

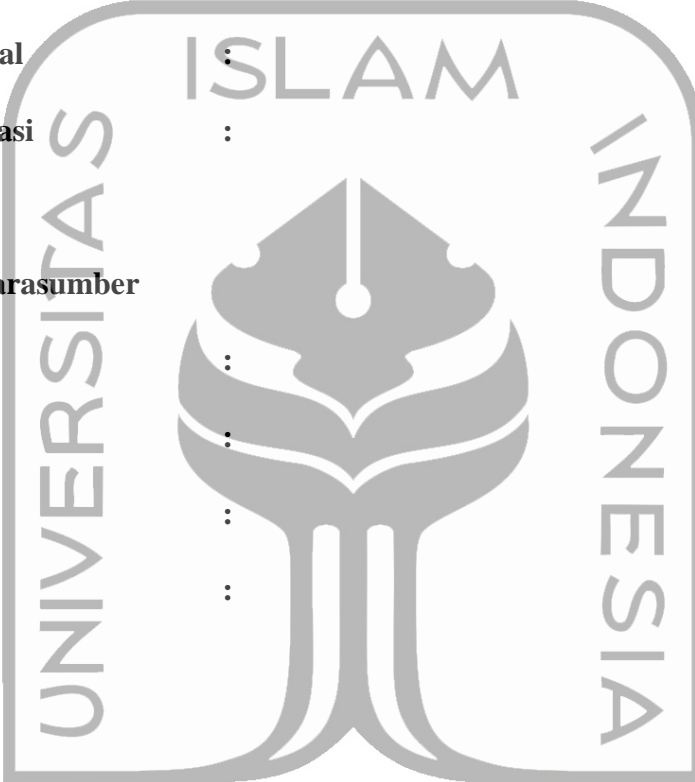
LAMPIRAN



DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

“KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera Cabang Maguwoharjo Yogyakarta”

| | |
|-----------------------------|---|
| Hari/Tanggal | : |
| Waktu/Durasi | : |
| Identitas Narasumber | : |
| Nama | : |
| Umur | : |
| Jabatan | : |
| Alamat | : |
| Pertanyaan | : |



1. Bagaimana sejarah pendirian tentang KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera?
2. Kapan KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera membuka cabang di Maguwoharjo?
3. Apa saja visi misi tentang KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera?
4. Bagaimana struktur organisasi pada KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera?

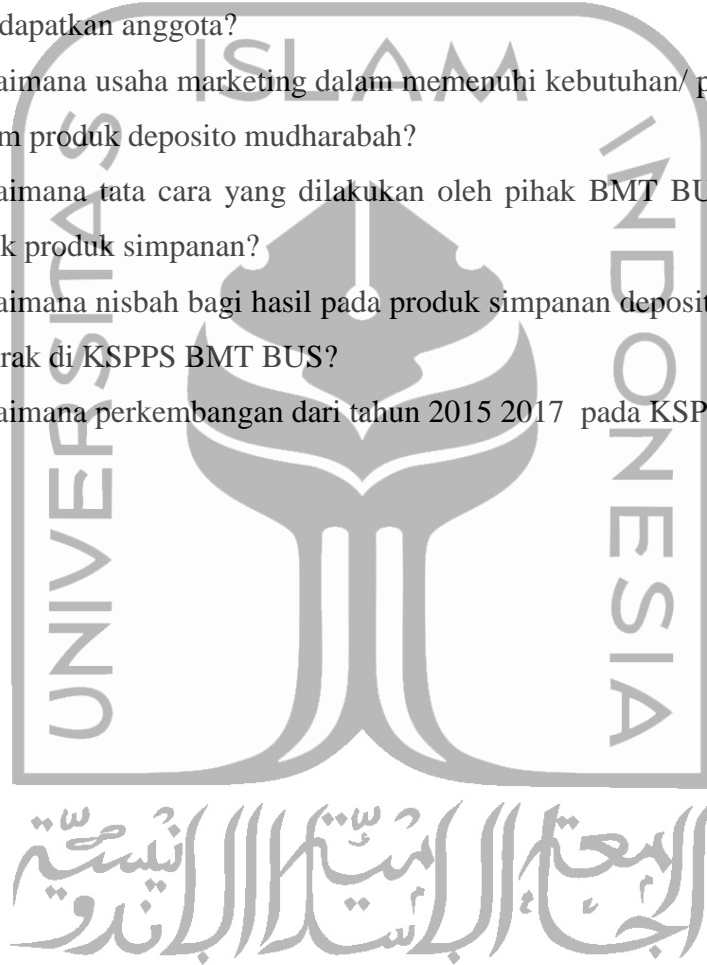
Strategi

5. Konsep dan strategi marketing apa yang diterapkan pada KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera?

Segmentasi

6. Bagaimana KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera dalam melakukan proses segmentasi pasar?
7. Bagaimana strategi marketing yang di lakukan oleh KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera dalam memasarkan produk?
8. Bagaimana strategi marketing dalam menentukan harga/ price yang paling optimal sehingga diterima oleh pasar?
9. Bagaimana pembagian nisbah/ pembagian bagi hasil yang diterapkan dalam produk simpanan deposito *mudharabah* atau si suka?
10. Bagaimana tempat atau lokasi kantor cabang yang digunakan KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera BUS Cabang Maguwoharjo?
11. Apa yang dilakukan pihak marketing dalam meningkatkan produk dan kualitas dalam kaitannya dengan promosi dan kinerja pemasaran?
12. Bagaimana KSPPS BMT BUS dalam melakukan targetting pada produk simpanan deposito?
13. Apakah investasi selalu dapat memperbaiki posisi suatu perusahaan bank di pasar?
14. Bagaimana strategi marketing dalam menentukan pilihan mengenai pelanggan mana yang akan dilayani dan bagaimana menciptakan prefensi pelanggan?
15. Bagaimana mengatasi kendala dan rintangan yang mungkin terjadi pada KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera?
16. Apakah ada ukuran kinerja pemasaran lain yang bisa mengukur value bagi konsumen dan bagi lingkungan?
17. Ada beberapa cara untuk mengukur divisi strategi marketing pada bank dan seberapa efektif pengukuran tersebut?
18. Apakah setiap anggota yang investasi deposito atau Si suka pasti ada jangka waktu yang telah ditentukan, dan investasi semakin tinggi apa ada pemberian hadiah?

