

**STRATEGI PEMASARAN PADA KJKS BMT MATA AIR WILAYAH
YOGYAKARTA**

Tugas Akhir



Disusun Oleh :

Khoirulina

08213009

**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN
DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
2011**

**STRATEGI PEMASARAN PADA KJKS BMT MATA AIR WILAYAH
YOGYAKARTA**

Laporan Magang

Laporan magang ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan jenjang Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

Disusun Oleh:

**KHOIRULINA
09213009**

**Program Studi Keuangan dan Perbankan
Diploma III Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia
2011**

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN MAGANG
STRATEGI PEMASARAN PADA KJKS BMT MATA AIR WILAYAH
YOGYAKARTA



Disusun Oleh:

Nama : Khoirulina

No. Mahasiswa : 09213009

Jurusan : Keuangan dan Perbankan

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal : 21 Desember 2011

Dosen Pembimbing

(Ninik Sri Rahayu, SE., MM)

PERNYATAAN BEBAS JIPLAKAN

“Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa laporan tugas akhir (magang) ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan terhadap hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman/sangsi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku”.

Yogyakarta, 21 Desember 2011

Penulis,

Khoirulina

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan laporan magang yang berjudul **“STRATEGI PEMASARAN PADA KJKS BMT MATA AIR WILAYAH YOGYAKARTA”**

Laporan magang ini disusun untuk memenuhi syarat ketentuan kelulusan Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Penulis menyadari bahwa dalam laporan magang ini masih jauh dari kesempurnaan, maka dengan demikian penulis memohon maaf apabila dalam penulisan banyak membuat kesalahan dan hal yang kurang berkenan.

Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan dan dorongannya, diantaranya:

1. Dra. Nur Fauziah, MM, selaku Ketua Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Ibu Ninik Sri Rahayu SE., MM. selaku Dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan waktu, saran, serta bimbingan dengan penuh kesabaran sehingga Laporan Magang ini dapat terselesaikan.
3. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen yang telah membekali ilmu sehingga pengetahuan penulis semakin meningkat.

4. Bapak Mahmudi, SHI. selaku Manager yang telah memberikan ijin untuk melaksanakan magang di KJKS BMT MATA AIR Yogyakarta.
5. Ibu Widyaningrum Iswadin selaku Lending Officer yang memberikan kesempatan untuk melakukan kegiatan magang.
6. Ibu Siti Nurfatmayanti, Mas Rafian dan Mas Fajar yang selalu membantu dalam pelaksanaan magang dan memberikan pengarahan dalam kegiatan magang.
7. Untuk Ibu, dan Kakakku, teman-temanku Ndut, Linda dan Lina atas dukungan dan perhatiannya baik dalam moral maupun material.
8. Untuk semua teman-teman prodi keuangan dan perbankan, terima kasih atas semua persahabatan yang telah terbentuk. Mari kita terus belajar sampai tua.

Dan kami ucapkan terima kasih kepada seluruh pihak-pihak yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan ini dan tidak dapat kami sebutkan satu persatu. Semoga laporan tugas akhir ini memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 21 Desember 2011

Penulis,

Khoirilina

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS JIPLAKAN.....	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I: PENDAHULUAN	
1.1.Dasar Pemikiran Magang	1
1.2.Tujuan Magang	3
1.3.Target Magang	3
1.4.Bidang Magang	3
1.5.Lokasi Magang dan Waktu Penelitian	4
1.5.1. Lokasi Magang	4
1.5.2. Waktu Penelitian.....	4
1.6.Jadwal Magang.....	5
1.7.Sistematika Penulisan Laporan Magang	5
BAB II: LANDASAN TEORI	
2.1.Pendahuluan	8
2.2.Pengertian Riba	10
2.3.Pengertian Bagi Hasil.....	12
2.4.Baitul Maal wa Tanwil.....	13
2.5.Pemasaran.....	16
2.6.Pemasaran Strategik	18
2.7.Strategi Promosi Bank.....	20
BAB III: ANALISA DESKRIPTIF	
3.1.Gambaran Umum KJKS BMT MATA AIR Yogyakarta.....	26
3.1.1.Profil Kantor KJKS BMT MATA AIR Yogyakarta	27
3.1.2.Visi dan Misi KJKS BMT MATA AIR Yogyakarta	27
3.1.3 Gambar Struktur Organisasi KJKS BMT MATA AIR Yogyakarta	28
3.1.4.Struktur Organisasi KPP Pratama Yogyakarta	28
3.2. Jenis-Jenis Produk di KJKS BMT MATA AIR	29
3.3. Konsep Pemasaran di KJKS BMT MATA AIR Yogyakarta.....	34
BAB IV: KESIMPULAN DAN SARAN	
4.1. Kesimpulan.....	43
4.2. Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Struktur Organisasi KJKS BMT MATA AIR Yogyakarta

Gambar 3.2. Tahap - Tahap Pemasaran dalam Menarik Calon Nasabah

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Syariah

Tabel 2.5. Perbandingan Pemasaran Syariah dan Pemasaran Konvensional

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Contoh Permohonan untuk Pembukaan Rekening Simpanan

Lampiran 2: Contoh Slip Simpanan

Lampiran 3: Contoh Slip Penarikan

Lampiran 4: Contoh Slip Angsuran

Lampiran 5: Surat Keterangan Magang

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Dasar Pemikiran Magang

Koperasi Jasa Keuangan Syariah Baitul Maal Wat Tamwil merupakan lembaga keuangan syariah yang berfungsi sebagai intermediate antara pihak yang memiliki dana lebih (*surplus spending unit*) dengan pihak yang kekurangan dana (*defisit spending unit*). Usaha pokok KJKS Baitul Maal Wat Tamwil adalah menghimpun dana pihak ketiga dan menyalurkan dana tersebut melalui pembiayaan kepada usaha-usaha yang produktif dan menguntungkan. Selain itu juga menerima dan menyalurkan dana ummat Islam yang bersifat non komersial (Rodoni dan Hamid, 2008).

Pada prinsipnya kegiatan *baitul maal* menerima titipan BAZIS dari dana zakat, infaq dan sadaqah. Penghimpunan dana di bagi menjadi dua prinsip yaitu prinsip wadiah dan mudharabah. Sedangkan pembiayaan di bagi menjadi tiga yaitu prinsip jual beli, bagi hasil dan ujjroh.

