

**STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN  
MUDHARABAH PADA KSPPS TAMZIS BINA UTAMA CABANG**

**AHMAD DAHLAN**

**Laporan Magang**



Disusun oleh :

**Umara Maharani**

**15213019**

**Program Studi Perbankan dan Keuangan**

**Program Diploma III Fakultas Ekonomi**

**Universitas Islam Indonesia**

**2018**

**STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN  
MUDHARABAH PADA KSPPS TAMZIS BINA UTAMA CABANG  
AHMAD DAHLAN**

**LAPORAN MAGANG**

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

**Disusun Oleh :**

**Umara Maharani**

**15213019**

**Program Studi Perbankandan Keuangan**

**Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia**

**2018**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**LAPORAN MAGANG**

**STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN**

**MUDHARABAH PADA BMT TAMZIS**



**Disusun oleh :**

**Nama** : Umara Maharani

**No. Mahasiswa** : 15213019

**Jurusan** : Perbankan dan Keuangan

*Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing*

**Pada tanggal :** 16 - 05 - 2018

**Dosen Pembimbing,**



**(Ditandatangani El Aiyubbi, SE., M.E.K.)**

## PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

“Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa laporan magang ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku”

Yogyakarta, 16 Mei 2018

Penulis  
  
Umara Maharani

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga iman dan islam tetap terjaga. Shalawat dan salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan keluarganya serta para sahabatnya.

Berkat rahmat dan pertolongan Allah SWT dan bantuan semua pihak, sehingga saya dapat menyelesaikan laporan magang ini, yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, nasihat, petunjuk serta dukungan. Sehingga saya mampu menyelesaikan program magang atau praktek kerja ini, terutama kepada :

1. Ibu Nurfauziah, SE., MM, Selaku Ketua Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Arief Darmawan, SE., MM, selaku Sekretaris Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Rizqi Adhyka Kusumawati SE., MBA. Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan.
4. Bapak Dityawarman El Aiyubbi, SE., M.E.K. selaku dosen pembimbing saya yang telah bersedia memberikan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan dalam menulis laporan magang ini.

5. Ibu Wahyu Pujiastuti, selaku Manajer Administrasi KSPPS TAMZIS BINA UTAMA cabang Ahmad Dahlan yang telah membimbing proses magang.
6. Seluruh karyawan KSPPS TAMZIS BINA UTAMA cabang Ahmad Dahlan yang telah memberikan pengetahuan dan informasi yang dibutuhkan penulis.
7. Kedua orang tua saya, yang selalu memberikan do'a, motivasi, semangat dan bantuan baik moral, material, maupun spiritual guna kesuksesan penulisan.
8. Untuk sahabat-sahabat, yang selalu membantu dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

penulis menyadari segala kekurangan dan keterbatasan dalam penulisan laporan magang ini, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dalam penyempurnaan laporan magang ini. Akhir kata penulis berharap laporan magang ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan dapat digunakan dengan sebaik-baiknya.

Yogyakarta, 16 Mei 2018

Penulis.  
  
Umara Maharani

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Pernyataan Bebas Menjiplak.....	iv
Kata Pengantar .....	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel .....	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran .....	xi
<b>BAB I: PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
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.....	4
1.6 Jadwal Magang.....	4
1.7 Sistem Penulisan .....	5
<b>BAB II: LANDASAN TEORI.....</b>	<b>6</b>
2.1 KSPPS .....	6
2.1.1 Pengertian KSPPS .....	6
2.1.2 Kegiatan pada KSPPS .....	6
2.1.3 Bentuk Produk KSPPS .....	7
2.2 Strategi Pemasaran .....	12
2.2.1 Pengertian Strategi Pemasaran .....	12
2.2.2 Tujuan Strategi Pemasaran .....	14
2.2.3 Konsep-konsep dalam Pemasaran .....	15
2.2.4 Jenis Strategi Pemasaran .....	16
2.2.5 Proses Strategi Pemasaran.....	17
<b>BAB III: ANALISIS DEKSRIPTIF .....</b>	<b>22</b>
3.1 Data Umum .....	22
3.1.1 Sejarah KSPPS.....	22
3.1.2 Profi KSPPS.....	23
3.1.3 Visi dan Misi.....	24
3.1.4 Stuktur Organisasi KSPPS.....	24
3.1.5 Produk Layanan dan Media TAMZIS .....	26
3.2 Data Khusus .....	31
3.2.1 Persyaratan Pengajuan Pembiayaan Produk <i>Mudharabah</i> .....	31
3.2.2 Strategi Pemasaran pada KSPPS TAMZIS .....	32

