

**STRATEGI PEMASARAN SIMPANAN
(Pada BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur)**

TUGAS AKHIR

DIAH MUTIARA

NPM. 1066088



**PROGRAM DIPLOMA TIGA (D-III) PERBANKAN SYARI'AH
JURUSAN SYARI'AH DAN EKONOMI ISLAM
STAIN JURAI SIWO METRO
TAHUN 2013**

**STRATEGI PEMASARAN SIMPANAN PADA BMT EL DARUSSALAM
132 LAMPUNG TIMUR**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Penulisan Tugas Akhir dan Memenuhi Sebagai
Syarat Memperoleh Gelar Ahli Madya Ekonomi Syari'ah (Amd, Esy)

Pembimbing I : Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag

Pembimbing II : Sholihin M.Ag

OLEH

DIAH MUTIARA

NPM. 1066088

Jurusan : Syari'ah

Program : D3 Perbankan Syari'ah

PROGRAM DIPLOMA TIGA (D-III) PERBANKAN SYARI'AH

JURUSAN SYARI'AH STAIN JURAI SIWO METRO

TAHUN 2013



ABSTRAK

“STRATEGI PEMASARAN SIMPANAN ” (PADA BMT EL DARUSSALAM 132 LAMPUNG TIMUR) OLEH

DIAH MUTIARA

NPM.1066088

Islam memerintahkan setiap orang bekerja dan berusaha dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari sekaligus upaya menjamin kelangsungan hidup mereka. Strategi Pemasaran ini adalah salah satu hal terpenting dalam kelangsungan peningkatan lembaga keuangan. Dalam merekrut nasabah, Strategi Pemasaran untuk produk simpanan adalah salah satu yang ditawarkan oleh BMT untuk sarana penyimpanan dana nasabah.

Strategi Pemasaran dalam produk simpanan ini diterapkan pada BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur yang dalam operasional secara syariah. Adapun Strategi Pemasaran yang diperoleh untuk produk simpanan agar nasabah dari masing-masing produk simpanan meningkat. Adapun tujuan dibentuk produk simpanan untuk nasabah yang akan menyimpan uangnya untuk tujuan tertentu. Di BMT ini ada beberapa macam produk simpanan seperti salah satunya simpanan Tamara, dalam simpanan Tamara ini memiliki prinsip khusus tanpa adanya potongan tetapi malah sebaliknya mendapatkan bonus dari BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa “Strategi Pemasaran Simpanan pada BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur”. untuk meningkatkan banyaknya nasabah yang antusias untuk menyimpan uangnya di BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur dengan menggunakan teknik pengumpulan data secara wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada Manager dan Karyawan pada BMT EL Darussalam 132 untuk memperoleh keterangan tentang Strategi Pemasaran Simpanan, sedangkan dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dari dokumentasi berkas produk simpanan kemudian data tersebut dianalisis secara induktif. Strategi pemasaran simpanan pada KJKS BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur adalah dengan meluruskan niat, memperluas jaringan kerjasama dengan pendekatan personal, memperhatikan ulama, produk simpanan yang sederhana, jemput bola, serta sosialisasi dan promosi. tidak

diperkenankan untuk mengambil keuntungan sepihak. Akan tetapi di BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur memberikan bonus terhadap nasabah yang menghimpun dana pada masing-masing produk simpanan dengan ketentuan prinsip masing-masing tabungan yang ada pada BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur.

ORISILITAS PENELITIAN

Yang bertanda tanda di bawah ini:

Nama : Diah Mutiara
NPM : 1066088
Prodi : D3 Perbankan Syariah
Jurusan : Syariah

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

Metro, 04 September 2013

Yang Menyatakan

Diah Mutiara

NPM: 1066088

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

**Maka apabila kamu telah selesai (dari satu urusan),
kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.”**

(QS. Al- Insyirah : 6-8)

PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua Orangtua ku (Mama Sinjawati S.Pd dan Papa Suwono S.Pd (Alm) tercinta yang membesarkan ku dengan penuh kasih sayang, yang selalu mendoakan untuk keberhasilan dan menjadi penyemangat dalam hidupku.
2. Kakak-kakakku yang aku sayangi Mba Eka, Abang Opan, Abang Dika, dan Mas Catur yang memberi motivasi dan mengharapkan keberhasilanku.
3. Uwoh yang selalu mendoakan dan mengharapkan keberhasilanku
4. Sahabat setia ku Ayu Wiranti yang selalu mendampingiku, dan sabar ketika ku merasa lelah dan jatuh saat menghadapi masalah.
5. Sepupuku Chusnul yang setia menemani dalam penelitian tugas akhir ku .
6. Sahabatku Jariah yang selama ini selalu memberikan motivasi atas selesainya tugas akhir ini.
7. Teman-teman yang tidak bisa aku sebutkan satuper satu yang telah memberi ku semangat dalam penyelesaian tugas akhir ini.

8. Teman-teman kelas yang sering membantu dalam belajarku.
9. Almamater STAIN Jurai Siwo Metro

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memerikan taufiq dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Produk Simpanan Pada BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur.

Sebagai bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Jurai Siwo Metro guna memperoleh gelar sarjana Amd.

Dalam penyelesaian penulisan tugas akhir ini, penulis telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menghaturkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Edi Kusnadi, M.Pd selaku ketua STAIN Jurai Siwo Metro.

2. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag dan Bapak Sholihin, M.Ag selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan serta motivasi.
3. Bapak Nawa Angkasa, SH., MA selaku penguji selesainya tugas akhir ini sekaligus dosen Syariah STAIN Jurai Siwo Metro.
4. Bapak Dr. Mat Jalil, M. Hum. selaku ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam.
5. Ibu Liberty, SE., MA selaku Ketua Program Studi D3 Perbankan Syariah.
6. Ibu Hermanita, SE., MM selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam.
7. Bapak dan Ibu dosen STAIN Jurai Siwo Metro Jurusan Syariah yang telah memberikan pengajaran yang baik sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktunya.
8. Bapak Andi Wiliys Probo Handoyo, S.TP dan segenap karyawan, BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur yang telah membantu dalam rangka pengumpulan data.
9. Kedua Orangtuaku yang aku sayangi dan yang aku cintai selalu mendo'akan dan memberikan dukungan dalam penyelesaian pendidikan.

Penulis sadar bahwa dalam penulisan tugas akhir ini banyak kekurangan, karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan. Untuk itu kritik dan saran yang konstruktif sangat penulis harapkan guna penyempurnaan penulisan ini.

Akhirnya penulis berharap semoga hasil penelitian yang telah di lakukan dapat bermanfaat bagi ilmu pengetahuan perbankan syariah.

Metro, 04 September 2013

Penulis,

Diah Mutiara

DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------------------|------------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| ABSTRAK..... | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| ORSINILITAS PENELITIAN..... | iv |
| MOTTO..... | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 5 |
| C. Tujuan dan Manfaat Penelitian..... | 5 |
| D. Metode penelitian..... | 6 |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 11 |

| | |
|--|-----------|
| A. BMT..... | 11 |
| 1. Pengertian BMT..... | 11 |
| 2. Prinsip BMT..... | 12 |
| 3. Jenis Akad BMT..... | 13 |
| 4. Landasan Syariah..... | 14 |
| B. Simpanan..... | 15 |
| 1. Pengertian Simpanan..... | 15 |
| 2. Tujuan Menyimpan Uang di BMT..... | 16 |
| C. Setrategi Pemasaran..... | 17 |
| 1. Pengertian Setrategi..... | 17 |
| 2. Pengertian Pemasaran..... | 18 |
| 3. Fungsi Pemasaran..... | 19 |
| 4. Manfaat dan Sasaran yang Hendak dicapai..... | 19 |
| 5. Ruang Lingkup Pemasaran..... | 20 |
| D. Produk Penghimpun Dana..... | 26 |
| E. Prosedur Pembukaan dan Penutupan Rekening Simpanan..... | 29 |
| BAB III Laporan Penelitian..... | 33 |
| A. Deskripsi Penelitian..... | 33 |
| 1. Sejarah BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur..... | 33 |

| | |
|---|-----------|
| 2. Visi dan Misi BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur..... | 34 |
| 3. Program Kinerja BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur..... | 35 |
| 4. Profil dan Struktur Organisasi BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur..... | 38 |
| B. Setrategi Produk Simpanan..... | 42 |
| 1. Perbandingan dalam Simpanan BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur..... | 43 |
| 2. Laporan Penelitian Produk Simpanan BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur..... | 45 |
| 3. Kendala yang dihadapi dalam Pemasaran Produk SimpananBMT EL Darussalam 132 Lampung Timur..... | 49 |
| 4. Usaha untuk Menarik Minat Masyarakat Menyimpan Dana di BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur..... | 51 |
| 5. Analisa Penelitian Setrategi Pemasaran Produk Simpanan di BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur..... | 52 |
| BAB IV PENUTUP..... | 57 |
| A. Kesimpulan | 57 |
| B. Saran..... | 58 |
| DAFTAR PUSTAKA | 59 |

| | |
|-------------------------------|-----------|
| RIWAYAT HIDUP..... | 61 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN..... | 62 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kehadiran lembaga keuangan syariah di tengah-tengah perbankan konvensional adalah untuk menawarkan sistem perbankan alternatif bagi umat islam yang membutuhkan, ingin memperoleh layanan jasa perbankan tanpa harus melanggar larangan riba. Dan berkaitan dengan hal itu, umat Islam Indonesia telah memperoleh dan memanfaatkan layanan jasa perbankan syariah, sejak lahirnya Bank Muamalat Indonesia, yang merupakan Bank Syariah pertama di Indonesia tahun 1992.¹

Berawal dari adanya tuntutan yang cukup kuat dari masyarakat yang menginginkan perubahan dalam struktur ekonomi masyarakat yang pada tahun-tahun 1990-an dikuasai oleh beberapa gelintir golongan tertentu, utamanya dari ekonomi konglemerasi pada ekonomi yang berbasis masyarakat banyak (ekonomi kerakyatan). Maka dari situlah Pinbuk (pusat inkubasi usaha kecil) didirikan karenanya merasa perihatin terhadap kondisi usaha mikro. Keberadaannya telah menyebar ke semua provinsi Indonesia. Pinbuk mengadakan berbagai pengkajian yang panjang dan mendalam, maka dirumuskanlah sistem keuangan yang lebih sesuai dengan kondisi usaha mikro dan sesuai dengan syariah. Alternatif tersebut adalah BMT (Baitul Mal

¹Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta : Kencana, 2011), Hal . 3

Wattamwil). BMT dalam menjalankan usahanya menggunakan prinsip bagi hasil.