Kegiatan operasional KJKS Baitul Maal Wat Tamwil tidak dapat berjalan, tanpa adanya dana dari pihak ketiga yang masuk. Dana pihak ketiga diperoleh dari kegiatan pemasaran KJKS Baitul Maal Wat Tamwil kepada calon nasabah. Pemasaran suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler dan Keller, 2007).

Dari uraian diatas, maka penelitian ini mengangkat Judul “**STRATEGI PEMASARAN PADA KJKS BMT MATA AIR WILAYAH YOGYAKARTA**”.

1.2. Tujuan Magang

Tujuan dari pelaksanaan magang di KJKS BMT MATA AIR Wilayah Yogyakarta ini adalah :

1. Mengetahui konsep pemasaran KJKS BMT MATA AIR.
2. Mengetahui tahap-tahap pemasaran dalam menarik calon nasabah KJKS BMT MATA AIR.
3. Mengetahui bagaimana strategi menjaga loyalitas nasabah di KJKS BMT MATA AIR.

1.3. Target Magang

Target yang ingin dicapai dalam kegiatan magang di KJKS BMT MATA AIR Wilayah Yogyakarta ini adalah :

1. Mampu menjelaskan konsep pemasaran KJKS BMT MATA AIR.
2. Mampu menjelaskan tahap-tahap pemasaran dalam menarik calon nasabah KJKS BMT MATA AIR.
3. Mampu menjelaskan strategi menjaga loyalitas nasabah di KJKS BMT MATA AIR.

1.4. Bidang Magang

Kegiatan magang dilaksanakan pada bidang pemasaran (*Funding Officer*), bertanggung jawab atas pencapaian target dalam memasarkan produk funding /dana simpanan pihak ketiga dan membina hubungan baik dengan nasabah, membangun rencana & strategi marketing guna mencapai target yang telah ditetapkan, bertanggung jawab dalam mempresentasikan produk-produk yang ada pada nasabah yang dinilai potensial, bekerjasama dengan bisnis unit lain dalam memberikan rekomendasi produk-produk yang sesuai serta memberikan pelayanan yang memadai, menganalisa profil nasabah dan target nasabah guna mencari peluang bisnis sampai pada keberhasilan menjual produk.

1.5. Lokasi Magang dan Waktu Penelitian

Lokasi dan waktu penelitian kegiatan magang di KJKS BMT MATA AIR Wilayah Yogyakarta adalah:

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi kegiatan magang di KJKS BMT MATA AIR Jalan Godean Km. 5 (Timur TNI 403), Modinan, Sleman, Yogyakarta. Telp. 0274-621640

1.5.2 Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan selama dua bulan, yang dimulai pada tanggal 26 September 2011 sampai dengan tanggal 26 November 2011.

1.6 Jadwal Magang

Jadwal pelaksanaan magang serta penyusunan laporan magang dilaksanakan sesuai kesepakatan peneliti kepada pembimbing dan KJKS BMT MATA AIR Yogyakarta sebagai berikut:

Tabel 1.6
Jadwal Magang

No	Keterangan	September				Oktober				November			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Menyusun Term of Reference												
2.	Magang												
3.	Bimbingan Laporan Magang												
4.	Menyusun Laporan Magang												

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mengarahkan penelitian ini, proses penulisan penelitian dibagi dalam 4 (empat) bab sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian pengantar dari permasalahan yang berisi tentang gambaran mengenai isi laporan yang terdiri dari dasar pemikiran magang,

tujuan magang, target magang, bidang magang, lokasi magang dan jadwal pelaksanaan kegiatan magang kerja.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan bab yang di dalamnya berisi tentang dasar-dasar teori yang melandasi permasalahan, khususnya yang berhubungan dengan masalah yang dibahas pada kegiatan penelitian. Menguraikan teori, dan menekankan secara teoritis bagaimana hubungan antar variable yang berkesinambungan dalam suatu permasalahan, sehingga dapat membantu dalam pemecahan masalah yang menjadi tujuan dan konsentrasi dari adanya proses kegiatan magang kerja ini.

BAB III: ANALISIS DESKRIPTIF

Bab ini merupakan bab yang didalamnya berisi uraian tentang pembahasan serta analisa data yang diperoleh selama proses kegiatan pelaksanaan magang. Dalam bab ini membahas tentang gambaran umum Koperas Jasa Keuangan Syariah Baitul Maal wa Tanwil MATA AIR Yogyakarta berikut struktur organisasi didalamnya. Serta berkonsentrasi pada pembahasan sesuai tema yang diambil yaitu tentang strategi KJKS BMT MATA AIR wilayah Yogyakarta. Bagaimana proses dari mengajak calon nasabah untuk ikut serta menabung, investasi maupun pembiayaan sampai pada pemupukan hubungan dengan nasabah.

BAB IV: KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bagian penutup laporan magang yang berisikan kesimpulan yang diambil dari data-data yang diperoleh baik dari KJKS BMT MATA AIIR

Yogyakarta yang menjadi obyek dan sumber penelitian maupun dari buku-buku yang berkaitan dengan laporan kegiatan pelaksanaan magang. Bagian ini juga memuat saran demi perkembangan dan kemajuan KJKS BMT MATA AIR Yogyakarta.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Pendahuluan

Bank Syariah pertama berdiri di Indonesia sekitar tahun 1992 didasarkan pada Peraturan Pemerintah Nomor 72 tahun 1992 tentang Bank Umum berdasarkan prinsip bagi hasil sebagai landasan hukum Bank Umum Syariah. Bank Syariah yaitu bank yang dalam aktivitasnya penghimpunan dana maupun penyaluran dananya memberikan imbalan atas dasar prinsip syariah yaitu jual beli dan bagi hasil. Bank Syariah berfungsi sebagai manager investasi, investor, sosial dan jasa keuangan. Kegiatan Usaha Bank Syariah diatur dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 6/24/PBI/2004 tertanggal 14 Oktober 2004 tentang Bank Umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.

