjaman) yang merasa tidak senang, karena menurut sebagian kecil dari mereka merasa terbebani (ada beban moral) ketika didatangi oleh petugas *marketing* di rumahnya.

7. Faktor Pendukung Jemput Investor KJKS BMT Mulia

Sebagaimana dalam prosedur suatu penjemputan pada umumnya, prosedur jemput investor di KJKS BMT Mulia Kota Gajah dalam kegiatannya terdapat beberapa hal atau faktor yang dianggap sebagai pendukung dalam pelaksanaan kegiatan. Tumbuh dan berkembangnya KJKS BMT sangat tergantung pada tingkat kepercayaan (amanah) dan antusias masyarakat untuk menyimpan dananya di KJKS serta daya juang dan kemampuan profesionalisme pengelolanya. Semakin luas dan kuat apabila mampu menghimpun dana masyarakat dikelola dengan manajemen yang disiplin, tertib, dan professional. Adapun faktor lain sebagai pendukung dalam penerapan strategi jemput investor di KJKS BMT Mulia terdiri dari brosur, dan armada/ kendaraan.²⁰

Sementara menurut Ngadiyo, “keakuratan informasi yang di dapat dilapangan, ketepatan sasaran, kepiawaian seorang marketing dalam memasarkan produknya serta kebutuhan yang menjadi peluang sangat menentukan keberhasilan seorang marketing.”²¹

²⁰Wawancara , Purwanto, *Manager* KJKS BMT Mulia Kota Gajah, Selasa, tanggal 23 Februari 2016

²¹Wawancara , Ngadiyo, *Marketing*, KJKS BMT Mulia Kota Gajah, Selasa, tanggal 23 Februari 2016

Mengalir dari beberapa hasil wawancara di atas, selain menggunakan brosur dan inventarisasi kendaraan sebagai wahana dan sarana dalam strategi jemput investor. Selain itu, kepiawaian (keahlian), keaktifan (kedisiplinan) pengelola dan petugas marketing dalam menentukan target, memasarkan produk dan layanan pembiayaan di KJKS BMT Mulia menjadi komponen terpenting diantara komponen-komponen lainnya, bahkan menjadi salah satu penentu tingkat keberhasilan lembaga.

Penggunaan strategi jemput investor tidak hanya diterapkan untuk memasarkan produk yang dimiliki oleh suatu lembaga keuangan, namun juga menjual lembaga keuangan itu sendiri kepada masyarakat. Artinya menawarkan pembiayaan modal usaha bagi masyarakat yang membutuhkan, Sehingga anggota tidak hanya mempercayakan (mengamanahkan) dana/ sebagai modal yang mereka titipkan kepada nasabah yang kemudian modal dapat dikembalikan baik secara angsuran maupun *chas tempo*. Selain itu, pada kondisi persaingan usaha yang semakin ketat, metode pemasaran dengan jemput investor merupakan pelayanan yang memberikan kemudahan akses/ pelayanan dan kenyamanan pelanggan terhadap produk atau jasa. pada posisi lain, kepuasan pelanggan menjadi kunci sukses usaha di tangan-tengah persaingan yang begitu tajam.

Senada dengan penjelasan di atas, berkaitan dengan faktor pendukung dalam strategi jemput investor di KJKS BMT Mulia terdiri

dari: petugas *marketing* (jemput investor) harus proaktif, mampu melihat ke depan dimana dan kemana arah kecenderungan kebutuhan pangsa pasar. Sehingga penelitian kebutuhan pasar berdasarkan lapangan (Analisis SWOT) sangat penting untuk dilakukan.

Senada dengan uraian di atas, beberapa hal yang di ungkapkan oleh beberapa anggota investor yang berasal dari penabung biasa di KJKS BMT Mulia yaitu:

“Saya merasa senang terhadap pelayanan dari para petugas BMT, karena saya selaku penabung tidak harus datang langsung ke kantor, dan tidak maenunggu antrian, sehingga saya dapat melakukan/ melanjutkan aktivitas saya dalam bekerja”.²²

Pelayanan penjemputan tabungan yang dilakukan oleh petugas KJKS BMT membuat saya senang, karena disamping tidak perlu memikirkan kapan saya harus datang ke Bank/ atau KJKS BMT Mulia, meskipun jumlah yang saya tabung tidak menentu, sehingga tidak terasa nantinya saldo di tabungan saya akan dapat bertambah dan saya dapat menggunakan kebutuhan di masa depan, seperti biaya pendidikan anak-anak saya nantinya jika saya sudah berkeluarga”.²³