Keberadaan BMT merupakan representasi dari kehidupan masyarakat dimana BMT mampu mengakomodir kepentingan ekonomi masyarakat.² BMT tidak hanya untuk menghimpun dana dan menyalurkan dana masyarakat akan tetapi dapat juga menawarkan produk-produk perbankan dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah yang bertujuan mencari keuntungan tanpa meninggalkan jiwa sosial di dalamnya. BMT berusaha meningkatkan teknik pemasaran guna memperkenalkan eksistensi BMT ditengah-tengah masyarakat serta meningkatkan kualitas layanan yang strategik dalam bisnis.

Strategi pemasaran yang digunakan BMT untuk mengembangkan produk-produk dengan memasuki pasar-pasar dan sekolah serta lingkungan sekitar kantor. BMT terus membandingkan produk promosinya dengan pesaing dekatnya dengan cara ini BMT dapat menentukan dimana ia memiliki keuntungan dan kelemahan kompetitif.

Di zaman ini minat menabung masyarakat semakin meningkat karena tuntutan hidup untuk berjaga-jaga di masa yang akan datang sehingga masyarakat dituntut untuk bisa menyisihkan sebagian penghasilannya dengan menabung. Adapun kegiatan paling utama adalah menghimpun dana dan menyalurkan dana. Adanya produk-produk simpanan yang ditawarkan BMT

² Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, (Yogyakarta : Ekonisia, 2003), Hal. 103

EL Darussalam 132 sangat menguntungkan bagi masyarakat yang ingin melakukan simpanan. Simpana ini berlandaskan akad yang telah ditentukan menurut porsinya.

Produk-produk simpanan yang ada di BMT dikembangkan atas dasar transaksi dalam Islam, sejauh ini produk yang banyak diminati masyarakat adalah produk Tamara. Yaitu simpanan dapat dilakukan dikantor / jasa marketing mendatangi nasabah, menggunakan jemput bola sehingga memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi baik dalam simpanan ataupun pengambilan. Sedangkan dengan produk yang lain lebih sedikit peminatnya karena masyarakat melihat produk lainnya hanya simpanan yang khusus dalam tujuannya seperti Simpanan TATA yang bertujuan untuk Pariwisata, Simpanan Tahajud yang bertujuan untuk berangkat haji dan Simpanan Qurban bertujuan untuk ajang qurban disaat hari raya. Dilihat dari tujuannya masyarakat saat ini memiliki keinginan bukan hanya satu melainkan banyak tujuan maka masyarakat memilih Simpanan TAMARA untuk mewujudkan keinginannya.

Berikut rincian penghimpun dana simpanan pada BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur untuk tahun 2012:

| No | Uraian | Jumlah Nasabah 2012 |
|----|--------------------|------------------------|
| 1 | Simpanan Pokok | 65 |
| 2 | Simpanan Tamara | 650 |
| 3 | Simpanan Tata | 80 |
| 4 | Simpanan Qurban | 60 |
| 5 | Simpanan Berjangka | 25 |
| 6 | Simpanan Tahajud | 130 |

sumber data: Laporan RAT ke 3 Tahun buku 2012 BMT EL Darussalam 132 Lampung

Timur

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah nasabah simpanan sebanyak 865 nasabah untuk simpanan selain simpanan pokok. Dimana masing-masing nasabah simpanan memiliki dana yang tersimpan berbeda-beda jumlahnya. Dilihat dari banyaknya jumlah nasabah produk simpanan TAMARA adalah produk yang diminati oleh nasabah dari pada simpanan yang lainnya yang berjumlah 650 nasabah. Biaya administrasi yang dikenakan sebesar Rp. 10.000,- masyarakat sudah bisa menjadi nasabah dan membuka rekening di BMT El Darussalam 132 Lampung Timur.

Berdasarkan prasarvei yang dilakukan oleh peneliti. Melihat jumlah nasabah yang begitu meningkat dalam menabung di BMT El Darussalam 132 Lampung Timur dan dilihat ada beberapa BMT disekitar wilayah Labuhan Ratu seperti BMT Baskara dan BMT Mentari tidak terlihat begitu banyak minat masyarakat untuk menabung disana, salah satu strategi pemasaran yang diterapkan oleh BMT El Darussalam 132 ini adalah jemput bola, oleh karena itu strategi pemasaran simpanan pada BMT El Darussalam 132 Lampung Timur sangat menarik untuk dibahas.

Agar masyarakat tahu tentang produk simpanan yang ditawarkan oleh BMT EL Darussalam 132 lampung Timur.³

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka pokok permasalahan yang akan dibahas berkaitan dengan judul diatas adalah Bagaimana strategi pemasaran simpanan pada BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur.

C. Tujuan dan manfaat penelitian

1. Tujuan penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian yang dilakukan di BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur adalah Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran simpanan pada BMT EL Darussalam 132.

2. Manfaat penelitian

³ *Wawancara, dengan manager (01), BMT EL Darussalam 132 lampung Timur, Lampung Timur 7 Juni 2013*

Adapun manfaat yang diharapkan di dalam penelitian ini adalah:

- a. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan Lembaga Keuangan Syariah khususnya mengenai Strategi Pemasaran Simpanan.

- b. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi kepada pembaca dan penulis sendiri, serta bagi pihak Lembaga Keuangan Syariah sebagai bahan pertimbangan dan sumbangan peneliti mengenai Strategi Pemasaran Simpanan.

D. Metodologi penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research). Penelitian lapangan adalah penelitian yang bertujuan mempelajari secara intensif latar belakang dan keadaan sekarang dan interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu keadaan sosial.⁴

Adapun maksud dari penelitian tersebut penelitian yang mempelajari secara mendalam tentang strategi pemasaran simpanan di

⁴ Edi Kusnaldi, *Metode Penelitian*, (Jakarta Timur : Ramayana Pers dan Stain Metro, 2008), Hal 17

BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur, yaitu dengan penelitian yang secara langsung dapat diperoleh data-data dari lapangan dengan tempat penelitian di BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur.

2. Sifat penelitian

Penulisan tugas akhir ini menggunakan metode deskriptif, secara harfiah penelitian deskriptif adalah penelitian yang bermaksud untuk pencandraan (deskripsi) mengenai situasi dan kondisi.⁵

Penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Tylor adalah prosedur penelitian yang dapat menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Jadi yang dimaksud dengan penelitian deskriptif kualitatif ini berupa keterangan-keterangan tentang strategi pemasaran produk simpanan di BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur.

3. Sumber data

Dalam penelitian ini ada dua sumber data yang penulis gunakan yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.⁶

a. Sumber data primer

Sumber data primer yaitu seluruh data yang berhubungan langsung tentang strategi pemasaran yang diterapkan di BMT EL

⁵ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Yayasan Penarbitan Psikologi UGM, 1985), Hal. 3

⁶ Sumadi Suryabrata, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta : Rajagrafindo Pers ,2012), Hal. 97

Darussalam 132 Lampung Timur.⁷ Sumber data primer yaitu sumber data yang didapat langsung di lapangan seperti tokoh masyarakat, nasabah, manager dan karyawan BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder yaitu data-data pendukung yang berhubungan dengan objek penelitian yaitu sumber data yang diperoleh melalui buku-buku pustaka yang ditulis orang lain, dokumen-dokumen yang merupakan hasil penelitian dan hasil laporan.⁸ Dari hasil wawancara tersebut peneliti juga mendapatkan informasi dan data hasil laporan yang dapat mendukung penelitian ini dan yang membahas strategi pemasaran atau tabungan seperti manajemen pemasaran konsep dan strategi karangan Sofjan Assauri, lembaga keuangan syariah deskripsi dan ilustrasi karangan Heri Sudarsono, manajemen pemasaran internasional karangan Henry Simamora.

4. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode sebagai berikut :

a. Observasi

⁷ Suraya Murcitaningrum, *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam*, (Bandar Lampung : Ta'lim Pers, 2012), Hal. 97

⁸ Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2008), Hal. 93

Metode observasi disebut juga metode pengamatan yaitu cara pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara cermat dan sistematis.⁹ Dengan pengamatan pada obyek yang diteliti yaitu dengan melihat langsung kegiatan para karyawan BMT EL Darussalam 132 dalam mengembangkan pemasaran produk terhadap calon nasabah yang bertujuan untuk meningkatnya pendapatan BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur agar pemutarana dana yang mereka miliki berjalan dengan lancar.

b. Wawancara

Wawancara merupakan “pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu data tertentu”.¹⁰ Dialog diarahkan terhadap hal-hal yang menjadi titik permasalahan juga terhadap informasi yang kurang jelas yang telah didapatkan.

Wawancara ini dituju kepada manager, staf bagian marketing, dan karyawan khusus di BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur.

⁹Soeratno dan Lincolin Arsyad, *Metodeligi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta : UPP AMP YKPN, 1993), Hal. 89

Hasil wawancara tersebut diperoleh data dalam bentuk jawaban atas pertanyaan yang dilakukan. Pertanyaan yang diajukan adalah seputar produk simpanan di BMT EL Darussalam 132.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu metode yang dilakukan dengan mencari dan mempelajari data berupa catatan-catatan buku, surat kabar, dan lain-lain, serta dokumen-dokumen BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur.¹¹

5. Teknik analisis data

Analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif analisis yaitu data yang diperoleh tidak dituangkan dalam bentuk bilangan atau angka statistik, melainkan tetap dalam bentuk kualitatif yang memiliki arti lebih kaya dari sekedarnya atau frekuensi penelitian melakukan analisis data dengan memberi pemaparan gambaran mengenai situasi yang diteliti dalam bentuk uraian naratif. Setelah pengumpulan data kemudian data diolah dan dianalisis sesuai dengan teori-teori pemasaran.

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan

¹¹ Suharismi Arikonto, *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi (Jakarta : PT. Sineka Cipta, 2006), Hal. 107

bahan-bahan lain sehingga mudah dipahami dan temuannya dapat di informasikan ke orang lain.¹²

Berdasarkan keterangan diatas maka dalam menganalisis data peneliti menggunakan data yang diperoleh dari sumber data primer dan sekunder. Data tersebut dianalisis dengan menggunakan cara berfikir induktif yang berawal dari informasi tentang strategi pemasaran produk simpanan-simpanan di BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur.