2.1.1 Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional

Tabel 2.1

Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional

No.	Bank Syariah	Bank Konvensional
1.	Melakukan investasi-investasi yang halal saja.	Investasi yang halal dan haram.
2.	Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli atau sewa.	Berdasarkan bunga.
3.	Profit dan falah.	Profit.
4.	Hubungan dengan nasabah	Hubungan dengan nasabah dalam

	dalam bentuk hubungan kemitraan.	bentuk hubungan kreditur-debitur.
5.	Penghimpunan dana penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa Dewan Pengawas Syariah.	Tidak ada DPS.

Sumber: (Antonio, 2001)

2.1.2 Produk-Produk Perbankan Syariah

Pada dasarnya, produk yang ditawarkan Bank Syariah dibagi menjadi tiga, yaitu:

1. Produk Penghimpunan Dana

Penghimpunan dana pada Bank Syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip *Wadi'ah* dan *Mudharabah* (Karim, 2004).

2. Produk Penyaluran Dana

Produk penyaluran dana terbagi menjadi empat, berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu:

a. Pembiayaan dengan prinsip jual-beli

Prinsip jual-beli merupakan perpindahan kepemilikan barang atau benda (*transfer of property*). Transaksi jual-beli dapat dibedakan berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahannya, yakni sebagai berikut:

- Pembiayaan *Murabahah*
- Pembiayaan *Salam*

➤ Pembiayaan *Isthisna'*

b. Pembiayaan dengan prinsip sewa

Transaksi *Ijarah* dilandasi adanya perpindahan manfaat. Objek transaksi pada *ijarah* adalah jasa. Pada akhir sewa, bank dapat menjual barang yang disewakan pada nasabah yang dikenal dengan *ijarah muntahhiyah bittamlik* (sewa yang diikuti dengan perpindahan kepemilikan).

c. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil

Produk pembiayaan syariah yang didasarkan atas prinsip bagi hasil adalah:

➤ Pembiayaan *Musyarakah*

➤ Pembiayaan *Mudharabah*

d. Pembiayaan dengan prinsip akad pelengkap

Akad pelengkap digunakan untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan. Akad ini dibolehkan meminta pengganti biaya-biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan akad tersebut. Akad pelengkap ini adalah akad-akad *tabarru'*. Akad pelengkap itu adalah *Hiwalah, Rahn, Qardh, Wakalah dan Kafalah*

3. Produk Jasa

Pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dengan mendapat imbalan berupa sewa atau keuntungan. Jasa perbankan antara lain berupa:

a. *Sharf* (Jual Beli Valuta Asing)

b. *Ijarah* (Sewa)

2.2 Pengertian Riba

Saeed (1996) mengatakan “Riba” dari segi istilah bahasa sama dengan “Ziyadah” artinya tambahan. Secara linguistik, riba juga berarti tumbuh dan membesar. Sedangkan menurut istilah teknis, riba berarti tambahan dari harta pokok (modal) secara batil.

Secara umum riba adalah setiap penambahan pada hutang baik kualitas maupun kuantitas dan banyak maupun sedikit. Landasannya Al-Qur’an mengenai larangan riba:

“Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil” (An-Nisa (4) ayat 29).

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan” (Ali Imran ayat 130).

“Orang-orang yang makan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang-orang yang kemasukan setan. Hal ini karena mereka mengatakan sesungguhnya jual beli sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...” (Al Baqarah ayat 275).

2.2.1 Macam-Macam Riba

Pada dasarnya riba di bagi menjadi dua macam yaitu:

1. Riba Jual Beli

Riba jual beli adalah riba yang timbul karena terjadinya transaksi jual beli.

Riba jual beli terbagi menjadi dua, yakni:

a. Riba Fadl

Yaitu pertukaran barang sejenis dengan kadar yang berbeda, sedangkan barang yang dipertukarkan itu termasuk barang ribawi.

b. Riba Nasiyah

Yaitu penangguhan penyerahan atau penerimaan pertukaran antara barang ribawi dengan barang ribawi lainnya. Riba ini dikarenakan adanya perubahan atau tambahan antara yang diserahkan sekarang dengan yang akan datang.

2. Riba Utang Piutang

Riba yang timbul karena terjadinya transaksi pinjam meminjam.

a. Riba Al Qard

Yaitu pinjam meminjam dengan syarat ada keuntungan lebih yang disyaratkan oleh yang meminjamkan kepada yang meminjam.

b. Riba Jahiliyah

Yaitu kelebihan pembayaran atas hutang pokok karena yang berhutang tidak mampu membayar pada saat jatuh tempo.

2.3 Pengertian Bagi Hasil (*profit sharing*)

Secara istilah *profit sharing* merupakan distribusi beberapa bagian laba pada para pegawai dari suatu perusahaan (Muhammad, 2001). Prinsip bagi hasil dalam perbankan syariah terdapat empat akad utama, yaitu *al-musyarakah*, *al-mudharabah*, *al-muzara'ah* dan *al-musaqah*.

1. *Al-Musyarakah*

Al-Musyarakah adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana maupun kerja. Jika terjadi laba maka dibagi berdasar kesepakatan. Jika terjadi rugi maka dibagi berdasar setoran modal.

2. *Al-Mudharabah*

Al-Mudharabah adalah akad kerja sama usaha antara pemilik dana (shaibul maal) dan pengelola dana (mudharib) dengan nisbah bagi hasil sesuai kesepakatan dimuka.

3. *Al-Muzara'ah*

Al-Muzara'ah adalah kerja sama pengolahan pertanian antara pemilik lahan dan penggarap, di mana pemilik lahan memberikan lahan pertanian kepada penggarap untuk ditanami dan dipelihara dengan imbalan tertentu dari hasil panen.

4. *Al-Musaqah*

Al-Musaqah adalah penggarap hanya bertanggung jawab atas penyiraman dan pemeliharaan. Sebagai imbalannya berhak mendapatkan nisbah dari hasil panen.

2.4 Baitul Maal wa Tamwil

BMT merupakan organisasi bisnis yang juga berperan sosial. Bertujuan meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. *Baitul Tamwil* merupakan lembaga

bisnis yang bermotif laba (Ridwan, 2004). Sedangkan *Baitul Maal* berfungsi untuk mengumpulkan sekaligus mentasyarufkan dana sosial.

2.4.1 Asas dan Landasan

BMT berasaskan Pancasila dan UUD 1945 serta berlandaskan prinsip Syari'ah Islam, keimanan, keterpaduan (kaffah), kekeluargaan/koperasi, kebersamaan, kemandirian dan profesionalisme.