<b>BAB IV: KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>37</b>
4.1 Kesimpulan.....	37
4.2 Saran.....	38
Daftar Pustaka .....	39
Lampiran-lampiran.....	40



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Jadwal Magang .....	4
Tabel 3.1: Data Nasabah yang menggunakan produk Pembiayaan <i>Mudharabah</i> .....	35

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1: Struktur Organisasi KSPPS TAMZIS Bina Utama KCS Ahmad Dahlan, Yogyakarta.....	24
---	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Surat Keterangan Magang .....	40
Lampiran 2 : Formulir Pengajuan Pembiayaan.....	41

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 DASAR PEMIKIRAN**

Pada zaman modern, perkembangan lembaga perbankan mengalami kemajuan serta mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan tersebut juga dialami oleh bank syariah dan juga bank konvensional. Perbankan syariah dibagi menjadi dua kategori yaitu Lembaga Keuangan Syariah Bukan Bank (LKSBB) seperti *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT), asuransi syariah, pegadaian syariah dan Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) dan Lembaga Keuangan Syariah Bank (LKSBB) seperti Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS).

Lembaga keuangan syariah pada saat ini tidak hanya yang berskala besar yang mampu berkembang. Namun, lembaga keuangan syariah yang berskala kecil pun mulai menunjukkan perkembangan seperti halnya Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS). Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) yaitu suatu lembaga keuangan mikro yang mendukung kegiatan ekonomi masyarakat dari kalangan kecil dan bawah yang menjalankannya berdasarkan dengan syariat islam (Ridwan, 2006).

KSPPS adalah salah satu Lembaga Keuangan Syariah Bukan Bank (LKSBB) yang telah berkembang serta bermunculan di masyarakat. Makadari itu KSPPS,

harus melakukan suatu cara agar KSPPS diminati oleh banyak masyarakat yang membutuhkan modal untuk usahanya, supaya KSPPS mempunyai banyak nasabah harus dengan strategi pemasaran yang baik dan yang benar.

Pada dasarnya, suatu lembaga membutuhkan kegiatan pemasaran. Kegiatan tersebut bergerak dibidang nirlaba maupun laba, mengingat semakin ketatnya persaingan serta perkembangan pasar dan persaingan. Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan pada saat memasarkan.

Strategi pemasaran adalah trobosan baru dalam bidang manajemen yaitu, dengan memasarkan produknya, agar produk di suatu perusahaan tersebut banyak dikenal dan diminati banyak kalangan masyarakat. Perusahaan yang menerapkan strategi pemasaran dengan baik dan benar sesuai rencana pemasaran kepada konsumen maka perusahaan tersebut akan berhasil.

Salah satu produk KSPPS yang banyak diminati adalah produk pembiayaan, dimana produk pembiayaan belum terlalu dikenal dikalangan masyarakat. Maka dari itu, KSPPS harus biasa memasarkan produk pembiayaan ini kepada masyarakat yang membutuhkan modal khususnya dalam pembiayaan modal usaha, dimana masyarakat sekarang banyak yang ingin memulai usaha dan mereka kekurangan modal untuk usahanya. Untuk itu TA ini mengangkat judul **“Strategi pemasaran terhadap produk pembiayaan *mudharabah* pada KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan”**

## 1.2 TUJUAN MAGANG

Tujuan magang ini adalah

1. Untuk mengetahui persyaratan pengajuan pembiayaan produk *mudharabah* di KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan.
2. Untuk mengetahui strategi apa yang digunakan KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan dalam memasarkan produk *mudharabah*.