¹² Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES, 1989), Hal. 217.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. BMT

1. Pengertian BMT (Baitul Mal Wattamwil)

Baitul mal wattamwil (BMT) terdiri dari dua istilah, yaitu baitul mal dan baitut tamwil. Baitul mal lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non-profit, seperti ; zakat, infak, dan shadaqah. Sedangkan baitut tamwil sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari bmt sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan syariah.¹³

Menurut pinbuk perwakilan sumatera utara, BMT adalah kependekan kata balai usaha mandiri terpadu atau baitul mal wattamwil, yaitu lembaga keuangan mikro (LKM) yang beroperasi berdasarkan

¹³ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, (Yogyakarta : PT. Ekonisia, 2008), Hal. 103

prinsip-prinsip syariah. BMT sesuai namanya terdiri dari dua fungsi utama, yaitu :

- a. Baitul tamwil (rumah pengembangan harta), melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi.
- b. Baitul mal (rumah harta), menerima titipan dan zakat, infak dan sedekah serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya.¹⁴

Keberadaan BMT memiliki dua fungsi utama, yaitu sebagai media penyalur pendayagunaan harta ibadah seperti zakat, infak, sedekah dan wakaf, serta dapat pula berfungsi sebagai institusi yang bergerak dibidang investasi yang bersifat produktif sebagaimana layaknya bank.

2. Prinsip BMT (Baitul Mal Wattamwil)

- a. Keimanan dan ketakwaan kepada allah swt, dengan mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah dan muamalah islam kedalam kehidupan nyata,
- b. Keterpaduan (kaffah) dimana nilai-nilai spiritual berfungsi mengarahkan dan menggerakkan etika dan moral yang dinamis, proaktif, progresif, adil, dan berakhlak mulia,

¹⁴ Andi Soemitra, *Bank dan lembaga keuangan syariah*, (Jakarta : Kencana, 2009), Hal. 447

- c. Kekeluargaan (kooperatif),
- d. Kebersamaan,
- e. Kemandiriaan,
- f. Profesionalisme, dan
- g. Istikamah: konsisten, kontinuitas / berkelanjutan tanpa henti dan tanpa pernah putus asa. Setelah mencapai suatu tahap, maju ketahap berikutnya, dan hanya kepada allah berharap.¹⁵

3. Jenis Akad pada BMT

Berbagai jenis akad yang diterapkan oleh bank syariah yaitu : ¹⁶

a. Akad Pola Titipan

Akad pola titipan (*wadi'ah*) ada dua, yaitu *wadi'ah yad amanah* dan *wadi'ah yad dhamanah*. Pada awalnya, *wadi'ah* muncul dalam bentuk *yad al-amanah* 'tangan amanah,' yang kemudian dalam perkembangannya memunculkan *yadh-dhamanah* 'tangan penanggung,' Akad *wadi'ah yad dhamanah* ini akhirnya banyak dipergunakan dalam aplikasi perbankan syariah dalam produk-produk pendanaan.

1) Titipan *wadi'ah yad amanah*

Secara umum *wadi'ah* adalah titipan murni dari pihak penitip (*muwaddi'*) yang mempunyai barang/aset kepada pihak penyimpan (*mustawda*) yang diberi amanah/kepercayaan, baik individu

¹⁵ Andi soemitro; OpCit. hal 449

¹⁶ Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hal.259.

maupun badan hukum, tempat barang yang dititipkan harus dijaga dari kerusakan, kerugian, keamanan, dan keutuhannya, dan dikembalikan kapan saja penyimpan menghendaki. Barang atau aset yang dititipkan adalah sesuatu yang berharga berupa uang, barang, dokumen, surat berharga atau barang-barang lainnya.

2) Titipan *wadi'ah yad dhamanah*

Dari prinsip *yad al-amanah* 'tangan amanah' kemudian berkembang prinsip *yadh-dhamanah* 'tangan penanggung' yang berarti bahwa pihak penyimpan bertanggung jawab atas segala kerusakan atau kehilangan yang terjadi pada barang atau aset titipan.¹⁷

4. Landasan syariah

Surat Al- Baqarah

فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فليؤدِّ الَّذِي
أَوْثِقَ مِنْ أَمْنَتِهِ، وَليَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ

Artinya : Jika kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanat nya dan bertaqwalah kepada Allah sebagai Tuhannya (Al-Baqarah: 283).

¹⁷ *Ibid*, hal. 257.

B. Simpanan

1. Pengertian simpanan

Simpanan adalah dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank dalam bentuk giro, deposito berjangka, sertifikat deposito, tabungan, dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.¹⁸

Simpanan adalah dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank berdasarkan perjanjian penyimpanan dana dalam bentuk giro, deposito, sertifikat deposito, tabungan dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.¹⁹

Simpanan adalah simpanan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang tentang Perbankan.²⁰ Simpanan adalah dana yang dipercayakan oleh Nasabah kepada Bank Syariah dan/atau UUS berdasarkan Akad wadi'ah atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah dalam bentuk Giro, Tabungan, atau bentuk lainnya yang

¹⁸ Pasal 1 Angka 6 UU Nomor 7 Tahun 1992 *Tentang Perbankan*

¹⁹ Pasal 1 Angka 5 UU Nomor 10 Tahun 1998 *Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan*

²⁰ Pasal 1 Angka 1 UU Nomor 24 Tahun 2004 *Tentang Lembaga Penjamin Simpanan*.

dipersamakan dengan itu.²¹ Simpanan berkaitan erat dengan investasi dengan tidak menggunakan pendapatan untuk membeli barang-barang dan jasa merupakan cara tepat untuk berinvestasi namun bukan digunakan untuk menghasilkan modal tetap, seperti pabrik dan mesin.

Simpanan dapat menjadi penting untuk meningkatkan jumlah modal tetap tersedia, yang memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi seseorang / organisasi. Simpanan dilaksanakan oleh keluarga perseorangan dengan tujuan untuk menjamin hari tuanya atau untuk pengeluaran-pengeluaran masa yang akan datang.²²

2. Tujuan Menyimpan uang di BMT adalah :

- a. Penyisihan sebagian hasil pendapatan nasabah untuk dikumpulkan sebagai cadangan hari depan,
- b. Sebagai alat untuk melakukan transaksi bisnis atau usaha individu / kelompok.²³

Dalam usaha individu atau kelompok dapat diuraikan yaitu, untuk usaha individu (perseorangan) mendirikan toko bangunan atau toko sembako. Sedangkan untuk usaha kelompok yaitu mendirikan koperasi yang cakupannya lebih kecil dari BMT tersebut dan modal utamanya

²¹Pasal 1 Angka 20 UU Nomor 21 Tahun 2008 *Tentang Perbankan Syariah*.

²² <http://www.kumpulanistilah.com/2011/08/pengertian-tabungan>.

²³*Brosur Produk*, BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur, Tahun 2012/2013.

sebagian besar dari pembiayaan BMT setempat yang dijalankan dua atau lebih dari 4 orang.

C. Strategi dan Pemasaran

1. Pengertian strategi

Menurut alfred chandler (1962), strategi adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan, dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan itu.

Menurut kenneth r. Andrews, strategi adalah suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan.²⁴ Setrategi digunakan untuk pengolahan suatu usaha untuk meningkatkan kerja dan pendapatan perusahaan. Maka setrategi sering digunakan dan tidak luput dari suatu usaha atau perusahaan.Strategi adalah pola fundamental dari tujuan-tujuan

²⁴ Pandji Anoraga, Manajemen Bisnis, (Jakarta : Rieneka Cipta, 2000) hal. 339

sekarang dan yang terencana, penyebaran sumber daya, dan interaksi dari sebuah organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan lainnya.²⁵

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan, gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dimasa yang akan datang.

2. Pengertian pemasaran

American marketing association (AMA) mendefinisikan pemasaran sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan rencana penetapan harga, promosi dan distribusi dari ide-ide, barang-barang, dan jasa-jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individu dan organisasional. Sedangkan philip kotler (1997) mendefinisikan pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.²⁶

²⁵Henry Simamora, *Manajemen pemasaran internasional*, (Jakarta : Salemba empat, 2000), Hal. 214

²⁶ Pandji Anoraga, *Ibid* Hal. 215

Pemasaran berada diantara produksi dan konsumsi serta menjadi penghubung antara kedua faktor tersebut. Pemasaran harus dapat menafsirkan kebutuhan-kebutuhan konsumen, informasi tentang kebutuhan konsumen tersebut dapat dipakai untuk mengadakan proses produksi. Proses pemasaran berlangsung sebelum proses produksi dimulai dan tidak pula berakhir setelah produk dijual pada konsumen.

Pemasaran dapat diterapkan lebih daripada barang dan jasa segala sesuatu dapat dipasarkan, termasuk ide, kejadian, organisasi tempat dan kepribadian. Pemasaran tidak hanya dilakukan oleh individu, tetapi organisasi pun perlu melakukan proses pemasaran, baik organisasi profit maupun nonprofit. Pemasaran merupakan aktivitas yang biasa dilakukan oleh setiap orang dalam hidupnya.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan dalam menciptakan nilai ekonomi, dimana pemasaran ini adalah salah satu strategi dalam mendapatkan keuntungan dalam perusahaan.

3. Fungsi pemasaran

Pemasaran sesungguhnya merupakan fungsi utama dalam suatu perusahaan. Semua fungsi dalam pemasaran pada akhirnya untuk maximizing profit.²⁷ Pemasaran dalam usaha lembaga keuangan syariah sangatlah penting untuk meningkatkan pendapatan untuk BMT EL Darussalam 132. Sifat pemasaran sendiri sangat berfungsi untuk mencari

²⁷ Manulang, *Pengantar bisnis*, (Jakarta : PT Indeks, 2013), hal 191

calon nasabah yang akan menghimpun dananya di LKS tersebut. Maka fungsi pemasaran dirasa sangat dibutuhkan dalam suatu usaha untuk meningkatkan intensitas kerja dan pendapatan.

4. Manfaat dan sasaran yang Hendak dicapai

1) Manfaat sosial :

Terciptanya solidaritas dan kerjasama antara anggota BMT (Baitul Mal Tanwil) sehingga terbentuk komunikasi ekonomi anggota yang lebih produktif.

2) Manfaat ekonomis :

Terciptanya lembaga keuangan yang bisa membiayai usaha-usaha di sektor kecil dan menengah. Menumbuhkan usaha-usaha yang dapat memberi nilai lebih, sehingga meningkatkan kemampuan ekonomi masyarakat. Meningkatkan kepemilikan asset ekonomi bagi masyarakat.

3) Sasaran *funding* :

Yang menjadi sasaran *funding* adalah individu, lembaga-lembaga donor, BUMN dan instansi pemerintah.