19. Apa yang dilakukan dalam melakukan perjanjian pada produk Si suka dalam peranjianya mengalami masalah?
20. Setiap tahun memiliki pencapaian target dalam deposito mudharabah dan berapa anggota yang ditentukan dalam tutup buku pada akhir tahun?
21. Apakah ada pemberian reward pada karyawan yang memenuhi target dalam mendapatkan anggota?
22. Bagaimana usaha marketing dalam memenuhi kebutuhan/ permintaan anggota dalam produk deposito mudharabah?
23. Bagaimana tata cara yang dilakukan oleh pihak BMT BUS kepada anggota untuk produk simpanan?
24. Bagaimana nisbah bagi hasil pada produk simpanan deposito mudharabah dan kontrak di KSPPS BMT BUS?
25. Bagaimana perkembangan dari tahun 2015 2017 pada KSPPS BMT BUS?



DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

**“ Anggota KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Maguwoharjo
Yogyakarta”**

Hari/Tanggal :

Waktu/Durasi :

Identitas Narasumber

Nama :

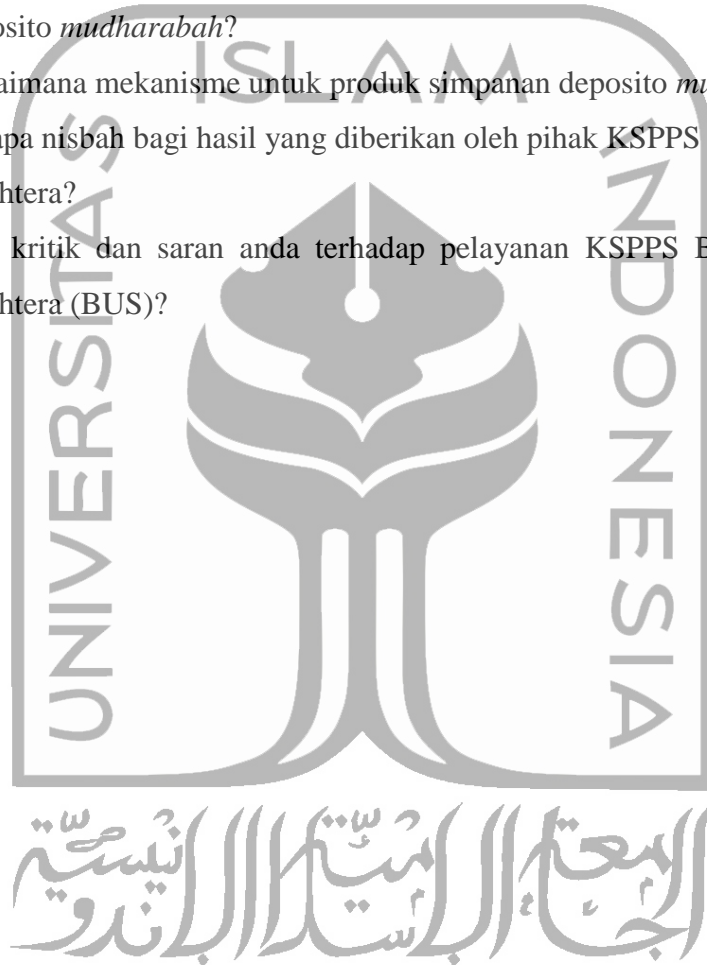
Umur :

Pekerjaan :

Alamat :

1. Sudah berapa lama anda menjadi anggota KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS)?
2. Dari mana anda mengenal atau mengetahui KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS)?
3. Apa alasan anda menjadi anggota KSPPS Bina Ummat Sejahtera (BUS)?
4. Produk KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) apa saja yang anda gunakan?

5. Menurut anda sesuai apa tidak antara pelayanan atau produk yang telah disampaikan oleh pihak KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS)?
6. Darimana anda mengenal produk simpanan deposito *mudharabah*?
7. Bagaimana cara pihak BMT menyampaikan produk tersebut?
8. Berapa saja jangka waktu yang diberikan pihak BMT BUS untuk simpanan deposito *mudharabah*?
9. Bagaimana mekanisme untuk produk simpanan deposito *mudharabah*?
10. Berapa nisbah bagi hasil yang diberikan oleh pihak KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera?
11. Apa kritik dan saran anda terhadap pelayanan KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS)?



ISLAM

HASIL WAWANCARA

Identitas Narasumber

- Hari/Tanggal** : Selasa, 03 Juli 2018
Waktu/Durasi : 10.05-10.05 (50 Menit)
Nama : Bapak Akhmad Taufiq
Umur : 27 Tahun
Jabatan : Manajer Cabang
Alamat : KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS)
- Hari/Tanggal** : Selasa, 30 Juli 2019
Waktu/Durasi : 12.00-12.30 (30 Menit)
Nama : Bapak Santoso
Umur : 25 Tahun
Jabatan : Account Officer (AO)
Alamat : KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera

Pertanyaan :

1. Bagaimana sejarah pendirian tentang KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera?

| | |
|-----------|---|
| Bp Taufiq | <p>: KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera berdiri pada tanggal 10 November 1996, yang berlangsung dipelapori dan digerakkan oleh tiga yaitu Bapak Akhmad Zuhri, Bapak H. Faturrohmat, dan Bapak Syaefuddin Zuhri dengan modal awal Rp. 2.500.000,00. Waktu itu kita mendirikan BMT BUS, sebenarnya bukan itu saja pada tahun 1996 waktu itu ada pergerakan dari badan kementrian, dulu itu ada juga kalo di Rembang itu BMT luas, kalo dijogja ada BMT BIF itu pendiriannya bareng. Karena dulu itu dari ikatan muslim, kalo dirembang itu namanya Ikatan Muslim Rembang atau (ICMI) itu kan Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia, dan didukung juga oleh Sekda kita. Awal pendirian BMT itu sebenarnya dulu masih bingung BMT itu masuk apa? Badan hukumnya apa to BMT ini? Kalo koperasi kan berdirinya sudah lama. Diawali oleh Koperasi Simpan (Kospin) itu kan koperasi tertua, makanya waktu itu kita bingung BMT itu mau dikasih badan hukum apa? Waktu itu ada solusi dari Kementrian yah diikutkan dalam Koperasi, makanya badan hukumnya sampai saat ini berubah terus, dulu KSPS (Koperasi Simpan Pinjam Syariah), terus berubah lagi KJKS (Koperasi Jasa Keuangan Syariah), terus pindah lagi jadi ke KSPS (Koperasi Simpan Pinjam Syariah) lagi, dan saat ini sudah menjadi KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah).</p> |
|-----------|---|