2.4.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi setiap BMT minimal terdiri dari:

1. Musyawarah Anggota Tahunan
2. Dewan Pengurus
3. Dewan Pengawa Syariah
4. Dewan Pengawas Manajemen
5. Pengelola yang terdiri minimal: Manajer, Marketing, Accounting dan Kasir.

Dalam perkembangannya, struktur organisasi BMT dapat dirubah dan disesuaikan dengan kebutuhan organisasi. Pengembangan stuktur tersebut dapat menjadi:

1. Direktur
2. Manajer Operasional yang membawahi bagian kasir, pembukuan, bagian administrasi pembiayaan-tabungan dan bagian pelayanan nasabah/anggota
3. Manajer Marketing yang membawahi bagian *funding officer* (FO), *account officer* (AO) dan *remedial* (penagihan) dll.

4. Bagian pembukuan yang akan membawahi internal audit dan staf pembukuan.

2.4.3 Manajemen Funding

BMT harus mampu mengidentifikasi berbagai sumber dana dan menyalurkan dana. Prinsip simpanan di BMT menganut azas wadia'ah dan mudharabah.

1. Prinsip *Wadi'ah* (titipan)

Simpanan *wadi'ah* merupakan akad penitipan barang atau uang kepada BMT, maka BMT berkewajiban untuk menjaga dan merawat dengan baik serta mengembalikannya saat penitip mengambilnya. Prinsip *wadi'ah* dibagi menjadi dua, yaitu:

a. *Wadi'ah Amanah*

Yaitu penitipan barang atau uang tetapi BMT tidak mempunyai hak menggunakan titipan tersebut. BMT dapat mensyaratkan adanya jasa kepada penitip, sebagai imbalan atas pengamanan, pemeliharaan dan administrasi.

b. *Wadi'ah Yad Dhamanah*

Yaitu penitipan barang atau uang kepada BMT dan BMT memiliki hak untuk menggunakan dana tersebut. Maka deposan akan mendapatkan imbalan berupa bonus, besarnya bonus tergantung pada kebijakan manajemen BMT.

2. Prinsip *Mudharabah*

Sumber dana pada prinsipnya dikelompokkan menjadi tiga, yaitu:

a. Dana Pihak Pertama (*modal*)

Dana Pihak Pertama diperlukan BMT terutama pada saat pendirian.

Sumber dana pihak pertama dapat dikelompokkan ke dalam:

➤ Simpanan Pokok Khusus (Modal Penyertaan)

Yaitu simpanan modal penyertaan yang dimiliki oleh individu maupun lembaga, dengan jumlah setiap penyimpan tidak harus sama dan jumlah dana tidak mempengaruhi suara dalam rapat. Simpanan hanya dapat ditarik setelah jangka waktu satu tahun melalui musyawarah Tahunan. Penyimpan akan mendapatkan SHU pada setiap akhir tahun sesuai dengan jumlah modalnya.

➤ Simpanan Pokok

Simpanan pokok dibayar saat menjadi anggota BMT dan besarnya harus sama. Sebagai bukti keanggotaan maka tidak boleh ditarik.

➤ Simpanan Wajib

Simpanan yang menjadi sumber modal yang mengalir terus setiap waktu. Besarnya simpanan wajib setiap anggota sama. Simpanan pokok maupun wajib akan diperhitungkan dalam pembagian SHU.

b. Dana Pihak Kedua (Pinjaman Pihak Luar)

Dana ini bersumber dari pinjaman pihak luar dan nilainya tidak terbatas.

Lembaga yang mungkin dijadikan mitra untuk meraih pembiayaan

misalnya, Bank Muamalat Indonesia, BNI Syariah, Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah, BPRS dll.

c. Dana Pihak Ketiga

Dana yang merupakan simpanan suka rela atau tabungan dari para anggota BMT.

2.5 Pemasaran

2.5.1 Definisi Pemasaran

Kotler dan AB Susanto (2000) memberikan definisi pemasaran adalah *“Suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain”*.

Kotler (2000) memberikan definisi *“Manajemen pemasaran sebagai suatu seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul”*.

Sehingga secara umum pemasaran dapat diartikan sebagai suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka memberi kepuasan yang optimal kepada pelanggan.

2.5.2 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran faktor yang dapat dikendalikan product, price, promotion, place dipadukan oleh

perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran (Kotler, 2000).

Unsur-unsur sari bauran pemasaran dari definisi yang dikemukakan oleh Kotler, yaitu *product, price, promotions, place*.

2.5.3 Pengertian Pemasaran Syariah

Pemasaran syariah merupakan penerapan suatu disiplin bisnis strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Pemasaran berhubungan dengan suatu proses mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat.

Pemasaran bank dapat diartikan sebagai suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan kepada nasabah (Kasmir, 2004).

2.5.4 Perbandingan Pemasaran Syariah dan Pemasaran Konvensional

Tabel 2.5.4

Perbedaan Pemasaran Syariah dengan Pemasaran Konvensional

No.	Keterangan	Pemasaran Syariah	Pemasaran Konvensional
1.	Konsep dan Filosofi Dasar	Berdasarkan keTuhanan.	Bebas nilai dan tidak mendasarkan keTuhanan dalam aktivitasnya.
2.	Etika Pemasar	Jujur dalam menceritakan	Melebih-lebihkan produk yang ditawarkan.

		kelebihan dan kekurangan atas produk yang ditawarkan.	
3.	Pendekatan Terhadap Konsumen	Konsumen adalah mitra.	Konsumen adalah obyek untuk mencapai target penjualan semata.
4.	Cara Pandang terhadap Pesaing	Pesaing adalah lawan yang harus dikalahkan atau dimatikan.	Tidak ada pesaing.

Sumber: (Arif, 2010)

2.6 Pemasaran Strategik

2.6.1 Perencanaan Strategik

Arif (2010) mengatakan perencanaan strategik adalah proses manajerial yang meliputi pengembangan dan pemeliharaan antara sasaran organisasi dengan sumber daya dan berbagai peluang yang terdapat di dalamnya.