Selain itu, strategi jemput investor yang ada di KJKS BMT Mulia berupa penciptakan ide-ide baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar, sedangkan pengetahuan, wawasan, dan aspirasi anggota akan menjadi

²² Wawancara, Tilah, *Investor/ penabung* KJKS BMT Mulia, Rabu tanggal 24 Februari 2016

²³ Wawancara, Febri Darmawan, *Investor/ penabung* KJKS BMT Mulia Rabu tanggal 24 Februari 2016

bahan utama dalam menciptakan ide-ide, dan ketepatan dalam memilih target atau sasaran dilapangan (pelanggan/ nasabah). sehingga melalui strategi pemasaran yang efektif, efisien dan tepat sasaran perlu adanya penyusunan dan pengembangan terhadap suatu produk yang ditawarkan, yang akan dapat memberikan dampak pada kepuasan, seperti analisis pasar (seperti kajian lingkungan/ lapangan, segmen pasar, kesadaran dan sikap pasar, peran KJKS, perilaku anggota/pelanggan dan tingkat kepuasan), analisis sumber daya yang mengacu pada (*product, price, place and promotion, process, people*), dan analisis misi terkait dengan misi dalam pemasaran produk, kelompok pemakai produk, target dalam pemasaran, serta identifikasi pesaing dan kedudukan pasar.

8. Faktor Penghambat Strategi Jemput Investor KJKS BMT Mulia

Bersamaan dengan adanya faktor yang dianggap pendukung dalam pelaksanaan kegiatan strategi jemput investor di KJKS BMT Mulia Kota Gajah, terdapat beberapa faktor atau hal-hal yang dianggap sebagai penghambat dalam pelaksanaannya.

Menurut Purwanto: “Faktor penghambat dalam pelaksanaan strategi jemput investor di KJKS BMT Mulia diantaranya yaitu, adanya kompetitor/ pesaing antar KJKS khususnya, dan perbankan pada umumnya. Sedangkan penghambat selanjutnya yaitu terkait dengan teknologi.”²⁴

²⁴Wawancara, Purwanto, *Manager* KJKS BMT Mulia Kota Gajah, Selasa, tanggal 23 Februari 2016

Selain itu Ngadiyo menambahkan bahwa “keterlambatan dalam mengangsur merupakan kendala dalam jemput investor yang kami lakukan, menurut saya, hal tersebut berbagai alasan klasik, ada yang usahanya mengalami kegagalan, pembeli sepi, dan lupa waktu angsuran tiba, namun alasan-alasan tersebut tetap kami maklumi dan layani dengan senyum, dan sopan, karena bagaimanapun mereka juga sebagai investor di lembaga dimana kami bekerja.”²⁵ Senada dengan ungkapan tersebut, menurut Tika Indriyati selaku petugas *Accounting* di KJKS BMT Mulia mengatakan, bahwa “diantara penghambat dalam jemput investor yang terdapat pada KJKS BMT Mulia yaitu, tidak menentukannya jumlah atau nominal yang di tabung, hal tersebut mungkin dikarenakan oleh jenis kebutuhan, dan jumlah penghasilan dari usaha yang dilakukan memiliki perbedaan”.²⁶

Selain terdapat beberapa hal yang merupakan penghambat dalam melakukan jemput investor, sementara beberapa anggota investor (penabung) terdapat beberapa pernyataan terkait tentang terjadinya keterlambatan dalam menyetor angsuran/ menabung. Sebagaimana yang diungkapkan oleh para investor sebagaimana wawancara yang penulis lakukan, diantaranya kepada: Ibu Tilah, umur 45 Tahun, alamat Desa Saptomulyo, pekerjaan Pedagang, dan Febri Darmawan, umur 24 tahun alamat Desa Saptomulyo, pekerjaan Wiraswasta.

²⁵Wawancara , Ngadiyo, *Marketing*, KJKS BMT Mulia Kota Gajah, Selasa, tanggal 23 Februari 2016

²⁶Wawancara, Tika Indriyati, *Accounting* KJKS BMT Mulia Kota Gajah, Kota Gajah, Selasa, tanggal 23 Februari 2016

Menurut Ibu tilah, selaku penabung mengatakan, Saya sebagai penabung di KJKS BMT Mulia, ya, terkadang pas kalau ramai pembeli sebagian hasilnya saya tabung mbak...., namun jika pembelinya sepi hanya sedikit uang yang saya tabung”,²⁷ sementara Febri Darmawan mengatakan, “jika usaha saya lancar/ petani Ikan, sebagian hasil saya tabung terutama modal awal yang saya pakai, namun jika gagal panen, ya...terkadang saya tidak menabung”.²⁸

Mencermati beberapa keterangan di atas, dapat disimpulkan bahwa pada pasar persaingan sempurna, konsumen disediakan cukup banyak alternatif pilihan, mulai produk yang ditawarkan, akses yang disediakan, serta target yang ditentukan. Kondisi tersebut para anggota/ calon investor akan membeli bila mereka merasa senang, tertarik terhadap produk yang dipasarkan dianggap sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan.