2. Kapan KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera membuka cabang di Maguwoharjo Yogyakarta?

| | |
|-----------|--|
| Bp Taufiq | <p>: kita membuka di sini pada tahun 2004, waktu itu dengan 4 karyawan, 1 manajer, 1 teller, dan 2 marketing</p> |
|-----------|--|

3. Apa saja visi misi tentang KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera?

| | |
|-----------|---|
| Bp Taufiq | : kalo visi kita itu kalau kit abaca visinya yah menjadi lembaga keuangan syariah terdepan. Bagaimana sih kita menciptakan bank-bank syariah yang murni syariah. Karena kita BMT BUS kita tidak hanya visi kita dalam bergerak dibidang keuangan, karena kita ada pihak <i>maalnya</i> , BMT itu Baitul Maal Wat Tamwil, baitul maal itu rumah zakat, wat Tamwil itu rumah dan harta. Makanya ada juga, kaya gini setiap karyawan disini mempunyai satu tabungan kaleng yang dikumpulkan satu bulan sekali, diisi terserah kita mau diisi sendiri atau dimintakan ke orang-orang enggak masalah. Karena dengan berjalannya harta kita, kita juga bisa membantu perekonomian masyarakat. |
|-----------|---|

4. Bagaimana struktur organisasi KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera?

| | |
|-----------|---|
| Bp Taufiq | : yah kalo struktur cabang yang disini itu ada kepala wilayahnya yang mengatur wilayah Yogyakarta, dibawahnya ada manajer cabang, dibawahnya ada <i>Account Officer</i> (AO), FO, Teller, dan Administrasi. |
|-----------|---|

5. Konsep dan strategi marketing seperti apa yang diterapkan pada KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera?

| | |
|-----------|---|
| Bp Taufiq | : kalo konsep kita awalnya itu di BMT BUS itu dulu memang sampai sekarang juga masih jalan konsep kita itu masuk kedalam pasar tradisional artinya kita memang seperti visi misi pertama bagaimana pasar kita memang sebagian ilmu ekonomi dan kebanyakan pedagang-pedagangnya mikro itu dimana asetnya kurang dari 50 juta, makanya kita terjun ke anggota-anggota kita berpihak kepasar, tetapi pada perkembangannya kita tidak hanya dipasar tapi memang ada |
|-----------|---|

| | |
|------------|--|
| Bp Santoso | <p>pembagian radius dari kantor kita maksimal 25 KM, anggota mana sih yang harus kita didik dan kita strategi yang mana sih saat ini usaha itu yang baru berkembang dan meluncurkan hasilnya positif. Pertanian kita membuat sebuah radius dari kantor kita berapa KM sih pertanian yang perlu kita patuti kita masuki dan perdagangan apa usaha yang didalam bidang seperti pembuatan kulit dll. Jadi, strategi kita memang kita manfaatkan potensi yang ada disekitar kita.</p> <p>Untuk konsep sendiri sih kita masih menysasar ke pedagang di pasar-pasar tradisional mba. Karena dalam strategi pemasaran kita memiliki jangkauan radius sekitar kurang lebih 25km jadi strategi yang biasa kita gunakan yah memanfaatkan potensi yang ada di sekitar kita aja mba.</p> |
|------------|--|

6. Bagaimana KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera dalam melakukan proses segmentasi pasar?

| | |
|-----------|--|
| Bp Taufiq | <p>: prosesnya kita kunjungan setiap hari mba, jadi segmen pasar kita itu marketing kita dibagi wilayahnya, kita mempunyai 4 marketing jadi radius 25 KM keutara ada 1marketing, nanti segmentasinya dibidang apa? Karena di jogja sendiri itu enakya seperti ini kearah utara segmennya mungkin pertanian jadi kita khusus menetapkan AO di bidang pertanian melakukan segmentasi itu, di daerah barat itu masuknya kekota kita segmennya masuk kepasar ekonomi seperti perdagangan kita masukkan 1marketing kita yang dia ahli dbidang perdagangan, kearah timur itu kebanyakan sebagai pengusaha-pengusaha seperti kayu dan industry. Jadi,</p> |
|-----------|--|

| | |
|------------|--|
| | segmentasi kita dilihat dulu apa sih yang ada dan itu seperti apa jadi kita analisa dulu biasanya kita sebelum terjun kelapangan itu ada tim biasanya Manajer 1 wilayah kumpul untuk cabang Maguwoharjo pingin membuka lahan didaerah sini nanti dikoordinator wilayah-wilayah. |
| Bp Santoso | Melakukan kunjungan setiap hari mba, dengan radius pemasaran 25km kita bagi ke dalam 4 wilayah, contohnya wilayah utara yang didominasi dengan pertanian kita terjunkan AO yang khusus menangani segmentasi dibidang pertanian. Jadi kita harus melihat dulu segmentasi apa yang menonjol di wilayah tersebut baru kita menerjunkan pihak AO |

7. Bagaimana strategi marketing yang dilakukan oleh BMT Bina Umat Sejahtera dalam memasarkan produk?

| | |
|-----------|--|
| Bp Taufiq | : strategi kita sama sih mba, kalo marketing itu, yang namanya marketing perbankan, marketing jualan sapu lidi itu sama, intinya bagaimana produknya dikenalkan kepada masyarakat terlebih dahulu kalo masalah gak lakunya itu belakangan mba. Yang terpenting bagaimana sih nasabah itu dikenal dengan produk kita, yang kedua bagaimana masyarakat tau manfaat produk kita, dan yang ketiga bagaimana dia bisa masuk ke kita. Jadi, cara memasarkannya kita dengan cara promosi dengan adanya brosur dengan adanya mengikuti acara pengajian-pengajian masyarakat, kita mengadakan biasanya ada kanvasing setiap satu bulan sekali, dua minggu terjun kelapangan dalam satu kelompok kita fokus bareng-bareng atau setelah jumatannya biasanya dimasjid mana yang paling |
|-----------|--|

| | |
|------------|--|
| | <p>besar dengan menyebarkan brosur, yang penting masyarakat kenal dulu dengan diri kita, masalah produknya laku gak lakunya itu nanti bisa dilihat sendiri.</p> |
| Bp Santoso | <p>Untuk strategi marketing sih kita melakukan pengenalan produk kita ke calon nasabah, mulai dari mekanisme, keuntungan, manfaat dan persyaratan untuk membeli produk kita. Dengan cara mempromosikan lewat brosur atau mulut ke mulut supaya informasi mengenai produk kita bisa tersebar luas dimasyarakat.</p> |