Tugas perencanaan strategik adalah bisa tanggap terhadap perubahan-perubahan yang terjadi dan mampu merancang perusahaan agar kegiatan usahanya cukup sehat untuk mempertahankan kelangsungan hidup.

Langkah-langkah dalam kegiatan perencanaan strategik adalah:

1. Menetapkan Visi dan Misi
2. Menetapkan Tujuan dan Sasaran Perusahaan
3. Merancang Portofolio Bisnis

2.6.2 Pemasaran Strategis

Pemasaran strategis memperhatikan keadaan eksternal dan internal perusahaan secara menyeluruh. Pemasaran strategis merupakan suatu proses analisis yang menghasilkan dua jenis keputusan utama, yaitu:

1. Keputusan investasi dari produk pasar yang menyangkut penentuan dimana dan bagaimana sumber-sumber daya yang ada dialokasikan.
2. Keputusan strategis manajemen untuk melaksanakan keputusan investasi.

Pemasaran strategis berorientasi pada:

3. Konsep pemasaran yang menggambarkan fungsi-fungsi pemasaran.
4. Segmentasi pasar dan positioning
5. Penentuan segmentasi pasar dan positioning
6. Penentuan pasar/usaha
7. Daur hidup produk

2.6.3 Analisis Strategis

Analisis digunakan untuk mengambil tindakan yang tepat untuk kepentingan perusahaan di masa mendatang. Analisis strategi memiliki kegunaan, sebagai berikut:

1. Untuk menentukan misi dan tujuan dari perusahaan.
2. Membantu upaya perusahaan dalam mencapai misi dan tujuan.
3. Untuk tindakan perbaikan dan penyesuaian bagi perusahaan dalam setiap situasi dan kondisi.

2.6.4 Perumusan Strategis

Strategi adalah suatu rencana permainan untuk pencapaian tujuannya.

Ada empat tahapan dalam menentukan keputusan strategis, yaitu:

1. Menentukan perumusan unit usaha.
2. Menentukan klasifikasi strategis.
3. Mengevaluasi seluruh portofolio yang dimiliki.

2.7 Strategi Promosi Bank

Dalam pemasaran dibutuhkan promosi supaya nasabah dapat mengenal dan mengetahui seluruh produk dan jasa yang dimiliki baik secara langsung maupun tidak langsung. Promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, mempengaruhi nasabah untuk membeli dan meningkatkan citra bank.

Secara garis besar sarana promosi yang digunakan perbankan secara umum dibagi menjadi empat, yaitu:

1. Periklanan (*advertising*)

Iklan merupakan sarana promosi untuk menginformasikan segala sesuatu mengenai produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Tujuannya untuk menarik dan mempengaruhi nasabah lama dan calon nasabah. Agar iklan yang dijalankan dapat efektif dan efisien maka perlu dilakukan pemasaran

yang tepat. Kasmir (2004) mengemukakan bahwa langkah-langkah dalam periklanan yang efektif dan efisien adalah:

- a. Identifikasi pasar sasaran yang akan dituju serta motif pembeli atas produk yang ditawarkan oleh perusahaan.
- b. Menentukan misi, tujuan atau sasaran periklanan yang terkait dengan sasaran penjualan dari suatu produk (mission).
- c. Menetapkan anggaran periklanan (money).
- d. Merancang, menyusun serta menetapkan pesan yang akan disampaikan kepada pasar sasaran (message).
- e. Menetapkan media yang harus digunakan yang sesuai dengan sasaran yang dituju oleh perusahaan (media).
- f. Melakukan evaluasi terhadap hasil yang dicapai dari pemasangan suatu iklan (measurement).

Jenis-jenis media yang dapat dipergunakan sebagai sarana iklan adalah surat kabar dan majalah, surat pos langsung, radio, televisi, papan reklame, spanduk, penyebaran brosur-brosur, dll.

2. Promosi Penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan digunakan untuk meningkatkan penjualan atau meningkatkan jumlah nasabah. Kegiatan penjualan bersifat jangka pendek, tidak dilakukan secara berulang dan tidak rutin maka, diperlukan promosi penjualan semenarik mungkin. Menurut Buchory dan Djaslim (2006) adapun tahapan promosi penjualan adalah:

- a. Menentukan tujuan yang akan dicapai dari program promosi penjualan.

- b. Menyeleksi apa yang akan ditawarkan dari program promosi penjualan.
- c. Menyusun program promosi penjualan yang sesuai.
- d. Melakukan pengujian pendahuluan atas program.
- e. Mengevaluasi hasil dari program promosi penjualan.

Program promosi penjualan dalam praktiknya memiliki tiga macam cara, yaitu:

- a. Promosi Konsumen, seperti penggunaan kupon, sampel produk, hadiah atau undian berhadiah.
- b. Promosi dagang yaitu berupa bantuan peralatan atau iintensif.
- c. Promosi wiraniaga melalui kontes penjualan. Misalkan program 1000 agen yang dilancarkan produk pembersih sunlight.

3. Penjualan Pribadi (*personal selling*)

Penjualan pribadi dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari *cleaning service*, satpam sampai dengan pejabat bank. *Personal selling* juga dapat dilakukan dengan merekrut tenaga-tenaga (*salesmen atau salesgirl*) untuk melakukan penjualan *door to door*. Ciri-ciri khas *personel selling*:

- a. Tatap muka pribadi
- b. Pemupukan hubungan
- c. Tanggapan

Jenis wiraniaga dapat dibagi menjadi:

- a. *Retail selling*, yaitu penjualan dengan cara melayani nasabah yang datang ke bank.

- b. *Field selling*, yaitu penjualan atau pendekatan di luar perusahaan dengan mendatangi nasabah ke rumah-rumah, perusahaan, kantor, sekolah, dll.
- c. *Executive selling*, yaitu pimpinan perusahaan bertindak sebagai tenaga penjual. Level kesepakatan yang akan dilakukan adalah antar *top management*.

Syarat-syarat wiraniaga yang baik:

- a. Sangat energik dan giat
 - b. Jujur
 - c. Yakin akan kemampuan diri
 - d. Berorientasi kepada target
 - e. Rajin
 - f. Senang bersaing
 - g. Ulet dan penuh tantangan
4. Publisitas (*publicity*)

Arif (2010) menyatakan publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kefiatan seperti pameran, pembukaan stand promosi di pusat perbelanjaan, sponsorship kegiatan, program CSR, mendukung atau berperan serta dalam kegiatan amal dan kegiatan lainnya. Tujuan publisitas adalah agar nasabah dapat mengenal bank lebih dekat, dengan ikut kegiatan tersebut.