5. Ruang lingkup pemasaran

Demi kesuksesan, pemasar harus mampu merencanakan bauran pemasaran (marketing mix) yang akan memaksimalkan penjualan dan

keuntungan.²⁸ Ada 4 (Empat) hal yang biasa disebut dengan marketing mix yaitu product, price, place, dan promotion. Berikut ini ruang lingkup pemasaran untuk mencapai strategi pemasaran yang efektif :

1) Strategi produk

Dalam pemasaran produk adalah barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan konsumen. Agar strategi produk dapat lebih efektif dalam rangka mempengaruhi nasabah untuk tertarik dan menggunakan kemudian mereka menjadi puas maka kita harus memahami beberapa hal tentang strategi ini yaitu konsep produk, siklus kehidupan produk dan jenis-jenis produk.

a. Konsep produk, merupakan suatu pengertian atau pandangan terhadap suatu produk yang dibutuhkan dan diinginkan. Jadi, nasabah berfikir tentang seberapa penting dan bergunanya produk itu baginya. Biasanya nasabah memiliki konsep / pandangan tertentu terhadap produk tabungan. Apakah arti produk ini bagi nasabah, biasanya nasabah menimbang-nimbang sebelum menggunakan produk ini. Dengan menggunakan produk ini, apakah usahanya semakin maju dan bermanfaat atau malah sebaliknya. Jadi, produk-produk yang mampu memberikan kemanfaatan bagi nasabah akan mampu untuk menarik nasabah dan kemudian untuk membuat nasabah terdorong untuk menggunakan produk tersebut dan setelah

²⁸ Manulang, Ibid, hal 201

menggunakannya nasabah akan dapat menjadi puas sehingga terjadilah penggunaan produk itu berulang-ulang oleh nasabah.

- b. Siklus kehidupan produk, setiap produk sebenarnya akan memiliki siklus perputaran terhadap kehidupannya. Masa pengenalan kepada masyarakat, masa pertumbuhan, masa kedewasaan, kemudian masa penurunan masa-masa itu semua yang akan dialami setiap produk.
- c. Jenis-jenis produk, agar dapat memasarkan produk bmt dengan baik kepada nasabah maka para pegawai perlu mengetahui produk bmt termasuk dalam jenis yang mana, karena masing-masing jenis produk akan memerlukan penanganan yang berbeda dalam memasarkan produk tersebut agar berhasil.

2) Strategi harga

Harga merupakan keputusan yang sangat penting dari pemasar, sebab bila harga terlalu tinggi banyak pembeli potensial jadi menghilang, sedangkan bila harga terlalu rendah perusahaan tidak memperoleh cukup keuntungan.

Setiap BMT perlu memikirkan tentang penetapan harga / biaya pada produknya secara tepat karena biaya yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik para nasabah untuk menggunakan produk itu. Dalam hal ini ada beberapa dasar penetapan harga / biaya yaitu ; biaya dan persaingan.

- a. Biaya, biaya yang telah dikeluarkan pihak BMT untuk kelengkapan administrasi menjadi pertimbangan utama bagi bmt dalam menentukan biaya-biaya administrasi. Biaya yang ditetapkan dibawah biaya produksinya tentu saja akan mendatangkan kerugian bagi BMT.
- b. Persaingan, dalam hal ini bmt menetapkan biaya menurut kebutuhan bmt dalam hal persaingannya dengan BMT/LKS lainnya yang sejenis dan merupakan pesaing-pesaingnya.

3) Strategi promosi

Promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi nasabah agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh bmt kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu menggunakan produk tersebut. Adapun alat yang dipergunakan untuk mempromosikan produknya bmt adalah dengan beberapa cara yaitu advertensi, promosi penjualan, dan personal selling.²⁹

- a. Advertensi merupakan alat utama bagi BMT untuk mempengaruhi nasabahnya, advertensi dapat dilakukan oleh BMT melalui surat kabar, radio, dan reklame.
- b. Promosi penjualan (sales promotion), merupakan kegiatan BMT mengadakan produk yang dipasarkannya sedemikian rupa sehingga nasabah akan mudah untuk melihatnya. Misal, menempelkan pamflet

²⁹ Manulang Opcit, hal 208

didepan kantor atau papan pengumuman sehingga banyak masyarakat yang melihat dan kemudian berminat untuk menggunakan produk tersebut.

- c. Personal selling, merupakan kegiatan BMT untuk melakukan kontak langsung dengan para nasabah maupun dengan calon nasabahnya. Yang termasuk dalam kategori ini adalah pintu ke pintu, mulut ke mulut, dan telephone.

4) Strategi saluran distribusi (place)

Strategi saluran distribusi (place), strategi distribusi berkaitan dengan bmt dalam menyalurkan produk kepada masyarakat sesuai dengan produk yang cocok dan kebutuhan masyarakat. BMT harus pintar dalam menentukan metode penyampaian produk ke pasar, sekolah, dan lingkungan masyarakat sekitar. Melalui rute-rute yang efektif sehingga tiba pada tempat yang tepat dengan harapan produk bmt tersebut berada ditengah-tengah kebutuhan dan keinginan nasabah yang kurang mengetahui produk bmt yang menggunakan sistem syariah. Lokasi BMT yang strategis menjadi kenyamanan bagi mitra untuk melakukan transaksi di BMT.

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dalam memasarkan produk simpanan, ada beberapa strategi yang dapat diterapkan KJKS BMT, antara lain:

1. Penerapan target dan insentifnya. Dalam hal ini harus ditetapkan berapa target *funding* (nominal per-produk simpanan dan jumlah *customer*) yang akan dihimpun hingga target per-individu marketer agar jelas arah kebijakan *funding*-nya. Dengan demikian harus diformulasikan pola insentif untuk *funding* yang adil dan transparan. Ini agar marketer termotivasi untuk melakukan kinerja yang maksimal.
2. Melakukan inovasi pendanaan.
3. Pencitraan (*brand image*). Mewujudkan bahwa KJKS BMT dikelola secara profesional (baik SDM, pembukuan, dan pelayanan). Secara kelembagaan harus diupayakan meraih dukungan dari tokoh-tokoh masyarakat. Pengelola harus menanamkan bahwa KJKS BMT adalah lembaga dari, oleh dan untuk umat. Menanamkan bahwa KJKS BMT adalah sebagai sebuah lembaga yang strategis untuk memberdayakan umat baik ekonomi, pola pikir dan ketaqwaan. KJKS BMT mampu mendekati dan dekat dengan masyarakat muslim khususnya *aghnia* serta pengusaha muslim. Mewujudkan dan membuktikan bahwa simpanan dialokasikan untuk peningkatan kualitas hidup umat.
4. Keunggulan produk. Misalnya; bagi hasil simpanan bersaing dengan lembaga lain, minimal sama. Dari segi pelayanan, prosedur pembiayaan dan simpanan aman, mudah dan profesional. Pengelola KJKS BMT berinisiatif untuk memberikan pelayanan yang mantap kepada anggota.
5. Transparansi dan akuntabilitas. Membuktikan bahwa simpanan anggota aman dan pengelola bersikap amanah.

6. Ekspansi pendanaan. Membuka diri menggalang kerja sama dan proaktif (sehingga memungkinkan mendapat dana-dana dari lembaga lain).³⁰

Adapun teknik yang dapat digunakan dalam pemasaran produk *funding* ini adalah.³¹

a. Promosi atau iklan. Ini dapat dilakukan dengan mengirim surat-surat baik berisi informasi, laporan perkembangan, permohonan modal, dan lain-lain. Atau mengucapkan selamat pada tokoh-tokoh, pengusaha muslim, penyebaran brosur dan formulir simpanan. Menempelkan informasi KJKS BMT di tempat strategis seperti masjid, pasar, lembaga Islam dan lain-lain.

b. Pendekatan ini dapat dilakukan dengan:

1. Aktif mengadakan pertemuan dan pengajian yang menghimpun potensi umat Islam,
2. Menyebarkan opini tentang ekonomi syari'ah, zakat dan haramnya riba,
3. Presentasi di setiap waktu dan kesempatan di kalangan umat Islam (masyarakat umum, pedagang, pengusaha, tokoh, dan lain-lain),
4. Pendekatan langsung (anjangsana) ke calon anggota potensial.

D. Produk Penghimpunan Dana

Menurut undang-undang perbankan syariah No. 21 tahun 2008, tabungan adalah simpanan berdasarkan wadiah dan investasi dana berdasarkan

³⁰Ahmad Sumiyanto, *Op.cit*, hlm.117

³¹ *Ibid*, hlm.118

akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

1. Simpanan Berjangka

Simpanan berjangka merupakan simpanan berdasarkan prinsip *mudharabah al mutalaqah* dengan investasi jangka waktu 3, 6 dan 12 bulan. Dana anda akan diinvestasikan secara optimal untuk membiayai usaha yang berguna untuk kepentingan ummat, dengan pembagian hasil sesuai dengan porsi (nisbah) yang disepakati.

Perbandingan jangka waktu

Dan tingkat hasil Simpanan Berjangkan

| Jangka | Mitra | BMT |
|----------|-------|------|
| 3 Bulan | 50 % | 50 % |
| 6 Bulan | 55 % | 45 % |
| 12 Bulan | 60 % | 40 % |

Keuntungan :

- a. Aman dan terjamin karena disalurkan pada usaha yang halal dan produktif
- b. Bagi hasil yang kompetitif, diberikan setiap bulan secara tunai atau dibukukan secara otomatis ke rekening tabungan anda.

2. Simpanan TAMARA

Simpanan tamara merupakan simpanan (Tabungan Mandiri Sejahtera). Dana diinvestasikan secara optimal untuk membiayai berbagai usaha halal dan produktif bagi umat.

Ada banyak produk penghimpunan dana yang banyak dikembangkan sebuah lembaga keuangan Islam termasuk di BMT EL Darussalam 132. Hal ini karena sistem syariah memberi ruang yang cukup untuk itu dalam mengembangkan dana BMT EL Darussalam 132 menggunakan akad wadiah. Al-wadiah merupakan prinsip simpanan murni dari pihak yang menyimpan atau menitipkan kepada pihak yang menerima titipan untuk dimanfaatkan atau tidak dimanfaatkan sesuai dengan ketentuan.³² Titipan harus dijaga dan dipelihara oleh pihak yang menerima titipan, dan titipan ini dapat diambil sewaktu-waktu pada saat dibutuhkan oleh pihak yang menitipkannya.