8. Bagaimana strategi marketing dalam menentukan harga/price yang paling optimal sehingga diterima oleh pasar?

| | |
|-----------|--|
| Bp Taufiq | <p>: kalau untuk harga/price kita itu sudah ada pengamat sendiri mba, contoh: harga/price itu untuk deposito sendiri itu berapa sih? Jadi, sesama BMT, bank saja ada batas maksimalnya. Bank di deposito mandiri dan BRI itu artinya sama, harganya sama, sama BMT juga punya asosiasi walaupun tidak langsung digaris bawahi oleh BI. Tapi kita juga punya asosiasi yang namanya nanti ada ketua asosiasinya, berapa sih.</p> <p>Harga/price yang harus dijual tahun ini kita melihat harga, kita melihat pasaran yang ada, kita melihat SHO kita tidak boleh pakai sistem <i>mudharabah</i> tahun kemarin. <i>Mudharabah</i> kan nisbah dari yang kita dapatkan, makanya kita ada yang namanya Dewan Syariah kita. Jadi, harga/price itu nanti kita marketing tidak bisa semena-mena kasih harga sekian. Kita memang ada batas minimal dan maksimal tapi tidak apa-apa. Kita tawarkan yang minimal dulu walaupun nanti negoisasi</p> |
|-----------|--|

| | |
|--|--|
| | <p>nanti maksimal yang penting marketing kita kasih minimal dan maksimal. Jika marketing ini hanya bisa menjual dengan harga maksimal/berarti dia negoisasinya bagus. Tapi, kalau dia mendapatkan diharga maksimal tapi banyak orang-orang “OK bagus” dari pada dia yang tidak dapat memasarkan sama sekali. Jadi, masalah harga itu sudah bantuan dari management, Dewan Syariah kita, tapi ketentuan itu tidak melenceng jauh dari hasil sesuai kita dilapangan tidak mungkin kan kita rendah. Contoh: dulu saya target sekian M harganya rendah, kok langsung mau, kalau ada marketing itu seperti itu kita tanya mana sih lembaga yang harganya tinggi kita analisa, akan kita samakan kita lihat umumnya dilembaga lain bersaing.</p> <p>Bp Santoso Untuk menetapkan harga <i>harga/price</i> kita punya pengamat sendiri mba. Untuk melihat berapa <i>Harga/price</i> yang harus dijual tahun ini kita melihat harga, kita melihat pasaran yang ada, dan kita melihat SHO kita tidak boleh pakai sistem <i>mudharabah</i> tahun kemarin. <i>Mudharabah</i> kan nisbah dari yang kita dapatkan, makanya kita ada yang namanya Dewan Syariah. Jadi menentukan <i>harga/price</i> tidak bisa semena-mena kasih harga sekian. Dalam praktiknya kita biasa menawarkan yang minimal dulu walaupun nanti negoisasi nanti maksimal yang penting marketing kita kasih minimal dan maksimal.</p> |
|--|--|

9. Bagaimana pembagian nisbah/pembagian hasil yang diterapkan dalam produk simpanan deposito *mudharabah* atau si suka?

| | |
|------------|--|
| Bp Taufik | : deposito itu kita pakai nisbah itu mba. Jadi, kita tentukan di awal tahun kita pakai nisbah. Kalau kita pakai nisbah perbulannya kita tentukan bulan ini. Kita tentukan bulan sekian otomatis yang nabung ini dapat nisbah pembagiannya contoh: deposito 1 tahun nisbahnya kan 50:50 kalau kita tentukan “nanti ya nunggu akhir bulan pendapatan kita itu tidak mungkin” kita rata-ratanya di tahun kemarin, rata-rata pendapat kita tahun kemarin berapa deposito? Itu untuk menjadi nisbah kita untuk harga jual di tahun ini karena ya Insha Allah gak beda jauh selisih dan gak beda jauh mba. |
| Bp Santoso | Menggunakan nisbah mba untuk produk deposito mudharabah ini. Contoh lah deposito 1 tahun nisbahnya 50:50 |

10. Bagaimana tempat atau lokasi kantor cabang yang digunakan KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera Cabang Maguwoharjo?

| | |
|------------|---|
| Bp Taufiq | : untuk cabang maguwoharjo ini sudah membuat gedung sendiri yang artinya sudah beroperasi tanpa ada kantor cabang lainnya. Untuk manajer marketing cabang maguwoharjo dibawah pimpinan Bapak Ahmad Taufiq, kantor cabang ini untuk jarak kantor ke pasar tradisional ataupun took kelontong hanya berjarak sekitar 5KM saja. Kantor pusat dari BMT Bina Umat Sejahtera ada di jln. Untung suropati, 14 Lasem. Adapun cabang lainnya yaitu wonosari, bantul, dll, pada cabang maguwoharjo hanya melakukan transaksi seperti pembiayaan, pembukaan tabungan dan simpanan. |
| Bp Santoso | Tempatnya cukup strategis untuk memasarkan produk-produk yang ada di BMT BUS karena jarak dari pasar tradisional tidak |

| | |
|--|---|
| | terlalu jauh mba, dan di sekitar BMT BUS juga banyak terdapat banyak toko kelontong yang biasa menjadi sasaran target pasar kita mba. |
|--|---|

11. Apa yang dilakukan pihak marketing dalam meningkatkan produk dan kualitas dalam kaitannya dengan promosi dan kinerja pemasaran?