Alat publisitas yang dapat digunakan adalah:

a. Hubungan pers

Yaitu memberikan informasi untuk dimuat dalam surat kabar agar menarik perhatian publik terhadap produk atau jasa.

b. Publisitas produk

Mempublikasikan produk secara khusus, misalkan menggelar *launching* produk baru.

c. Komunikasi perusahaan

Komunikasi intern atau ekstern dalam menciptakan saling pengertian perusahaan.

d. *Lobbying*

Yaitu kerjasama dengan ahli hukum dan pejabat pemerintah untuk mendukung atau menghapuskan undang-undang yang dapat mengganggu stabilitas usaha.

e. Bimbingan

Pemberian nasehat kepada manajemen tentang persoalan-persoalan kemasyarakatan mengenai posisi perusahaan maupun citra perusahaan.

BAB III

ANALISA DESKRIPTIF

3.1. Gambaran Umum KJKS BMT MATA AIR Yogyakarta

3.1.1. Profil Kantor KJKS BMT MATA AIR Yogyakarta

Koperasi Jasa Keuangan Syariah Baitul Mall wa Tanwil MATA AIR (BMT MATA AIR Yogyakarta) merupakan lembaga keuangan mikro yang kegiatan operasionalnya menghimpun dan menyalurkan dana. Lembaga yang berasaskan Pancasila dan UUD 1945 serta berlandaskan prinsip Syari'ah Islam, keimanan, keterpaduan (kaffah), kekeluargaan/koperasi, kebersamaan, kemandirian dan profesionalisme. Dan merupakan organisasi bisnis yang juga berperan sosial. Bertujuan meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Lembaga yang diberi amanah dalam menjaga dan mengolah dana dari masyarakat. Tentunya sebagai lembaga yang peduli pada masyarakat tentunya berupaya keras mwnjadikan formula air segar bagi keadaan riil masyarakat saat ini.

KJKS BMT MATA AIR yang mulai beroperasi sejak tahun 2008, membangun bersama usaha dan kebutuhan untuk mencapai cita-cita kesejahteraan bersama. Berusaha mengoptimalkan potensi financial dalam rangka mendukung produktifitas masyarakat menuju sejahtera. Berupaya mewujudkan solusi alternative dan praktik

langsung bagi lembaga yang akan berkembang dalam meningkatkan peranannya di masyarakat.

3.1.2. Visi dan Misi BMT MATA AIR Yogyakarta

Sebagai lembaga keuangan mikro yang bertugas menghimpun dan menyalurkan dana dari dan kepada masyarakat, maka Visi yang dimiliki oleh KJKS BMT MATA AIR untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat adalah:

“Menjadi yang utama dalam pemberdayaan secara profesional berbasis syariah di Yogyakarta sehingga mampu memperkuat anggota dalam rangka pengembangan ekonomi syariah”.

Agar dalam tercapainya Visi yang diharapkan, KJKS BMT MATA AIR mengembangkan langkah yang pasti dengan menerapkan sebuah misi yang dijadikan sebagai acuan dalam melaksanakan segala tugas yaitu:

“Menciptakan inovasi, profesionalisme dan kreatif berbasis syariah secara berkelanjutan”.

Terciptanya visi dan dibentuknya misi merupakan tujuan yang harus dicapai oleh KJKS BMT MATA AIR. Sehingga agar dapat terpenuhinya segala target yang diharapkan.

3.1.3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi yang ada didalam KJKS BMT MATA

AIR adalah sebagai berikut :

1. Pembina/Penasehat :

Drs. H. Muhasir

2. Dewan Pengawas Syariah :

Drs. K. H. S. Baharuddin, S. Ag

Ahmad Basuni S, Sos

3. Pengurus/Pengawas

M. Agus Sutrisno SE. Spsi

Mahmudi, SHI

D. P Antoro, SE

Daru Mahanani, SE

4. Manajer

Mahmudi, SHI

5. Account Officer (AO)

Siti Nurfatmayanti

6. Lending Officer

Widyaningrum Iswadin

7. Funding Officer

Rafian

Fajar Shodiq

3.2. Jenis-Jenis Produk di KJKS BMT MATA AIR

3.2.1 Produk Simpanan

Jenis-jenis produk simpanan pada KJKS BMT MATA AIR Yogyakarta adalah:

1. Simpanan Wadiah Yadh Dhamanah

Adalah simpanan dari titipan anggota yang sewaktu-waktu dapat diambil dan mendapatkan bonus sesuai dengan kebijakan lembaga.

2. Simpanan Mudharabah

Adalah simpanan dimana Shaibul Maal menyimpan dana ke lembaga dan lembaga sebagai Mudharib dengan jangka waktu tertentu.

Produk simpanan dengan prinsip Mudharabah antara lain:

a. Simpanan Haji

Yaitu simpanan yang diperuntukkan kepada masyarakat dalam rangka mempersiapkan ibadah haji.

b. Simpanan Walimah

Yaitu simpanan yang diperuntukkan kepada masyarakat dalam rangka mempersiapkan pernikahan.

c. Simpanan Pendidikan

Yaitu simpanan yang diperuntukkan kepada masyarakat dalam rangka mempersiapkan biaya sekolah.

3. Mudharabah Berjangka

Adalah simpanan dengan prinsip bagi hasil dengan jangka waktu tertentu antara lain 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan.

3.2.2 Produk Penyaluran

1. Pembiayaan Investasi

Yaitu pembiayaan untuk pengadaan alat/sarana produksi dalam usaha produktif yang dikelola peminjam.

2. Pembiayaan Modal Kerja (Mudharabah)

Yaitu pembiayaan untuk pengadaan bahan baku atau barang yang diperdagangkan.

3. Penyertaan Modal (Musyarakah)

Yaitu transaksi antara pihak KJKS BMT MATA AIR dengan anggota untuk penambahan modal usaha anggota dengan prinsip bagi hasil.