Beberapa uraian di atas mengindikasikan bahwa, seiring pesatnya pertumbuhan dan perkembangan Koperasi Jasa Keuangan Syariah mempersempit peluang untuk mendapatkan nasabah, selain para calon nasabah disuguhkan berbagai macam produk (simpanan maupun pinjaman), Dalam hal ini, selaku KJKS, di BMT Mulia terdapat beberapa macam penghambat terkait kegiatan strategi jemput investor, diantaranya yaitu, selain bank atau lembaga keuangan konvensional, keberadaan

²⁷ Wawancara, Tilah, *Investor/ penabung* KJKS BMT Mulia, Rabu tanggal 24 Februari 2016

²⁸ Wawancara, Febri Darmawan, *Investor/ penabung* KJKS BMT Mulia Rabu tanggal 24 Februari 2016

kompetitor atau pesaing berasal dari sesama Koperasi dan Jasa Keuangan berbasis syariah (KJKS) diantaranya yaitu menjamurnya KJKS yang didirikan dengan lembaga KJKS BMT di daerah Kota Gajah atau sekitarnya khususnya, artinya secara tidak langsung pesaing/ kompetitor tersebut memiliki beberapa kemiripan peran, prinsip dan produk, dan tidak menuntut kemungkinan terdapat kesamaan dalam menerapkan strategi pemasaran, seperti jemput investor atau jemput bola. pesatnya perkembangan teknologi seiring arus perubahan zaman menuntut masyarakat turut serta sebagai konsumen sebagai alat dan wahana dalam memasarkan produknya, seperti *hand phone* (HP) dan akses internet. Namun demikian tidak dapat dipungkiri, bahwa kenyataan yang terjadi pada masyarakat pedesaan khususnya masih terdapat pada masyarakat yang awam, sebagaimana beberapa investor KJKS BMT Mulia. ketidaksiapan/ belum siapnya masyarakat dalam menggunakan fasilitas teknologi seperti mengakses produk melalui internet, bukan dikarenakan ketidaktahuan cara menggunakannya, tetapi para investor (mulai dari petani, pedagang, pengusaha mikro) yang mayoritas berasal dari masyarakat menengah kebawah lebih memfokuskan kepada bagaimana mengelola, memasarkan, serta meningkatkan kinerja dalam usahanya.

Terkait dengan faktor penghambat kegiatan strategi jemput investor di KJKS BMT Mulia Kota Gajah selanjutnya yaitu ketika anggota/ nasabah atau mitra kerja yang melakukan pinjaman terjadi kegagalan dalam menjalankan modal, dalam menjalankan roda usaha yang berujung

pada penundaan kewajibannya dalam memberikan angsuran pinjaman. Hal tersebut masih dapat dimaklumi oleh petugas, sebagai salah satu bentuk loyalitas kepada nasabah, sehingga dalam memberikan kelonggaran waktu, atau dikarenakan adanya peningkatan terhadap kebutuhan pribadi (keluarga), atau hal lain yang memang kegagalan tersebut berasal dari ketatnya persaingan dalam usaha. Sementara pada investor yang menggunakan produk tabungan/simpanan, sebagai penghambat yang muncul diantaranya yaitu: tidak menentukannya jumlah/nominal yang ditabung. Beberapa alasan yang ada diantaranya, yaitu: minimnya pemasukan, sepiunya pembeli yang diikuti oleh meningkatnya harga kebutuhan pokok, sehingga tidak dapat menjadi ketentuan berapa nominal yang disetorkan sebagai penambahan/meningkatkan saldo tabungannya.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan penelitian yang dilakukan, sekaligus sebagai jawaban atas pertanyaan dalam penelitian, dapat disimpulkan bahwa, strategi jemput investor di KJKS BMT Mulia Kota Gajah pada dasarnya dilakukan sebagai salah satu strategi sekaligus menghimpun dana dari para anggota/ nasabah khusus. Sebagai tindak lanjut terjadinya hubungan sistematis antara pelaku dan target pasar yang kemudian digunakan sebagai alat melakukan *segmentation*, menetapkan target (*targetting*), dan memposisikan produk secara tepat (*positioning*). Brosur, dan armada/ kendaraan, keakuratan informasi yang didapat dilapangan, ketepatan sasaran, kepiawaian *marketing* dalam memasarkan produknya serta kebutuhan menjadi peluang sangat menentukan keberhasilan *marketing*, sementara kelancaran terhadap angsuran, menabung secara rutin juga akan menjadi pendukungnya. Pada posisi lain beberapa penghambat yang ada diantaranya: kompetitor atau pesaing baik berasal dari sesama Koperasi dan Jasa Keuangan berbasis syariah (KJKS) di daerah Kota Gajah atau sekitarnya dan fasilitas teknologi, tidak menentunya jumlah/ nominal yang ditabung, minimnya pemasukan, sepiunya pembeli.