| | |
|-----------|--|
| Bp Taufiq | : kalau produktivitas marketing itu satu mba, kalau dia paham produknya otomatis pengetahuan produknya dia ke lapangan pasti nyaman dan santai beda marketing yang tidak memahami produknya. Makanya salah satunya setiap ada produk baru kita harus ada launching marketing makanya dia harus paham mulai dari penerapannya sampai penjabarannya sehingga dia bisa menanganinya. Contoh: produk deposito, setiap marketing harus bisa paham dong. Kalau marketing sudah paham dengan produknya. |
|-----------|--|

12. Bagaimana KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera dalam melakukan targetting pada produk simpanan deposito?

| | |
|-----------|---|
| Bp Taufiq | : kalau target ditentukan dalam renstra jadi yang namanya koperasi itu setiap akhir tahun itu akan ada renstra pembentukan target untuk tahun kedepannya. Jadi, untuk tahun ini berapa? Akhir tahun 2017 kemarin itu, berapa to deposito kita tuh, makanya di akhir tahun 2018 akan ada targetnya contoh di kita adalah itu untuk kenaikan simpanan deposito 1 marketing itu perbulannya kena pajak 180 juta. Jadi, kalau di cabang kita ada marketingnya simpanan 3 berarti ya 180×3 itu akan di evaluasi selama 3 bulanan itu sebagai evaluasi kenaikan deposito, sebagai evaluasi kinerja cabang, sebagai juga evaluasi kinerja marketing simpanan. Target itu sudah ditentukan mba, biasanya |
|-----------|---|

| | |
|--|--|
| | kita targetnya itu perkembangan minimalnya 10% dari tahun kemarin. |
|--|--|

13. Apakah investasi selalu dapat memperbaiki posisi suatu perusahaan bank di pasar?

| | |
|-----------|--|
| Bp Taufiq | <p>: kalau peraturannya modal dikoperasi sendiri mba, itu ada batasannya batas minimalnya ada. Jadi, ada yang namanya kita modal itu modal pendiri, modal pengelola, modal anggota, modal tabungan simpanan. Jadi, asset kita itu berpengaruh pada modal kita minimal kita diatas 10% kalau simpanan kita mencakup asetnya diangka 8 Miliar berarti 10% nya 80 Miliar kita harus punya modal darimana koperasi itu kan bukan memiliki perseorangan, koperasi itu semua milik anggota. Yang pertama, kita selalu ada perubahan yang namanya simpanan pokok, simpanan wajib, dll.</p> <p>Nah, simpanan pokok sama wajib ini merupakan simpanan atau modal utama kita untuk menjadi anggota kita sebelum anggota itu menabung dan pinjaman beliau harus menjadi anggota dulu dengan syarat pernyataan modal simpanan pokok dan wajib. Simpanan pokok dan wajib kita ke anggota itu simpanan pokok 10.000 dan simpanan wajib 250 perbulan. Ada perubahan waktu itu simpanan pokok kita itu 10.000 dan simpanan wajib itu 1000 perbulan terus ada perubahan lagi dari kementerian yang SMK (Sertifikat Modal Koperasi) setiap anggota memiliki 1 lampiran 10.000 dan itu dihapus lagi oleh kementerian lagi dan akhirnya pada tahun 2018 di BMT Bina Umat Sejahtera (BUS) itu adanya karena asetnya semakin naik adanya perubahan simpanan pokok dan wajib. Saat ini simpanan pokok 250 dan simpanan wajibnya</p> |
|-----------|--|

| | |
|--|---|
| | <p>5000 perbulan itu sebagai penunjang asset modal kita yang untuk membutuhkan dari hasil 10% tadi. Jadi, maka investasi kita juga memerlukan investasi namanya tabungan, karena dana kita terbesar anggota kita bersimpanan pembiayaan, kalau kita terpengaruh sama modal ya asset kita gak naik-naik mba.</p> |
|--|---|

14. Bagaimana strategi marketing dalam menentukan pilihan mengenai pelanggan mana yang akan dilayani dan bagaimana menciptakan prefensi pelanggan?

| | |
|-----------------|---|
| <p>BpTaufiq</p> | <p>: kalau simpanan untuk menentukan harga itu apa, harga apanya mana yang akan dilayani dan bagaimana menciptakan prefensi pelanggan. Kalau untuk pelanggan sebenarnya kita tidak boleh milih-milih mba, karena semua pelanggan itu anggota kita beda lagi dengan pelanggan took. Kita dahulukan yang sering ke kita kalau kita untuk simpanan terutama deposito kita tidak mendahului semua anggota dimata kita sama cuma beda yang mana sih yang akan dikunjungi terlebih dahulu. Yang pertama biasanya mana sih anggota yang depositonya mau jatuh tempo list bulan ini kita ngelist. Dari 20 anggota saya 5 bulan ini yang mau jatuh tempo itu yang kita fokuskan untuk kunjungan-kunjungan, bagaimana caranya untuk apa. Kita konfirmasi itu kita pendekatan Insha Allah semua itu mau diambil. Jadi, kita fokusnya disitu terus yang besar mau tak kunjungi. Setiap hari jadi kita deadlinenya kita lihat mana sih anggota deposito kita yang mau jatuh tempo supaya tidak bisa diambil gimana? Kita kunjungan kerumah silaturahmi, pendekatan akhirnya atau anggota kita mungkin kita yang mungkin, dia seorang pengusaha yang memiliki anak buah banyak artinya apa yang</p> |
|-----------------|---|

| | |
|--|--|
| | kita mempunyai peluang, jadi beliau bisa merekomendasikan anggotanya kekita. |
|--|--|

15. Bagaimana mengatasi kendala dan rintangan yang mungkin terjadi pada KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera?

| | |
|-----------|---|
| Bp Taufiq | : kita untuk strategi, seperti itu kita ada yang namanya ini mba, diawal tahun itu adanya Renstra (Rencana Kerja). Jadi, penentuannya itu diawal ada januari, desember biasanya setelah kita tanggal 30 kita tutup tahun itu kita ada renstra rapat kerja di tahun 2018 kemudian disahkan oleh pengurus kita direktur utama, di rektur bisnis, dll. Rencana kita seperti apa sih ditahun 2018 ini untuk cabang maguwoharjo untuk rencana mau seperti apa strateginya dengan apa rencana kita menuju asset sekian strateginya seperti apa kita adakan itu evaluasi setiap sebuah sekali kita evaluasi diwilayah dan 3 bulan sekali kita beluasi kumpul dia BMT pusat, ada yang namanya rapat kerja triwulan akan membahas rencana kita yang satu bulan kemarin 3 bulan kemarin sih seperti apa sudah terealisasi kah atau ada rintangan jika itu nanti tidak cocok kita adakan lagi pembaharuan lagi, tantangan kemarin seperti apa dan solusinya kita nanti ada rapat kinerja bisnis biasanya langsung dipimpin oleh direktur bisnis sampai bawahnya tau ini loh strategi kemarin ini tidak berjalan kendalanya apa kita cari solusi dengan baik. Jika solusi sudah ada kita terapkan dibulan berikutnya selalu ada evaluasi. |
|-----------|---|