4. Penyaluran Dana Konsumtif (Murabahah)

Yaitu transaksi antara pihak KJKS BMT MATA AIR dengan anggota dalam rangka pembelian suatu barang/konsumtif sesuai dengan sistem pembayaran yang disepakati bersama.

5. Penyaluran Dana Sewa (Ijarah)

Yaitu transaksi antara pihak KJKS BMT MATA AIR dengan pengguna jasa dengan prinsip ijarah, antara lain untuk pengadaan jasa seperti jasa sewa barang, jasa tempat fotokopi, sablon, penjahit, kontrak rumah dan lain-lain.

6. Penyaluran Dana Pinjaman Hasan

Pembiayaan kebajikan yang diberikan kepada yang membutuhkan untuk keperluan mendesak.

3.3. Konsep Pemasaran di KJKS BMT MATA AIR

Konsep pemasaran yang digunakan oleh KJKS BMT MATA AIR adalah *personal selling*. Berdasarkan Manning dan Reece (2001) *Personal selling* adalah proses membina hubungan, mencari kebutuhan, menyesuaikan produk yang sesuai dengan kebutuhan tersebut dan mengkomunikasikan keuntungan dengan cara menginformasikan, mengingatkan atau membujuk. Penjualan ini dilakukan oleh seluruh pegawai, mulai dari *cleaning service* sampai pejabat BMT. Berawal dari mengajak teman maupun keluarga dan kemudian berkembang sampai masyarakat umum.

3.3.1 Ciri-Ciri Khas *Personal Selling*

Yang menjadi ciri khas *personal selling* adalah:

1. Tatap muka pribadi
2. Pemupukan hubungan
3. Tanggapan

3.4. Tahap-Tahap Pemasaran dalam Menarik Calon Nasabah KJKS BMT

MATA AIR

Tahapan pemasaran yang dilakukan pemasar kepada calon nasabah adalah:

1. Menciptakan komunikasi dua arah dengan menanyakan pertanyaan yang tepat dan mendengarkan dengan seksama terhadap jawaban calon nasabah.
2. Mempresentasikan produk-produk yang dimiliki dengan berbagai pendekatan.
3. Pemasar berperan sebagai konsultan dan menawarkan rekomendasi yang bagus dan tepat.
4. Negosiasi untuk kerjasama dalam jangka panjang.
5. Pemasar sebagai pendengar yang antusias, dapat menentukan masalah nasabah dan menawarkan pemecahan masalah.
6. Membangun, memelihara dan meningkatkan hubungan pribadi dengan nasabah.
7. Menciptakan kepercayaan dan saling menghormati.

3.5. Strategi Menjaga Royaltas di KJKS BMT MATA AIR

Sebagai wujud menjaga royaltas nasabah KJKS BMT MATA AIR melakukan beberapa strategi, yaitu:

1. Pelayanan penjemputan simpanan dan angsuran (jemput bola) nasabah dengan cara:
 - a. Mengawali dan mengakhiri pembicaraan dengan kata sapaan atau salam.

- b. Senyum pada nasabah.
- c. Menjabat tangan nasabah.
- d. Membuka pembicaraan pada nasabah.
- e. Berbicara dan bersikap sopan.
- f. Berbusana sopan dan menutup aurat.

2. Menentukan jumlah setoran sendiri

Peserta diberi kebebasan menentukan besarnya setoran tetap tiap minggunya dan disesuaikan dengan keinginan dan kemampuan nasabah. Hal ini diperuntukkan pada simpanan *wadiah yadh dhamanah* dan *simpanan mudharabah*.

3. Bebas potongan biaya

Tiap bulannya tidak ada pungutan biaya.

4. Menelpon nasabah dan sekedar menanyakan kabar dengan cara:

- a. Mengucapkan salam pada nasabah.
- b. Menyebutkan nama penelpon dan nama lembaga terkait.
- c. Menyebutkan nama nasabah.
- d. Menanyakan kabar dan hambatan terkait dengan lembaga.
- e. Mengucapkan terima kasih.
- f. Mengakhiri dengan salam.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Muhammad Syafii. 2001. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: GEMA INSANI dan TAZKIA CENDIKIA.
- Arif, Al M. Nur Rianto. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: ALFABETA.
- Buchory, Herry Achmad dan Saladin Djaslim. 2006. *Dasar-dasar Pemasaran Bank*. Bandung: Linda Karya.
- Company Profile KJKS BMT MATA AIR. 2008.
- Karim, A. Adiwarmarman. 2004. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT RAJA GRAFINDO PERSADA
- Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Indonesia: PT MACANAN JAYA CEMERLANG.
- Kotler, Philip dan Susanto AB. 2000. *Manajemrn Pemasaaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Manning, L. Gerald dan Reece L Barry. 2001. *Selling Today Membangun Kemitraan Berkualitas*. Klaten: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Muhammad. 2001. *Teknik Perhitungan Bagi Hasil di Bank Syari'ah*. Yogyakarta: UII Press.
- Ridwan, Muhammad. 2004. *Manajemen Baitul Maal Wa Tanwil (BMT)*. Yogyakarta: UII Press.
- Rodoni, Ahmad dan Hamid Abdul. 2008. *Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Zikrul Hakim.
- Saeed, Abdullah. 1996. *Islamic Banking and Interest: A Study of the Prohibition of Riba and its Contemporary Interpretation*. Leide: E.J. Brill.



KOPERASI JASA KEUANGAN SYARI'AH
BMT MATAAIR



Kantor: Jl. Godean Km 5 (Timur TNI 403) Modinan, Sleman, Yk. Telp. 0274-621640

SURAT KETERANGAN
NO 141/KJKS BMT MATA AIR/I/2011

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Widyaningrum I.
Jabatan : Landing Officer BMT MATA AIR
Alamat : Prenggan, Sidokarto, Godean, Sleman, Yogyakarta

Dengan ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

Nama : Khoirulina
Nomor Mahasiswa : 09213009
Jurusan : Keuangan dan Perbankan
Fakultas : DIII Ekonomi
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Indonesia
Judul Penelitian : STRATEGI PEMASARAN PADA KJKS BMT MATA AIR
WILAYAH YOGYAKARTA

Terhitung mulai tanggal 26 September 2011 sampai dengan tanggal 08 Desember 2011 telah melaksanakan riset/penelitian Pemasaran dengan sebenarnya di **Lembaga Keuangan Mikro KJKS BMT MATA AIR** yang beralamatkan di **Jl. Godean Km. 5 Modinan, Banyuraden, Gamping, Sleman, Yogyakarta**. Demikian surat keterangan ini kami sampaikan untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 08 Desember 2011
Landing Officer

KOPERASI JASA KEUANGAN SYARI'AH
BMT MATA AIR

(Widyaningrum I.)