Simpanan merupakan tabungan yang menggunakan akad wadiah yad dhamanah, di mana pihak BMT akan memberikan bonus kepada nasabah yang berasal dari keuntungan dana nasabah yang diputar untuk pembiayaan.³³

3. Simpanan TATA

³² *Brosur Produk*, BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur, Lampung Timur Tahun 2012/2013

³³ Heri Sudarsono, *ibid*, hal 64

Simpanan TATA merupakan simpanan (Tabungan Pariwisata) Bagi Bapak atau Ibu yang ingin melakukan pariwisata belum kesampaian maka dari itu BMT kami memberi solusi untuk membuka tabungan Pariwisata dengan tujuan Yogya dan Bali.

- a. Untuk tujuan Yogya dengan Tabungan Rp 20.000 / bln selama 3 Tahun.
- b. Untuk tujuan Bali dengan Tabungan Rp 50.000 / bln selama 3 Tahun.³⁴

4. Talangan Haji

Ibadah Haji merupakan impian dari semua umat Islam, namun tidak semua umat islam dapat melaksanakannya, karena ibadah haji memerlukan fisik yang sehat dan dana yang cukup banyak, bagi yang mempunyai harta memang tinggal kemauan dan niatnya saja, namun bagi yang berpenghasilan pas-pasan perlu persiapan yang cukup matang.

Untuk itu kami dari BMT EL Darussalam 132 Rajabasa Lama bekerjasama dengan Bank Muamalat Indonesia Cab. Bandar Lampung, siap memberkan solusinya yaitu dengan menyalurkan pembiayaan “Dana Talangan Porsi Haji”.Adapun ketentuan dalam BMT EL Darussalam132 Lampung Timur sebagai berikut:

- a. Besar dana talangan Rp 24,500,000,-
- b. Dana tersebut dikembalikan selama 18 bulan (tanpa bagi hasil dan jaminan) jadi tetap mengembalikan 24,500,000,-

³⁴ *Brosur Produk*, BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur, Lampung Timur Tahun 2012/2013

5. Simpanan Qurban

Simpanan Qurban adalah simpanan yang sifatnya untuk berqurban dengan prinsip titipan, agar tujuannya tercapai. Maksimal simpanan Rp. 8.000.000,- BMT EL Darussalam 132 dalam hal ini memberikan solusi kepada nasabah untuk menghimpun dananya untuk tujuan yang benar-benar menjadi kebutuhan masing-masing nasabah. ³⁵

E. Prosedur Pembukaan dan Penutupan Rekening Simpanan

1. Pembukaan Rekening Simpanan

Adapun mekanisme pembukaan rekening simpanan adalah sebagai berikut :

- a. Calon nasabah datang langsung ke BMT dan bertanya langsung ke bagian pelayanan.
- b. Bagian pelayanan menjelaskan kepada calon nasabah mengenai hal-hal yang berkaitan dengan jenis-jenis simpanan, syarat-syarat pembukaan simpanan, dan, saldo minimum.
- c. Bagian pelayanan meminta calon nasabah untuk menyerahkan kartu identitas seperti ktp yang masih berlaku untuk di lihat.
- d. Cocokan tanda tangan yang terdapat pada kartu identitas dengan tanda tangan yang tertera pada formulir-formulir tersebut. Bubuhkan stempel sesuai aslinya pada kartu fotokopi identitas, lalu bubuhkan paraf dan stempel “verifikasi”.

³⁵ *Brosur Produk*, BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur, Lampung Timur Tahun 2012/2013

- e. Berdasarkan urutan pada buku register pembukaan rekening, bagian pelayanan menuliskan nomor rekening pada formulir-formulir tersebut dan mencatat data nasabah pada buku register pembukaan rekening.
- f. Berikan formulir-formulir tersebut kepada pejabat yang ditunjuk, untuk diperiksa kebenarannya dan mendapatkan persetujuan.
- g. Setelah mendapat persetujuan dari pihak yang ditunjuk untuk memeriksa kebenarannya, bagian pelayanan meminta calon nasabah untuk menyerahkan setoran pertamanya dengan mengisi slip setoran dan menyerahkam setoran awal.
- h. Teller memeriksa kebenaran pengisian slip setoran dan menghitung jumlah uang dihadapan nasabah serta membandingkan huruf pada slip setoran, selanjutnya teller menginput transaksi tersebut dikomputer ,teller melakukan validasi pada slip setoran tersebut dengan membubuhkan stempel dan tanda tangan pada slip setoran tersebut, slip setoran tersebut dibuat rangkap dua, yng asli sebagai diminta teller sebagai arsi tanda bukti dilakukan setoran dan yang resapan dikembalikan kepada nasabah.
- i. Teller menyerahkan buku simpanan tersebut kepada nasabah dan setiap ada transaksi setoran, teller mencatat transaksi tersebut kedalam buku teller.³⁶

2. Penutupan Rekening Simpanan

³⁶*Brosur Produk*, BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur, Tahun 2012/2013

Mekanisme penutupan rekening simpanan di BMT EL Darussalam¹³² Lampung Timur adalah sebagai berikut :

- a. Nasabah mendatangi bagian pelayanan dan menyampaikan maksudnya untuk melakukan penutupan rekening simpanan. Bila diwakilkan maka nasabah harus menyerahkan surat kuasa bermaterai untuk menarik sisa saldo rekening kepada yang diberi kuasa.
- b. Bagian pelayanan bertanya secara detail kepada nasabah mengenai alasan nasabah untuk melakukan penutupan rekening.
- c. Apabila alasan bisa diterima maka bagian pelayanan memberikan formulir penutupan rekening dan meminta nasabah untuk mengisi dan menandatangani serta memberikan penjelasan mengenai biaya yang dibebankan.
- d. Setelah diisi, nasabah mengembalikan formulir penutupan rekening simpanan yang dilampiri buku simpanan dan ditanda tangani oleh bagian pelayanan.
- e. Nasabah menyerahkan foto copy KTP untuk melengkapi persyaratan penutupan rekening simpanan .
- f. Bagian pelayanan melakukan verifikasi tanda tangan yang ada formulir penutupan rekening dengan tanda tangan yang ada pada kartu simpanan.
- g. Bagian pelayanan memberitahukan kepada nasabah mengenai sisa saldo rekening yang dapat diambil dan nasabah dipersilahkan mengambil sisa saldo rekening dengan menggunakan slip penarikan.

- h. Nasabah mengisi slip penarikan sebesar sisa saldo setelah dikurangi biaya-biaya dan ditanda tangani.
- i. Slip penarikan tersebut diserahkan kepada teller.
- j. Teller memberikan uang tunai sebesar saldo yang dapat ditarik atas penutupan rekening simpanan tersebut.
- k. Bagian pelayanan memberikan memfile formulir simpanan rekening simpanan yang telah distempel “rekening ditutup” beserta tanggal penutupan. Bagian pelayanan memberikan stempel ditutup “rekening ditutup” pada semua dokumen rekening nasabah yang ditutup (pembukaan,specimen tanda tangan). Atas penutupan rekening tersebut dikenakan biaya administrasi penutupan rekening yang besarnya telah ditetapkan oleh BMT EL Darussalam 132 sebesar Rp 5.000,00.³⁷

³⁷ *Brosur Produk*, BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur, Tahun 2012/2013

BAB III

LAPORAN PENELITIAN

A. Deskripsi Penelitian

1. Sejarah BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur

BMT ini sendiri merupakan program dari BMI (Bank Muammalat Indonesia), yang bekerja sama dengan PINBUK (Pusat Inkubasi Usaha Kecil Mikro). BMI sendiri mempunyai program mendirikan BMT Se Indonesia sebanyak 500 BMT. Propinsi Lampung mendapat 21 unit BMT, Kabupaten Lampung Timur mendapat bagian sebanyak 7 BMT salah satunya yaitu BMT EL DARUSSALAM 132 Rajabasa Lama. BMT EL DARUSSALAM sendiri mendapat nomor urut 132 Se Indonesia. Nomor ini sudah menjadi nomor baku yang telah ditetapkan oleh BMI dan PINBUK Pusat.

BMT EL DARUSSALAM 132 Rajabasa Lama berdiri pada tanggal 10 November 2008 dengan No Badan Hukum 18 / BH / X.7 / XI / 2008, yang didirikan oleh 25 pendiri dan dengan tambahan anggota sebanyak 5

orang. Para pendiri memberi nama BMT EL DARUSSALAM. Pendiri mengharapkan dengan berdirinya BMT ini dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat dan menghilangkan renternir-renternir yang ada di sekitar Lingkungan BMT itu sendiri, guna membangun ekonomi syariah.³⁸

BMT EL DARUSSALAM 132 Rajabasa Lama berdiri dengan modal awal Rp 130.000.000,- yang terdiri dari simpanan wajib Rp 3.000.000 per anggota, simpanan pokok khusus per Pengelola Rp 10.000.000. di BMT anggota diwajibkan membayar simpanan wajib sebesar Rp 20.000 / bln.

BMT EL Darussalam 132 Sudah Mempunyai 3 Kantor Cabang, Cabang Pertama Di Daerah Pasar Adirejo Kecamatan Jabung yang resmi dibuka oprasionalnya yaitu tanggal 14 Oktober 2010, Kantor cabang ke 2 ada di daerah Pasar Pugung Raharjo Yang resmi di buka Oprasionalnya tanggal 21 April 2011 dan kantor cabang ke tiga ada di Desa Merapi Lampung Tengah 5 maret 2012.³⁹

2. Visi dan Misi BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur

Berdasarkan dokumentasi yang ada, Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) EL Darussalam 132 Lampung Timur mempunyai visi dan misi yaitu:

1. Visi

³⁸ *Pembukuan Sejarah*, BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur.

³⁹ BMT EL Darussalam 132, *Pinbuk BMT*, 7 juni 2013

BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur berikhtiar menjadi lembaga keuangan mikro yang sehat, berkembang dan terpercaya, yang mampu melayani anggota dan masyarakat lingkungannya mencapai kehidupan yang salaam, penuh keselamatan, dan kesejahteraan.