## 1.3 TARGET MAGANG

Target yang ingin di dapatkan pada saat magang adalah

1. Mampu menjelaskan persyaratan yang di butuhkan nasabah dalam mengajukan pembiayaan pada produk *mudharabah*.
2. Mampu memahami dan mengetahui strategi apa yang digunakan KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan dalam memasarkan produk *mudharabah*.

## 1.4 BIDANG MAGANG

*Marketing* adalah suatu bagian dari perusahaan yang mana perannya sangat penting, maka dari itu marketing mempunyai fungsi untuk mendapatkan, mencari, memperbanyak konsumen, menguasai pasar dan mempertahankan konsumen. Perusahaan yang memiliki banyak konsumen nantinya dapat menentukan jumlah pemasukan bagi perusahaan tersebut dan nantinya perusahaan juga akan berkembang semakin pesat.



## **1.7 SISTEM PENULISAN**

Sistem penulisan dalam laporan ini adalah

1. BAB I ini sistem penulisan berisi tentang dasar pemikiran magang, tujuan magang, target magang, sistematika penulisan.
2. BAB II ini sistem penulisan berisi tentang landasan teori yang kegunaannya untuk membahas materi yang akan dibahas nantinya.
3. BAB III ini sistem penulisan berisi tentang analisa deskripsi yang membahas tentang gambaran umum tempat magang dan hasil temuan di tempat magang sesuai topik yang di ambil.
4. BAB IV ini sistem penulisan berisi tentang kesimpulan dan saran yang mana kesimpulan dan saran tersebut berasal dari laporan bab sebelumnya.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 KSPPS**

##### **2.1.1 Pengertian KSPPS**

Seiring berkembangnya koperasi simpan pinjam, pembiayaan syariah dan perkembangan ekonomi yang semakin pesat maka keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor: 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 tentang petunjuk pelaksanaan kegiatan usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) sudah tidak sesuai, maka dari itu ada perubahan dari Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, maka dari itu Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) berubah menjadi Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) dimana suatu kegiatan usahanya meliputi pinjaman, simpanan, dan pembiayaan sesuai dengan prinsip syariah, termaksud mengelola infaq, zakat, wakaf dan sedekah.

##### **2.1.2 Kegiatan pada KSPPS**

1. Kegiatan mengelola dana dari berbagai sumber seperti zakat, infak, sedekah dan lain-lain.
2. Menyalurkan dana untuk masyarakat yang membutuhkan modal untuk kegiatan usaha.
3. Menerima simpanan dana dari masyarakat (Ridwan,2004).

### 2.1.3 Bentuk produk KSPPS

#### 1. Pembiayaan mikro syariah

##### a. Pembiayaan *murabahah*

*Murabahah* adalah jual beli barang sebesar harga pokok barang ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati.

Persyaratan pembiayaan *murabahah* sebagai berikut:

- a. Bank nantinya akan menyediakan dana untuk nasabah pembiayaan berdasarkan dengan perjanjian jual beli barang.
- b. Jangka waktu pembayaran harga barang yang nantinya akan dilakukan nasabah kepada bank akan ditentukan dengan adanya kesepakatan bank dan nasabah.
- c. Bank nantinya akan membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang sudah disepakati kualifikasinya.
- d. Bank nantinya akan mewakili nasabah untuk membeli barang yang diinginkan nasabah, nantinya akad *murabahah* harus dilakukan setelah barang sudah menjadi milik bank.
- e. Bank akan meminta nasabah untuk membayar uang muka atau *urbun* pada saat nasabah sudah menandatangani kesepakatan yang sudah dibuat pada saat di awal.
- f. Bank akan meminta nasabah untuk menyediakan tambahan agunan dimana barang tersebut bukan barang yang dibiayai oleh bank.

- g. Pada awal akad akan diadakan Kesepakatan untuk menentukan margin dan kesepakatan margin tersebut hanya satu kali dan tidak dapat berubah selama priode akad.
- h. Angsuran pembiayaan yang dilakukan nasabah harus dilakukan secara profesional selama priode akad.

b. Pembiayaan *mudharabah*

*Mudharabah* adalah penanaman dana dari pemilik dana (*shahibul maal*) kepada pengelola dana (*mudharib*) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu, dengan pembagian menggunakan metode bagi untung dan rugi (*profit and loss sharing*) atau metode bagi pendapatan (*revenue sharing*) antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.