KOPERASI JASA KEUANGAN SYARIAH
BAITUL MAAL WATTAMWIL
MATAAIR

Kantor : Jl. Godean Km 5 (Timur TNI 403) Modinan, Sleman, YK. Telp. 0274-621640

SLIP SETORAN SIMPANAN

Tanggal :

Rupiah

Jenis Setoran Tunai Pemindah bukuan

Nama Penyimpan : _____

No. Simpanan : _____

Terbilang : _____

Untuk diproses pada hari berikutnya

No. : _____

Nama dan Tanda Tangan Penyetor

Teller

Aprovel



KOPERASI JASA KEUANGAN SYARIAH
BAITUL MAAL WATTAMWIL
MATAAIR

SLIP PENARIKAN

Sudah Terima dari KJKS BMT MATAAIR

Tanggal :/...../.....

Penarikan Simpanan sebesar : Rp. _____

Terbilang : _____

No. Simpanan : _____ Atas Nama _____

No. : _____

Teller

Aprovel

Nama dan Tanda Tangan Penyetor



KOPERASI JASA KEUANGAN SYARIAH
BAITUL MAAL WATTAMWIL
MATAAIR

Kantor : Jl. Godean Km 5 (Timur TNI 403) Modinan, Sleman, YK. Telp. 0274-621640

SLIP ANGSURAN

Telah diterima dari :

Nama : _____

Alamat : _____

No. Rekening : _____

Angsuran Ke : _____

Terbilang : _____

No. : _____

Dengan Rincian :

- Pokok : Rp.
- Bagi Hasil / Marjin : Rp.
- Infak : Rp.
- Lain-lain : Rp.
- Jumlah yang diterima : Rp.

Yogyakarta,

Petugas Penerima

Penyetor



KJKS
BMT MATAAIR

Kepada :
KJKS BMT MATA AIR
Kantor

PERMOHONAN UNTUK PEMBUKAAN REKENING SIMPANAN

Jenis Simpanan : Simpanan Mudharabah

Nama Pemohon :

Alamat :

Nomor Telepon

(Kode pos Harus diisi)

Alamat surat :

Nomor Telepon

(Kode pos Harus diisi)

Pekerjaan :

Kebangsaan :

Negara domosili :

Tanda Pengenal : KTP SIM

Penduduk

No.

Berlaku s/d tanggal

Non Penduduk

Setoran Pertama : Rp.

Nisbah Bagi Hasil :

AHLI WARIS

Nama :

Alamat :

Hubungan Keluarga :

Penunjukan ini sekaligus melepaskan BMT dari segala kewajibannya untuk menerima dan melaksanakan tuntutan dari siapapun dengan dalih apapun mengenai hak terhadap simpanan ini

Yogyakarta, 200

Pemohon

Tanda tangan

KOLOM UNTUK BMT

Catatan : No. Rek :

Pemohon untuk membuka rekening simpanan

DISETUJUI / TIDAK DISETUJUI

Customer Service

Tanda tangan yang berwenang

SYARAT-SYARAT UMUM SIMPANAN PADA KJKS BMT MATAAIR

Nomor Simpanan :
Nama Penyimpan :
Alamat :

1. **PENYIMPAN**
Yang dapat diterima menjadi Penyimpan adalah Penyimpan atas nama perorangan.
2. **SETORAN AWAL**
Rekening Simpanan atas nama Penyimpan, baru akan dibuka setelah BMT menerima setoran awal sebesar Rp dari Penyimpan. Penarikan hanya dapat dilakukan setelah setoran awal mengendap satu bulan sejak tanggal penyetoran setoran awal tersebut.
3. **REKENING SIMPANAN**
BMT akan menata usahakan dan penyetoran simpanan kedalam rekening simpanan atas nama Penyimpan yang bersangkutan.
4. **PENGIRIMAN REKENING SIMPANAN**
Rekening simpanan dikirim ke alamat calon anggota yang terakhir diketahui BMT setelah saldo rekeningnya ditutup pada tiap-tiap akhir bulan. Kecuali ada persetujuan lain atau dalam keadaan yang memaksa BMT bertindak lain, maka BMT dapat saja saldo rekening simpanan ditutup sebelum akhir bulan yang bersangkutan.
5. **PENARIKANDANA**
Penarikan tunai dapat dilakukan dengan slip penarikan simpanan yang disediakan oleh BMT maksimum penarikan (tunai, transfer, dan sebagainya) yang boleh dilakukan adalah 4 (empat) kali dalam satu bulan.
6. **PENYETORAN DANA**
Penyetoran dapat dilakukan dengan slip yang telah disediakan oleh BMT, minimum besarnya setiap kali setoran adalah Rp
7. **NISBAH BAGI HASIL**
Besarnya Nisbah bagi hasil sesuai dengan akad yang disepakati.
8. **PENGHENTIAN HUBUNGAN REKENING SIMPANAN**
BMT maupun Penyimpan berhak untuk menghentikan hubungan rekening simpanan dengan pemberitahuan sedikit-dikitnya 1 hari kerja sebelumnya, kecuali jika ada persetujuan tertulis atau peraturan lain. Tanggal efektif penutupan rekening berlaku pada hari yang ditetapkan dalam pemberitahuan tertulis tersebut.
9. **PERUBAHAN-PERUBAHAN**
BMT berhak mengadakan perubahan-perubahan pada syarat-syarat umum ini, dan perubahan-perubahan tadi akan diberitahukan secara tertulis kepada pemegang rekening simpanan.

Dengan ini kami menyatakan bahwa kami telah memahami syarat-syarat umum ini, oleh karena itu kami setuju dan mengakui bahwa kecuali jika diadakan persetujuan tersendiri, semua syarat tersebut tanpa kecuali mengikat kami dengan KJKS BMT MATAAIR

Yogyakarta, 200

Tanda tangan