16. Apakah ada ukuran kinerja pemasaran lain yang bisa mengukur value bagi konsumen dan bagi lingkungan?

| | |
|-----------|---|
| Bp Taufiq | : kalau kita kan ukurannya ya target itu mba, tapi kalau berkaitan dengan lingkungan dan konsumen kita mengukurnya berapa |
|-----------|---|

sih? Dalam satu marketing kita kasih wilayah lingkungan ini. Contoh: didaerah maguwoharjo itu nasabah dia bisa memasukkan kita berapa anggota baru dan itu nanti bisa masuk di kita dalam bentuk seperti apa? Masalah untuk besarnya anggota dan konsumen yang masuk di kita, kita keuntungannya karena angka di nominal kadang ada juga yang target 10 juta ini membutuhkan 2 orang, ada juga yang membutuhkan 10 orang baru mencapai 10 juta itu juga ada, tapi bagus yang mana mba? Yang bagus ya 10 juta juga banyak orang itu keinginan kita tapi juga gak banyak-banyak banget kita juga ada batas maksimalnya. Contoh: target maksimal dimarketing AO (Account Officer) itu 3M dengan batas maksimal. Account Officer anggota itu sampe 395 kalau dia tercapai 100 anggota tapi sudah tercapai 3M ya tidak apa-apa, tapi kalau dia sudah belum tercapai 3M tapi anggotanya sudah lebih dari 390 ini yang menjadi masalah dia penanganannya seperti apa itu juga, tapi ada juga yang kalau 3M anggotanya cuman 10 orang itu sih tidak masalah. Maka dari itu kita ada batas maksimalnya dan juga ada batas minimnya. Berapa sih value pada lingkungan yang harus masuk dan berapa sih nominal yang harus dicapai. Contoh: marketing a target 3M dia kerjanya sante karena dia sudah batas maksimal, kalau dia kok bisa mencapai lebih dari 3M atau 5M dia nanti akan mendapatkan yang namanya sekretaris atau pendamping. Dia tugasnya enak dia punya anak buah satu nih mba ikut saya tolong itu kunjungi, lah yang AOnya tadi ngapain? Dia cuman prospek data, karena dia sudah beban potensi lebih dari target yang ditentukan. Bayangkan saja kalau

| | |
|--|---|
| | 5M dengan otomatis dianggota lebih dari 500 satu orang kan tidak cukup otomatis dia membutuhkan pendamping sebagai kaki kanannya. |
|--|---|

17. Ada beberapa cara untuk mengukur divisi strategi marketing pada bank dan seberapa efektif pengukuran tersebut?

| | |
|-----------|---|
| Bp Taufiq | : pengukurannya ya tadi mba, kita pakai personal pencapaiannya mba kita kenaikan capaian 1 bulan harus ada pertumbuhan 100 juta, kita mengukurnya efektifnya dia harus tercapai minimal 70% itu minimal untuk mengukur pemasaran kita, kalau itu hanya dibawah 70% tadi, apa yang harus kita lakukan terhadap pemasaran kita, kalau berhasil 100% apa yang harus kita kasih? Apakah promosi, naik jabatan, apakah promosi reward, uang tunai, apakah ada promosi beliau nanti dapat hadiah umrah. Dalam setiap pemasaran marketing ada targetnya 1 bulan harus ada kenaikan sekian, kita ada batas minimalnya berapa sih efektifitasnya capaian tercapai 70%-80% itu sudah target, tapi kalau sudah diatas 80% diapresiasi. |
|-----------|---|

18. Apakah setiap anggota yang investasi deposito atau si suka pasti ada jangka waktu yang telah ditentukan, dan investasi semakin tinggi apa ada pemberian hadiah?

| | |
|-----------|--|
| Bp Taufiq | : untuk deposito sendiri sebenarnya tidak ada hadiah seperti itu mba, karena kita kan nilai jualnya sudah tinggi jadi, memang untuk deposito sendiri itu kita hanya ada yang namanya bagi hasil yang kita berikan setiap bulannya. Bagi hasil semakin jangka waktu yang panjang itu akan semakin tinggi makanya kalau untuk masalah saat ini belum ada, cuman adanya promosi kita mempunyai program. Jika anggota itu mau ya contoh: |
|-----------|--|

| | |
|--|--|
| | <p>anggota memiliki uang 100 juta dia ingin memiliki motor, kita kasih ketentuan “bu kalau njenengan mau” otomatis kita adakan namanya hadiah di depan atau market bagi hasil di depan. Nah, kita ada seperti itu, makanya kita hitungkan kalau njenengan mau, hadiah di depan harus nabung 100 juta dengan jangka waktu yang sudah ditentukan, bukan beliau yang menentukan tapi kita yang menentukan. Tapi konsekuensinya dia tidak mendapatkan hasil tiap bulannya. Sementara, untuk yang hadiah kita baru di Si Rela dan simpanan harian kita, karena itu memang perputarannya juga cepat tetapi kita berikan apresiasi untuk anggota yang menyimpan diproduk ini. Si Rela kita yang jangka waktunya memang tidak diambil jangka panjang itu kita kasih apresiasi yang namanya Doorprize, kita kemarin sudah lakukan, karena doorprize hadiah.</p> |
|--|--|