2. Misi

BMT EL Darussalam adalah mengembangkan BMT sebagai gerakan pembesaran, gerakan pemberdayaan, dan gerakan keadilan sehingga terwujud kualitas masyarakat di sekitar BMT yang salaam, penuh keselamatan, kedamaian, dan kesejahteraan.⁴⁰

3. Nilai dasar

Nilai-nilai dasar sumber daya insani :

- a. *Shidiq* (benar)
- b. *Istiqomah* (tekun)
- c. *Fastabiqul Khairat* (berlomba-lomba dalam kebaikan)
- d. *Amanah* (dapat dipercaya)
- e. *Ta'awun* (kerja sama)

3. Program Kerja BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur

Program kerja merupakan program yang harus dilaksanakan dalam kurun waktu januari sampai Desember, program kerja ini akan dibagi menjadi 4 bagian antara lain :

⁴⁰ *Wawancara*, dengan Manager (01) , BMT EL Darussalam 132 lampung Timur, Lampung Timur 7 Juni 2013

1. Bidang Organisasi,
2. Bidang Keanggotaan,
3. Bidang Administrasi Organisasi,
4. Bidang Usaha dan Keuangan.

Dari 4 bagian diatas dapat diuraikan masing-masing bidang sebagai berikut :

1. Bidang Organisasi

Adapun program yang akan dilaksanakan dalam bidang ini adalah pengurus akan slalu mengadakan koordinasi dan konsultasi dengan berbagai unsur baik kedalam maupun keluar organisasi demi kelancaran program kerja yang telah ditetapkan.

Pengurus akan mengutamakan sumber daya manusia yang profesional dalam bidangnya untuk meningkatkan volume yang maksimal dan bertanggung jawab terhadap pekerjaan yang ditugaskan. Pengurus akan selalu menggunakan strategi organisasi dengan sistem manajemen terbuka, efektif dan berdaya guna. Pengurus berusaha mengadakan evaluasi berkala tentang perkembangan usaha setiap 3 bulan sekali dalam tahun berjalan. Pengurus menyempurnakan Anggaran Rumah Tangga (ART) yang belum sesuai dengan perjalanan organisasi.

2. Bidang Usaha dan Permodalan

- a. Meningkatkan pertumbuhan simpanan Berjangka/Investasi Berjangka,

- b. Memperbanyak Syirkah Amanah (Modal Penyertaan),
- c. Menjaga stabilitas hubungan kerja sama yang baik, dengan pihak lain,
- d. Menjaga kesehatan BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur,
- e. Mengelola tabungan terhadap pengurus, karyawan maupun anggota.

3. Bidang Administrasi Organisasi

- a. Melengkapi ketentuan Administrasi organisasi yang belum ada (ART, perjanjian kontrak dengan karyawan dan manager serta melengkapi perizinan-perizinan yang diperlukan),
- b. Membenahi sistem administrasi yang belum tepat dan belum sempurna,
- c. Mengganti dan menambah sarana administrasi yang diperlukan
- d. Laporan rutin secara berkala kepada Instansi, Pembina, Anggota.

4. Bidang Usaha dan Keuangan

Dalam upaya meningkatkan perluasan dan pengembangan usaha perlu adanya suatu perencanaan antara lain :

- a. Pengembangan wilayah kerja
- b. Penguatan modal usaha⁴¹

⁴¹ Ibid BMT EL Darussalam, *Pinbuk BMT*, 7 juni 2013

4. Profil Dan Struktur Organisasi BMT EL Darussalam 132

a. Profil BMT EL Darussalam 132

Nama Koperasi : BMT EL Darussalam 132
Alamat : Jl Taman Nasional Way Kambas KM 01
Rajabasa Lama Kec. Labuhan Ratu
No. Telepon/Fax :
Tahun Berdiri : Tahun 2008
No. Akta Pendirian : 18 / BH / X.7 / XI / 2008

Pengurus

Ketua : Hi.M.Syafi'i
Bendahara : Yamari,BA
Sekertaris : Hi.M. Darlan

Badan Pengawas

Ketua : Hi. Suyoto
Anggota : Sunarta,S.Pd
Mujahid Nursalim

Manager : Andi Wiliys Probo Handoyo, S. TP


Jumlah Pengelola : 35 orang⁴²

⁴²*Pembukuan RAT*, BMT EL Darussalam 132, dikutip pada tanggal, 7 Juni 2012

b. Struktur Organisasi BMT EL Darussalam

RAPAT ANGGOTA

Badan Pengawas
 Ketua : Hi. Suyoto
 Anggota : Sunarta,S.Pd
 Mujahid Nursalim



Pengurus :
 Ketua : Hi.M.Syafi'i
 Bendahara : Yamari,BA
 Abdul Hadi,S.Ag (Cab.Adirejo)
 Boedi Hr (Cab. Merapi)
 Rodiah (BMI)
 Sekertaris : Hi.M. Darlan
 Wagino,S.Pd.MM (PINBUK)

Badan Pengawas
 Ketua : Hi. Suyoto
 Anggota : Sunarta,S.Pd
 Mujahid Nursalim

**MANAGER
 WILLYS**

Cab Merapi
 Teller : Ella
 ADMP : Bambang
 AO : Ratna

PUSAT
Teller : Suwarti
ADMP : Siska
AO : Hermiyati
Edi

Cab ADIREJO
Teller : Tiwi
ADMP : M.Budianto
AO : Lina
: Iqwaldo

Cab. Pugung
Teller : M.Daud.S
ADMP : Azikin
AO : Khusnul

Cab Merapi
Teller : Ella
ADMP :
Bambang
AO : Ratna

Sumber: *Gambar dikutip pada tanggal 21 Juni 2013*

c. Susunan Pengurus, Pengawas dan Pengelola

1. Organisasi

Berdasarkan dokumentasi yang ada , berikut ini susunan pengurus, pengawas dan pengelola BMT EL Darussalam 132 yaitu:

a. Kepengurusan

Adapun susunan pengurus adalah sebagai berikut :

Badan Pengurus

Ketua : Hi. M. Syafi'I, S. Pd

Sekretaris : Hi.M. Darlan, S. Pd

Hi. Edyanto, S. Ag

Bendahara : Yamari, BA

Rodiah

Abdul Hadi, S.Ag

Badan Pemeriksa Keuangan

Ketua : Hi. Suyoto

Anggota : Sunarta, S. Pd

Anggota : Mujahid Nursalim

b. Karyawan

Untuk membantu kelancaran tugas pengurus KJKS BMT EL Darussalam 132 mengangkat karyawan sebagai berikut :

1. Andi Willys Probo Handoyo, S. TP
2. Suwarti, SE
3. Fitrotul Ismawati, A. Md
4. Muhammad Daud
5. Budiman
6. Muhammad Budianto
7. Hermiyati
8. Layinatul Safinah
9. Anita Sulastri
10. Iqwaldo
11. M. Nur Azikin

2. Keanggotaan

Jumlah anggota Per Desember 2012 : 35 orang

Calon Anggota : 10 orang

3. Rapat-rapat

- a. Mengadakan rapat pengurus lengkap : 6 kali
- b. Rapat pengurus harian : 12 kali
- c. Rapat pengurus PINBUK dan BMI : 2 kali⁴³

B. Strategi Pemasaran Produk Simpanan

Dalam strategi pemasaran ada beberapa hal yang harus dilakukan seperti menjalin kerjasama terhadap mitra kerja dan dapat dilakukan dengan:

1. Pembuatan proposal-proposal kerja sama dengan lembaga terkait lain seperti Bank Muamalat dan Bank Metro Madani.
2. Melakukan penjajagan dengan pihak perbankan untuk melakukan *executing* atau *chanelling* pembiayaan.
3. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh KJKS BMT EL Darussalam 132 seperti persiapan pribadi, keunggulan produk dan menentukan sasaran yang akan menjadi nasabah BMT tersebut. Penjelasannya sebagai berikut: ⁴⁴

- 1) Persiapan Pribadi

⁴³ BMT EL Darussalam 132, *Laporan pertanggung jawaban RAT*, Januari 2012

⁴⁴ wawancara dengan Mareketing (02) BMT EL Darussalum 132, Tanggal 23 Juni 2013

Persiapan diri dilihat dari performa dalam keadaan baik-baik dan sehat dibantu dengan alat pendukung seperti brosur dan sebelum melaksanakan tugas harus merencanakan dengan berkomunikasi dengan pimpinan agar pencapaiannya sesuai dengan yang ditargetkan.

2) Keunggulan Produk

Keunggulan produk terlihat dari setiap nasabah yang tempat tinggalnya jauh dari BMT maka pihak BMT melakukan sistem jemput bola dan tidak dikenakan biaya administrasi. Mendapatkan bagi hasil perbulan.

Suatu strategi pemasaran yang dirumuskan hanya akan menjadi sebuah catatan, apabila strategi pemasaran hanya ditekankan pada sebuah perencanaan. Untuk merealisasikan itu, maka perlu didukung oleh suatu konsep penjualan yang dilaksanakan oleh para penjual yang mempunyai kompetensi yang sesuai. Kompetensi menjual tersebut termasuk di dalamnya adalah teknik dan cara pendekatan yang baik dalam melakukan proses penjualan.

1. Perbandingan dalam Simpanan di BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur

Dari penelitian yang dilakukan, BMT EL Darussalam 132 dalam memasarkan produk simpanan itu sama dalam memasarkannya akan tetapi masyarakat memiliki keinginan yang berbeda. Dilihat dari pembukuan simpanan bahwa pada tahun ketahun pendapatan perbedaannya terlihat

sekali bahwa tabungan Tamara adalah simpanan yang paling diminati oleh sebagian besar masyarakat, terlihat pada tabel dibawah ini perbandingan penghimpunan dana atau investasi periode 2009, 2010 dan 2011.

| No | URAIAN | 2009 | 2010 | 2011 |
|----|--------------------|-------------|---------------|---------------|
| 1 | Simpanan Berjangka | 272.000.000 | 258.000.000 | 414.500.000 |
| 2 | Simpanan TAMARA | 370.718.320 | 807.369.120 | 1.230.168.458 |
| 3 | Simpanan TATA | 19.748.268 | 35.558.268 | 28.428.768 |
| 4 | Simpanan Qurban | - | 57.464 | 26.087 |
| 5 | Simpanan Tahajud | 1.450.000 | 36.519.787 | 269.512.718 |
| | Jumlah | 804.496.588 | 1.413.188.405 | 2.357.359.979 |

Table diatas menunjukkan bahwa simpanan yang pendapatannya naik signifikan adalah simpanan Tamara, dimana dari tahun ke tahun simpanan dari masyarakat lebih tinggi dari tabungan lainnya seperti ; Simpanan Tata, Simpanan Berjangka, Simpanan Qurban , Simpanan Tahajud. Maka dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran untuk simpanan TAMARA berjalan dengan baik daripada tabungan lainnya. Oleh karena itu BMT EL Darussalam harus lebih optimal lagi dalam memasarkan produk lainnya agar keadaan pendapatannya sejajar. Artinya mitra tetap mempercayai BMT EL Darussalam 132 dalam simpanan Tamara dari pada simpanan lainnya.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi mitra untuk menyimpan dana di BMT EL Darussalam 132 yaitu bagi hasil yang kompetitif, tingkat keamanan terhadap uang yang disimpan, sistem jemput bola sehingga

mempermudah mitra yang hendak menabung, dapat diambil sewaktu-waktu, tanpa biaya administrasi dan pelayanan yang ramah.