B. Saran

Setelah menyelesaikan pembahasan dan penarikan kesimpulan yang telah dipaparkan, dengan kerendahan hati penulis memberikan beberapa saran sebagai kritik yang konstruktif, antara lain sebagai berikut:

1. Investor seharusnya lebih aktif menjalin kemitraan usaha dengan masyarakat yang membutuhkan modal untuk mengembangkan usahanya.
2. Perlu adanya perencanaan yang matang dan memiliki tujuan/ harapan yang jelas (*prospek*) serta melakukan peninjauan (*survei*) terhadap perkembangan usaha yang dilakukan sebelum menjalin mitra kerja/ usaha.
3. KJKS BMT Mulia hendaknya mengedepankan aspek sosial (*society aspects*) atau pemahaman kepada masyarakat agar benar-benar memahami produk dan akad-akad (bentuk transaksi) terkait dengan prinsip-prinsip syariah dalam hukum Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, *Menajemen Investasi Syariah*, Bandung, Alfabeta, 2010.
- Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*,--Cet. Ketiga-, Jakarta, Kencana, 2012.
- Anonim, *Himpunan Fatwa Keuangan Syariah Dewan Syariah Nasional MUI*, Jakarta, Erlangga, 2014.
- Burhan Bungin, *Metedologi Penelitian Sosial*, Surabaya: Airlangga University Press 2001.
- Ismail Nawawi, *Ekonomi Islam Perspektif Teori, Sistem dan Aspek Hukum*, Jakarta, Putra Media Nusantara, 2009.
- Lexy J. Moeloeng, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung, Rosda Karya 2000.
- Mardalis, *Metode Penelitian (Suatu Pendekatan Proposal)*, --Ed. 1, Cet. 12.— Jakarta, Bumi Aksara, 2010.
- Moh. Nasir, *Metodologi Penelitian*, Jakarta, Ghalia Indonesia, 1983.
- Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Teori dan Praktik*, Jakarta, Gema Insani Press, 2001.
- Nasution. S, *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*, Bandung: Tarsito, 1996.

M.I. Yusanto dan M.K Widjayakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002.

Prathama Rahardja dan Mandala Manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikro Ekonomi & Makroekonomi)*, Jakarta, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2008.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Dan Praktis*, Bandung, Rosda Karya, 2006.

Sukirno Agoes, *Petunjuk Praktis Pemeriksaan Akuntan Oleh Akuntan Publik*, Jakarta, Salemba Empat, 2006.

Sutrisno Hadi, *Metodologi Research 1*, Yogyakarta, Andi Offset, 1991.

<http://www.referensimakalah.com/2013/02/pengertian-investasi-syariah.html>

<http://bisnisukm.com/tingkatkan-penjualan-dengan-strategi-pemasaran-jemput-bola.html>.

<http://bolasalju.com/2012/08/28/macam-macam-investor/>

<https://id.wikipedia.org/wiki/pemasaran>

<https://id.wikipedia.org/wiki/prosedur>

<https://id.wikipedia.org/wiki/investor>

<http://kbbi.web.id/prosedur>

<https://www.maxmanroe.com/3-alternatif-jalankan-strategi-pemasaran-jemput-bola.html>

<http://www.apapengertianahli.com/2014/09/pengertian-investasi-dan-emiten.html>

<http://www.sinonimkata.com>

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Silvi Rizki Fauzi lahir di Kotagajah , 20 Juli 1994, anak kedua dari pasangan Bapak Fahruroji dan Ibu Khusnul Khotimah.

Pendidikan dasar penulis di SD Negeri 01 Kotagajah dan selesai pada tahun 2006, kemudian melanjutkan di Mts Ma'arif o2 Kotagajah, dan selesai pada tahun 2009, sedangkan pendidikan Menengah Atas pada SMA N 01 Punggur dan selesai pada tahun 2012, kemudian melanjutkan pendidikan STAIN Jurai Siwo Metro Program D3 Perbankan Syariah dimulai pada Tahun Ajaran 2012..