19. Apa yang dilakukan dalam melakukan perjanjian pada produk Si Suka dalam perjanjiannya mengalami masalah?

| | |
|------------------|--|
| <p>Bp Taufiq</p> | <p>: sebenarnya tidak boleh diambil mba, karena yang namanya akad perjanjian itu kan sudah disahkan mba, jadi ya anggota sudah tanda tangan form saya menyimpan yang pertama permohonan dahulu, saya mau menabung si suka terus ada akad saya menyimpan uang 30 juta si suka 1 tahun seharusnya itu tidak boleh di ambil mba. Kita akadnya sudah ada tetapi, kan kita tidak mungkin juga harus “gak bisa bu” kita ya lihat dahulu sisigunakannya, apakah itu memang sangat penting kita nanti akan ada perhitungan dibelakangnya kalau pinalti gak ada secara uang pokok kita kembalikan, cuman nanti yang membedakan ya bagi hasilnya nisbahnya otomatis kan berkurang “Dia</p> |
|------------------|--|

| | |
|--|---|
| | seharusnya 1 tahun nisbahnya 50:50 dia dalam jangka waktu 6 bulan sudah bisa diambil nanti kita pakai yang 6 bulan itu sendiri. |
|--|---|

20. Setiap tahun memiliki pencapaian target dalam deposito *mudharabah*, berapa anggota yang ditentukan dalam tutup buku pada akhir tahun?

| | |
|-----------|--|
| Bp Taufiq | : kita untuk mudharabah gak begitu pusing mba, banyak sekali anggota yang meningkatkan tapi, kita menolak-nolak. Karena simpanan saat ini sendiri, seharusnya tabungan si suka itu 40% dan 60% itu Si Rela kebanyakan anggota itu masuknya kedalam deposito akhirnya, sampai saat ini presentasinya hamper dibalik 60 deposito dan 40 untuk Si Rela. Nah, makanya untuk tahun-tahun ini kita lebih mementingkan “bagaimana sih kita mencari anggota yang supaya menabung di simpanan Si Rela?” karena itu nanti kita menjual deposito terus artinya beban kita juga tinggi makanya kita juga ada yang namanya dengan memberikan hadiah langsung, undian. Kalau Si Suka sendiri saya bahkan “bagaimana kita bisa menabung Si Suka itu kebalik ke Si Rela kita adakan pendekatan bagaimana sih menabung deposito kita membujuk simpanan Si Rela. Kalau untuk target beberapa orangnya ya kita sebenarnya patokannya minimal sih mba, nominalnya ya deposito sendiri mba. |
|-----------|--|

21. Apakah ada pemberian reward pada karyawan yang memenuhi target dalam mendapatkan anggota?

| | |
|-----------|---|
| Bp Taufiq | : ada mba, rewardnya ya dalam bentuk bulanan mba. Bulannya bentuknya seperti apa ya 3 bulan, 6 bulan dan 1 tahun. Reward nanti juga ada ranking capaian tertinggi sampai 5 nanti dapat reward. Kalau capaian di atas 100% rewardnya ya beda lagi, |
|-----------|---|

| | |
|--|--|
| | <p>beda capaiannya reward 100% dan 1% otomatis yang lebih tinggi dong mba, terus juga ada yang namanya tahun kemarin. Ada reward marketing itu mendapatkan umrah rewardnya ada, kalau bulanan kemarin setiap 1 bulan sekali ada uang tunai, ada prosedur piagam itu sebagai motivasi juga, yang paling rendah juga ada panismen dapat boneka kura-kura sebagai dicap marketing terlambat</p> |
|--|--|

22. Bagaimana usaha marketing dalam memenuhi kebutuhan/permintaan anggota dalam produk deposito *mudharabah*?

| | |
|-----------|--|
| Bp Taufiq | <p>: kebutuhannya ya kalau program itu jelas kita ada mba, jadi kadang anggota kita yang mikro yang dengan usaha yang kecil dan nasabah juga ingin punya tabungan yang tidak bisa diambil ya kita harus ke deposito mba tapi kan gak bisa nasabah tabung tiap hari Rp. 25.000 langsung ke depositonya mba.</p> |
|-----------|--|

23. Bagaimana tata cara yang dilakukan oleh pihak BMT Bina Umat Sejahtera kepada nasabah anggota untuk produk simpanan?

| | |
|-----------|--|
| Bp Taufiq | <p>: tata cara untuk deposito mudharabah yang pertama harus menjadi anggota terlebih dahulu. Jadi, kalau belum jadi anggota belum boleh syarat menjadi anggota: mengisi form keanggotaan, membayar simpanan pokok 250.000 untuk simpanan wajib perbulannya 5000 itu syaratnya sah menjadi anggota. Jika sudah menjadi anggota baru boleh yang namanya menabung di deposito syarat-syarat deposito sendiri: harus menjadi anggota, mengajukan atau mengisi form permohonan membuka rekening deposito disitu tertera pilihan deposito 1 bulan, 6 bulan, 1 tahun. Setelah itu, kita setuju dari cabang dan itu ada akad deposito jadi ada perjanjian bahwa ibu A dengan BMT BUS melakukan</p> |
|-----------|--|

| | |
|--|---|
| | <p>kontrak deposito selama 1 bulan, 6 bulan, atau 1 tahun. Disitu sebesar nominalnya disebutkan dan nisbahnya juga disebutkan setelah akad selesai. Otomatis, nanti menyerahkan uangnya untuk 100 juta uang itu nanti dalam ditulis juga dislip bukti setoran. Setelah itu, melakukan setoran anggota menunggu, teller itu membuatkan warkat deposito atau bilyet deposito sebagai tanda bukti anggota itu menyimpan deposito di BMT BUS itu akad juga disebutkan diperpanjang otomatis atau tidak kalau diperpanjang otomatis selama contoh ambil bilyet 1 tahun itu tidak diambil besok kalau jatuh tempo diperpanjang lagi setahun kedepan tapi kalau di akad atau di form permohonan anggota itu tidak disebutkan diperpanjang otomatis, berarti setelah itu jatuh tempo dan tidak diambil itu akan masuk kesimpanan, Si Rela otomatis itu bisa diambil suatu saat.</p> |
|--|---|

24. Bagaimana nisbah bagi hasil pada produk simpanan deposito *mudharabah* dan kontrak di KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera?