Menganalisis berdasarkan analisis SWOT yaitu penilaian menyeluruh terhadap kekuatan (strengths (S), kelemahan (weakness (W)), peluang (O)), dan ancaman (Threats (T)) koperasi. Kekuatan meliputi kemampuan internal, sumber daya dan faktor situasional positif yang dapat membantu perusahaan melayani pelanggannya dan mencapai tujuannya.

Kelemahan meliputi keterbatasan internal faktor situasional negatif yang dapat menghalangi performa perusahaan. Peluang adalah faktor yang menguntungkan pada lingkungan eksternal yang dapat digunakan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Dan ancaman adalah faktor pada lingkungan eksternal yang tidak menguntungkan yang bisa menghadirkan tantangan bagi performa perusahaan. Tujuannya adalah untuk mencocokkan kekuatan perusahaan dengan peluang menarik yang ada di lingkungan, sekaligus juga menghilangkan kelemahan dan meminimalisasi ancaman.

2. Laporan Penelitian Strategi Pemasaran Produk Simpanan di BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur

Semakin berkembangnya masalah ekonomi masyarakat, maka berbagai kendala tidak mungkin terlepas dari keberadaan BMT. Oleh karena itu perlu strategi yang jitu guna mempertahankan eksistensi BMT

tersebut. Strategi pemasaran simpanan/tabungan yang digunakan oleh BMT EL Darussalam 132 adalah sebagai berikut :⁴⁵

1) Meluruskan niat

Langkah pertama yang dilakukan sebelum memasarkan produk tabungan mandiri sejahtera adalah meluruskan niat disini karena niat merupakan sumber inspirasi dan inovasi seseorang dalam melakukan perbuatan. Disini para marketer mempunyai niat dakwah ekonomi, membangun perekonomian masyarakat yang berlandaskan syariah Islam karena dana yang dititipkan di BMT akan disalurkan kepada orang-orang yang membutuhkan dana yang digunakan untuk keperluan yang tidak melanggar syariah.

2) Memperhatikan Ulama

Hal penting yang diperhatikan pengelola BMT terutama para marketing dalam memasarkan produk simpanan adalah dengan menetapkan jadwal rutin kunjungan silaturahmi kepada para ulama minimal satu kali dalam seminggu, ini diperuntukan kepada calon nasabah yang belum faham tentang Lembaga Keuangan Syariah yang mempunyai pandangan berseberangan terhadap BMT.⁴⁶

⁴⁵ BMT EL Darussalam 132, Ibid

⁴⁶ *Wawancara*, dengan marketing (02.1), BMT EL Darussalam 132 lampung Timur, Lampung Timur 07 juni 2013

Mereka yang masih menganggap BMT sama saja dengan lembaga keuangan konvensional yang masih menggunakan prinsip bunga. Sehingga para marketing dalam menyampaikan produk simpanan bisa menjelaskan perbedaan antara bagi hasil dan bunga.

3) Memperluas jaringan kerjasama dengan pendekata personal

Langkah berikutnya adalah dengan memperluas jaringan kerjasama yang saling menguntungkan dengan berbagai pihak, sepanjang tidak mengingkari prinsip-prinsip syariah yang telah sejak awal ditetapkan sebagai landasan utama usaha BMT.

4) Produk simpanan yang sederhana

Dengan uang Rp. 10.000,- masyarakat sudah bisa menjadi nasabah dengan membuka rekening simpanan di BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur.

5) Jemput bola

Sebagai lembaga keuangan yang belum lama lahir, BMT EL DARUSSALAM 132 Lampung Timur membutuhkan promosi dan

sosialisasi secara optimal. Salah satu cara yang dilakukan untuk mencapai target-target pemasaran produk simpanan dalam operasionalnya adalah dengan melakukan pendekatan “jemput bola”.

Pendekatan dilakukan dengan cara marketing langsung mendatangi calon nasabah di rumah atau tempat mereka membuka usaha. Dengan sistem ini pihak BMT memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah, para marketing mendatangi nasabah apabila mereka ingin menabung ataupun mengambil tabungan sehingga para nasabah tidak perlu datang ke kantor.⁴⁷

6) Sosialisasi dan Promosi

Kegiatan sosialisasi senantiasa dilakukan oleh semua bagian kepada pihak lain (masyarakat, organisasi masyarakat, tokoh, masyarakat, lembaga pemerintah/ swasta/ LSM dan lembaga pendidikan) baik yang berada dalam wilayah kecamatan labuhan ratu dan sekitarnya maupun yang berada dikecamatan lain.

Menurut Ibu Sri Supadmi sebagai nasabah BMT EL Darussalam 132 sekaligus anggota pendiri BMT setempat mengatakan bahwa bentuk-bentuk sosialisasi dan promosi diselenggarakan secara produktif dan melalui sosialisasi langsung maksudnya memberikan informasi langsung ke masyarakat, biasanya metode yang dilakukan antara lain :

⁴⁷ *Wawancara*, dengan marketing (02.1) BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur, Lampung Timur 08 juni 2013

a. Metode dor to dor

Dalam metode ini, pihak BMT melakukan promosi langsung kepada masyarakat, yang belum mengetahui keberadaan BMT dan menjelaskan keunggulan produk simpanan, sehingga masyarakat setempat tertarik untuk menabung di BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur. Kegiatan tersebut dilakukan pada saat agenda pertemuan mingguan antara pihak BMT dengan nasabah yang sudah direncanakan oleh BMT. Dimana marketing BMT akan menjelaskan secara detail terhadap nasabahnya dan membuka pertanyaan di pertemuan tersebut agar semuanya jelas.

b. Penyebaran pamflet

Ketidakmungkinan pihak BMT untuk menjelaskan satu persatu kepada masyarakat maka pihak BMT melakukan promosi dengan menyebar dan memasang pamflet-pamflet di daerah sekitar Labuhan Ratu Kabupaten Lampung Timur.

c. Produk dan peningkatan pelayanan

Tingkat persaingan usaha yang semakin tinggi, mendorong manajemen untuk melakukan peninjauan harga jual produk dan kualitas pelayanan yang lebih cepat, tepat dan akurat. Sehingga di

harapkan nasabah akan merasa mudah dan menguntungkan dengan perbaikan produk dan peningkatan pelayanan tersebut.⁴⁸

3. Kendala-Kendala Yang Di Hadapi Dalam Pemasaran Simpanan di BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur

1) Bidang operasional

- a. Kurangnya pemahaman masyarakat di sekitar Labuhan Ratu tentang produk simpanan yang diluncurkan BMT setempat sehingga hal ini menjadi tanggungan sekaligus tantangan tersendiri bagi seluruh karyawan BMT EL Darussalam 132. Untuk memberikan pemahaman tentang produk simpanan BMT EL Darussalam 132, kepada masyarakat Labuhan Ratu Kabupaten Lampung Timur.
- b. Adanya BMT Mentari, BMT Baskara Muhammadiyah dan lembaga keuangan syari'ah lainnya yang beroperasi di Lampung Timur dengan produk simpanan yang menyerupai hal ini memberikan kemudahan dalam pelaksanaan pembiayaan. Akan tetapi mengharuskan karyawan BMT EL Darussalam 132 pandai dan handal dalam mencari anggota tabungan.
- c. Adanya lokasi anggota pembiayaan yang tempat tinggalnya jauh dari lokasi BMT seperti di daerah Kemiling dan Gunung Mekar. Hal ini bisa membuat karyawan yang melakukan survei merasa kurang sejahtera dikarenakan lokasi yang ditempuh lumayan sulit dan bisa cepat merusak kendaraan. Jadi, BMT EL Darussalam 132 harus bisa

⁴⁸ BMT EL Darussalam 132, op cit

memberikan kendaraan inventaris kepada karyawan untuk menunjang kelancaran operasionalnya.

2) Bidang administrasi

- a. Terkadang KTP sudah mati tapi masih dipakai untuk membuka tabungan. Seperti yang dilakukan oleh salah satu nasabah yang bernama Bapak Slamet yang beralamat di subbing Putra Lampung Timur. Sehingga karyawan BMT EL Darussalam 132 harus teliti dalam memeriksanya terutama karyawan bagian administrasi.
- b. Karyawan BMT EL Darussalam 132 harus teliti terhadap uang palsu yang digunakan untuk menabung.⁴⁹

3) Bidang SDM

- a. Banyak dari karyawan BMT EL Darussalam 132 yang tidak dari lulusan perbankan syariah dan ada juga yang lulusan SMA.
- b. Masih banyaknya karyawan BMT EL Darussalam 132 yang belum menguasai sehubungan dengan produk syariah.⁵⁰

4. Usaha untuk Menarik Minat Masyarakat Menyimpan Dananya di BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur

⁴⁹ *Wawancara* dengan Manager (01), BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur , 02 juni 2013

⁵⁰ *Wawancara*, dengan marketing (02), BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur, Lampung Timur 7 Juni 2013

Adapun usaha BMT dalam menarik minat nasabah untuk menyimpan uangnya di BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur yaitu sebagai berikut:

- a. Diberikannya fasilitas Jemput Bola, fasilitas ini diberikan agar nasabah tidak kerepotan harus bolak-balik ke Kantor untuk menyimpan uangnya.
- b. Menyebarkan brosur berikut proses pendaftarannya kepada calon nasabah BMT EL Darussalam 132 dan masyarakat pada umumnya.
- c. Menyebarkan informasi tentang sistem simpanan di BMT EL Darussalam 132.

Usaha-usaha tersebut dilakukan oleh BMT EL Darussalam 132 untuk membantu calon nasabah yang ingin menyimpan uangnya untuk masa yang akan datang. Dengan adanya produk simpanan ini ini terbukti sangat membantu masyarakat yang ingin menyimpan uangnya supaya tidak habis terpakai dengan sia-sia.⁵¹

5. Analisa Penelitian Strategi Pemasaran Produk Simpanan di BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur

⁵¹ *Wawancara* dengan bagian marketing (02). BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur, 09 Juni 2013

Analisis data penelitian strategi pemasaran produk simpanan pada BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur menggunakan analisis SWOT.