| | |
|------------------|--|
| <p>Bp Taufiq</p> | <p>: pembagian hasil dan kontrak (produk simpanan) dengan menggunakan saldo rata-rata untuk tahun ini sendiri untuk deposito untuk yang setahun, deposito itu ada empat jangka waktu dan itu juga akadnya termasuk dan sesuai dengan jangka waktu. Deposito satu bulan itu akadnya pun satu bulan, deposito dengan jangka waktu tiga bulan akadnya juga tiga bulan dengan masa kontrak tiga bulan tapi itu nanti bisa di akad disebutkan itu akad diperpanjang otomatis/ tidak kalau diperpanjang otomatis selama kontrak itu mau habis dan anggota tidak mengambil otomatis akan diperpanjang selama tiga bulan lagi dan yang enam bulan juga sama termasuk periode bagi hasilnya</p> |
|------------------|--|

pendapatan kita tahun kemarin seperti itu, karena nisbah untuk deposito setahun. Secara prosentase itu ketemunya 1% jadi satu persatu jatunya bagi hasilnya 10.000 itu belum termasuk pajak karena saat ini ada pajak pendapatan bagi hasil itu masuknya kedinas pajak itu setiap bagi hasil yang mendapatkan lebih dari 240.000 perbulan kena pajak 10%. Contoh mba: ibu A deposito 1 tahun di BMT BUS sebesar 100 juta perbulannya nanti beliau akan mendapatkan bagi hasil setara 1% persennya nanti berarti 1 juta artinya ibu A kena pajak sebesar 10% dari 1 juta. Berarti nanti terima hasilnya ibu A itu cuma 900.000 karena 1.000.000 juta kena pajak 10%, pajaknya 100.000 artinya terima bersihnya beliau 900.000 kita perhitungkan bagi hasilnya. Kalau nisbahnya sebenarnya itu 50:50 untuk deposito yang 1 tahun untuk deposito yang 6 bulan, nisbahnya untuk BMT 55 untuk anggota, 45 untuk jangka waktu yang 3 bulan. Untuk BMT itu 60 untuk anggota, 30 untuk nisbah dan bagi hasil deposito 1 bulan untuk anggota 35 untuk BMT 65. Jadi, nisbah dan jangka waktu atau kontrak kita itu saling ketergantungan mba, masa kontraknya kita ada 4 masa kontrak: kontrak 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan kontrak 1 tahun nanti anggota pilih yang mana.

Hari/Tanggal : Selasa, 29 Juli 2019

Waktu/Durasi : 20 Menit

Identitas Narasumber

1. Nama : Anton
Umur : 29 Tahun

- Alamat : Kadisoka, Maguwoharjo
2. Nama : Yati
- Umur : 55Tahun
- Alamat : Sambilegi, Maguwoharjo

1. Sudah berapa lama anda menjadi anggota KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS)?

| | |
|-----------|--|
| Bp. Anton | : sekitar 5 Tahunanlah mba |
| Ibu Yati | : saya sudah lama mba sejak awal BMT BUS ini bangun di cabang maguwoharjo, sekitar 7 Tahunan mba |

2. Darimana anda mengenal atau mengetahui KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS)?

| | |
|-----------|---|
| Bp. Anton | : awalnya karyawan BMT BUS itu datang ke kita sama rekomendasi dari teman juga mba. |
| Ibu Yati | : Kantor BMT kebetulan dekat dari rumah paling ya 5 rumah lah mba, yah tahu BUS yah sudah lama dibangun terus juga dengar dari tetangga juga kok mba. |

3. Apa alasan anda menjadi anggota KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera?

| | |
|-----------|---|
| Bp. Anton | : karena lebih jelas, praktis, kita juga gak perlu kesana kadang juga ada karyawannya dari pihak BMT BUS nya dateng ke kita kok mba, terus kadang sekalian menawarkan produk yang ada di BMT BUS. |
| Ibu Yati | : lebih enak mba kita sama-sama diuntungkan, pelayannya dari pihak BMT BUS juga baik, ramah, jadi mudah transaksi apa aja mba. |

4. Produk KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera apa saja yang anda gunakan?

| | |
|-----------|--|
| Bp. Anton | : Simpanan Si Relu (<i>mudharabah</i>) |
|-----------|--|

| | |
|----------|---|
| Ibu Yati | : Simpanan Si Suka (Simpanan Berjangka) (<i>mudharabah</i>) |
|----------|---|

5. Menurut anda sesuai apa tidak antara pelayanan atau produk yang telah disampaikan oleh pihak BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS)?

| | |
|-----------|--|
| Bp. Anton | : kadang sesuai produk yang ditawarkan kok mba |
| Ibu Yati | : produknya sesuai dengan apa yang dijelaskan kepada pihak marketing dari BMT BUS kok mba. |

6. Darimana anda mengenal produk simpanan deposito *mudharabah*?

| | |
|-----------|--|
| Bp. Anton | : dari pihak BMT BUS nya mba |
| Ibu Yati | : dari masyarakat sekitar dan teman saja sih mba |

7. Bagaimana cara pihak BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) menyampaikan produk tersebut?

| | |
|----------|---|
| Bp Anton | : pihak BMTnya langsung yang dateng kesini mba |
| Ibu Yati | : dari sosialisasi, menyebarkan brosur gitu sih mba |

8. Berapa saja jangka waktu yang diberikan BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS) untuk simpanan deposito *mudharabah*?

| | |
|-----------|--|
| Bp. Anton | Kalau saya sih pakainya yang 6 bulan mba. |
| Ibu Yati | Saya biasanya kadang 12 bulan, kadang 3 bulan mba, tergantung ada uangnya apa gak mba. |

9. Bagaimana prosedur pengajuan untuk produk deposito *mudharabah* di BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS)?

| | |
|----------|---|
| Bp Anton | : mudah sih mba terus gak ribet juga mba |
| Ibu Yati | : ya gak susah-susah amat lah mba, prosesnya juga gak lama juga mba |

10. Berapa nisbah bagi hasil yang diberikan di BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS)?

| | |
|-----------|---|
| Bp. Anton | : ya sesuai akad nya mba kadang ya 30:70 |
| Ibu Yati | : 30:70, 30 untuk BMT BUS dan yang 70 untuk saya mba. |

11. Apa kritik dan saran anda terhadap pelayanan KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera (BUS)?

| | |
|-----------|--|
| Bp. Anton | : sarannya ya lebih ditingkatkan lagi ya mba bagi pelayanannya biar anggotanya makin kesini makin seneng mba |
| Ibu Yati | : pokoknya ya kedepannya semoga bisa ditingkatkan lagi mba. |