1. Kekuatan (Streanght)

- a. Produk simpanan menggunakan akad yang sesuai dengan simpanan masing-masing seperti simpanan Tamara menggunakan akad *wadiah yad dhamannah* sehingga pihak BMT lebih leluasa mengelola barang titipan itu atas seizin nasabah dan konsekuensi titipan murni tersebut. Apabila pihak BMT memperoleh keuntungan dan atas kehendak BMT dapat memberikan bonus (fee) kepada para nasabah.
- b. Nasabah merasa diuntungkan karena bisa menyisihkan dana mereka untuk masa depan. Dan karena pengambilan bisa dilakukan sewaktu-waktu, sehingga nasabah bisa mengambil simpanannya kapan saja ketika pihak nasabah membutuhkan dana.
- c. BMT EL Darussalam 132 menggunakan strategi “jemput bola” untuk melayani nasabah. Sehingga memudahkan nasabah untuk berinteraksi tanpa harus datang langsung di BMT EL Darussalam 132.
- d. BMT EL Darussalam 132 mampu menghimpun dana masyarakat dalam arti mengajak untuk menjadi nasabah dengan pengelolaan manajemen yang disiplin, tertib dan professional.

2. Kelemahan (weakness)

- a. Kurangnya pemahaman masyarakat tentang produk simpanan pada BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur.
- b. Masyarakat masih memandang di BMT EL Darussalam 132 sama saja dengan Bank konvensional lainnya dengan sistem bunga bukan bagi hasil.
- c. Kurangnya pendekatan pada masyarakat sehingga masyarakat masih meragukan keamanan untuk menyimpan atau bertransaksi dengan BMT EL Darussalam 132 dan masyarakat lebih mempercayakan Bank yang menurut mereka lebih aman.

3. Kesempatan (Opportunity)

Dengan adanya produk simpanan yang diluncurkan BMT dengan berbagai jenis dapat menjadi solusi bagi nasabah sebagai media penyimpanan dana nasabah. Agar lebih aman dan juga dana tersebut dapat terkumpul untuk kebutuhan yang akan datang dan mendesak. Dan ketika sewaktu-waktu membutuhkan dapat di ambil dengan mudah dan cepat.

4. Ancaman (Treatment)

- a. Adanya produk- produk dari lembaga keuangan syariah lainnya yang sejenis dengan produk simpanan yang ada pada BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur.
- b. Masyarakat masih ragu untuk menyimpan dana mereka di BMT dan cenderung memilih Bank umum/ Bank syariah yang sudah besar karena alasan keamanan, dan keunggulan yang di tawarkan dengan

bonus-bonus yang diberikan lebih besar dari pada bonus yang didapat di BMT.

Analisa penelitian ini terhadap Strategi Pemasaran produk simpanan pada BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur, hasil analisa yaitu bahwa antara teori yang ada mengenai “Strategi Pemasaran Produk Simpanan” dengan penerapannya sudah sesuai hanya ada kekuatan dan kelemahan masing-masing produk simpanan.

Kekuatan produk simpanan pada BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur telah sesuai dengan prinsip syariah, karena berlandaskan dengan akad masing-masing produk contohnya produk simpanan Tamara yang menggunakan akad *wadiah yad dhamannah* yang menjadi ketertarikan yaitu suatu produk simpanan yang di desain seminimalis dengan setoran awal Rp. 10.000-,. Dimana peneliti sudah membuktikan sendiri bahwa setoran awal di BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur ini memberikan yang murah.

Dalam setrategi pemasaran suatu produk di BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur bermaksud agar produk simpanan dapat memberikan solusi kepada calon nasabah atau yang sudah termasuk nasabah di BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur. Yang dimaksud solusi adalah memberikan harga yang kecil kepada nasabah sehingga nasabah merasa

mampu dan pantas menyimpan dana di BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur.⁵²

Kelemahan produk simpanan pada BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur terlihat dalam strategi pemasaran antara teori mengenai produk dengan penerapannya sudah sesuai akan tetapi BMT EL Darussalam 132 harus melihat dan mengetahui keinginan nasabah atau calon nasabahnya dalam produk simpanan lainnya. Dengan memperluas jaringan kantor serta memberikan fasilitas transaksi yang memudahkan nasabah dalam mengakses keterangan tentang produk simpanan yang ada pada BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur.

Pada BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur produk yang cenderung meningkat lebih banyak adalah produk simpanan TAMARA. Simpanan TAMARA merupakan produk yang saling menguntungkan bagi kedua pihak karena dengan adanya produk tersebut masyarakat yang pada awalnya menyimpan uangnya sendiri dan sekarang dapat menyimpan uangnya di BMT EL Darussalam 132.

Sedangkan Produk Simpanan Lainnya seperti Simpanan TATA hanya menyimpan uangnya untuk tujuan pariwisata tanpa ada keuntungan yang lebih, maka masyarakat lebih memilih Simpanan TAMARA karena Simpanan TAMARA lebih efektif bagi pihak BMT dan nasabah tentunya menghasilkan keuntungan atau *profit* bagi mereka.

⁵² Wawancara dengan Manager (01), BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur, Lampung Timur 09 juni 2013

Produk Simpanan ini menjadi lebih tenang karena dana dapat dihimpun dan diputar oleh BMT sehingga lebih meringankan nasabah. Begitu juga dengan pelayanan yang dimiliki oleh BMT EL Darussalam 132, terbukti dengan sikap ramah tamah para karyawan dalam melayani nasabah merupakan bagian dari pelayanan prima yang diterapkan oleh BMT EL Darussalam 132, dan juga penjelasan yang sangat rinci juga transparan tentang produk simpanan, sehingga nasabah memperoleh informasi yang akurat dan jelas.

Dari rincian di atas strategi pemasaran sangat penting untuk penunjang meningkatnya pendapatan pihak BMT, oleh karena itu strategi pemasaran adalah strategi yang harus ditingkatkan karena nasabah selalu ingin mengetahui perkembangan yang ada pada BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur sehingga nasabah tidak akan bertanya-tanya tentang keberadaan BMT atau perkembangan simpanannya.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur, peneliti melihat bahwa dalam operasional produk simpanan sudah menjalankan prinsip-prinsip syariat Islam. Strategi pemasaran simpanan pada BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur dengan

meluruskan niat, memperhatikan ulama, memperluas jaringan kerjasama dengan pendekatan personal, produk simpanan yang sederhana, jemput bola, serta sosialisasi dan promosi. Untuk melakukan kegiatan pemasaran ini, BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur memiliki karyawan yang sudah terlatih sehingga mampu menjawab semua pertanyaan yang muncul dari mitra dan setiap proses yang berkaitan dengan mitra mulai dari menawarkan produk hingga menangani keluhan yang dialami mitra perlu dikembangkan dan ditingkatkan, karena pelayanan yang memuaskan mitra merupakan sebuah bukti fisik dari produk jasa yang dapat dirasakan mitra.

B. SARAN

Setiap pelaksanaan kegiatan tentunya ada kelebihan dan kekurangan dari produk itu sendiri maupun strategi pemasaran yang digunakan., dengan itu penelitian ini memberikan saran-saran guna kemajuan produk simpanan ke depan, dengan melakukan kegiatan promosi agar lebih ditingkatkan, baik melalui media elektronik maupun melalui media cetak. Mengingat masa promosi produk simpanan agar masing-masing simpanan

memiliki mitra yang cukup meningkat. Sehingga perlu diadakan inovasi lain selain pemasangan pin, misalnya dengan memasang spanduk, menghias kantor saat masa promosi, dan membentuk tim khusus untuk kegiatan promosi ini. Memperluas jangkauan pemasaran dengan membuka cabang-cabang di daerah lain. Sehingga banyak mitra baru yang menjadi anggota di BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur. Kualitas sumber daya manusia perlu ditingkatkan dengan mengikuti berbagai kegiatan yang mampu memberikan banyak pengalaman sehingga pelayanan kepada mitra lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Sumiyanto, *BMT Menuju Koperasi Modern*, (Yogyakarta:PT. ISES Consulting Indonesia, 2008)

Andi Soemitra, *Bank dan lembaga keuangan syariah*, (Jakarta : Kencana, 2009)

Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007)

BMT EL Darussalam, *Pembukuan BMT*, 7 juni 2013

Carl McDaniel dan Roger Gates, *Riset Pemasaran Kontemporer*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001)

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya*, CV As-Syifa, Semarang, 1998

Edi Kusnaldi, *Metode Penelitian*, (Jakarata Timur : Ramayana Pers dan Stain Metro, 2008)

Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi* (Yogyakarta : Ekonisia, 2003)

Henry Simamora, *Manajemen pemasaran internasional*, (Jakarta : Salemba empat, 2000)

Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta : Kencana, 2011)

Manulang, *Pengantar bisnis*, (Jakarta : PT Indeks, 2013)

Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survai*, (Jakarta: LP3ES, 1989)

Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta : Rieneka Cipta, 2000)

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000)

Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Yayasan Penarbitan Psikologi UGM, 1985)

Sumadi Suryabrata, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta : Rajagrafindo Pers ,2012)

Suraya Murcitaningrum, *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam*, (Bandar Lampung : Ta'lim Pers, 2012)

Soeratno dan Lincoln Arsyad, *Metodeligi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis* , (Yogyakarta : UPP AMP YKPN, 1993)

Suharismi Arikonto, *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi (Jakarta : PT. Sineka Cipta, 2006)

Alat Pengumpul Data (APD)

1. *Interview* (wawancara)

a. *Interview* dengan manager BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur

- 1) Mohon penjelasan dari bapak, bagaimana sejarah berdirinya atau latar belakang berdirinya BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur ?
- 2) Tahun berapa BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur ?
- 3) Apakah visi dan misi BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur ?
- 4) Bagaimanakah struktur organisasi BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur ?
- 5) Bagaimanakah layanan BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur?

b. *Interview* dengan karyawan BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur

- 1) Apakah pegawai BMT melakukan pendekatan dengan nasabah, untuk menciptakan keterikatan antara BMT dengan nasabah ?
- 2) Bagaimana pelayanan BMT terhadap nasabah, misalnya pelayanan dalam Simpanan ?

c. *Interview* dengan nasabah BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur

- 1) Apakah nasabah BMT merasa senang dan puas menyimpan uangnya di BMT El Darussalam 132 Lampung Timur.
- 2) Apa keuntungan nasabah menyimpan uang di BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur.

2. Dokumentasi

- a. Penggambaran struktur organisasi BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur.
- b. Pengutipan tentang sejarah, visi, dan misi BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur.
- c. Pengutipan tentang prosedur simpanan BMT EL Darussalam 132 Lampung Timur.