Persyaratan pembiayaan *mudharabah* sebagai berikut:

- a. Bank sebagai *shahibu maal* yang nantinya akan menyediakan dana secara utuh, dan nasabah sebagai *mudharib* yang akan mengelola dana pada kegiatan usaha.
- b. Pada saat pengembalian dana, pembagian keuntungan, dan Jangka waktu pembiayaan akan ditentukan sesuai kesepakatan nasabah dan bank.
- c. Dalam mengelola usaha nasabah Bank tidak ikut serta dalam mengelola usahanya tetapi memiliki hak dalam pembinaan usaha dan pengawasan dalam usaha nasabah.

- d. Pembiayaan yang diberikan oleh bank bentuknya barang/tunai.
- e. Pada saat pembiayaan diberikan secara tunai maka disertakan berapa jumlahnya.
- f. Pada saat pembiayaan diberikan dalam bentuk barang, maka barang yang akan diserahkan harus dinilai berdasarkan harga pasar wajar atau harga perolehan.
- g. Keuntungan dapat dibagi dari pengelolaan dana yang dinyatakan disepakati dalam bentuk nisbah.
- h. Bank akan menanggung semua risiko yang dialami usaha yang dibiayai. Tetapi jika nasabah melakukan kelalaian, menyalahi perjanjian atau melakukan kecurangan itu bukan tanggung jawab bank lagi.
- i. Nisbah bagi hasil yang sudah disepakati tidak bisa diubah pada saat periode jangka waktu investasi, kecuali atas dasar kesepakatan para pihak dan tidak berlaku surut.
- j. Nisbah bagi hasil ditetapkan dengan cara berjenjang (*tiering*) yang besarnya berbeda-beda berdasarkan kesepakatan pada awal akad.
- k. Pembagian keuntungan dilakukan menggunakan metode bagi pendapatan (*revenue sharing*) dan bagi untung dan rugi (*profit and loss sharing*).
- l. Dalam Pembagian keuntungan bank akan melihat hasil usaha dari laporan hasil usahamudharib.

- m. Pada hal ini nasabah dapat menyertakan modal dalam kegiatan usahanya yang mana usaha tersebut dibiayai oleh bank, maka berlaku ketentuan: (i) nasabah bertindak sebagai mitra usaha dan *mudharib*, (ii) atas keuntungan yang dihasilkan dari kegiatan usaha yang dibiayai tersebut, maka sisa keuntungan akan dibagi sesuai dengan kesepakatan antara bank dan nasabah, nasabah juga bisa mengambil bagian keuntungan dari porsi modalnya.
- n. Pengambilan pembiayaan dilakukan pada akhir periode dengan jangka waktu sampai dengan satu tahun atau dilakukan secara angsur berdasarkan aliran kas masuk (*cash in flow*).
- o. Bank dapat meminta agunan atau jaminan untuk mengantisipasi risiko apabila nasabah tidak dapat melunasi kewajibannya.

c. Pembiayaan *ijarah*

*Ijarah* adalah transaksi sewa menyewa atas suatu barang atau upah mengupah atas suatu jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau imbalan jasa.

Persyaratan pembiayaan *ijarah* sebagai berikut:

- a. Bank dapat membiayai pengadaan objek sewa berupa barang yang diperoleh dengan menyewa dari pihak lain untuk

kepentingan nasabah berdasarkan kesepakatan dan barang yang telah dimiliki bank.

- b. Manfaat barang sewa dan objek harus dapat diidentifikasi dan dinilai secara spesifik dengan jelas sesuai dengan jangka waktu dan pembayaran sewa.
- c. Bank harus menjamin penuh kualitas dan kuantitas barang sewa sesuai kesepakatan dan Bank juga harus menyediakan barang sewanya.
- d. Bank harus menanggung biaya pemeliharaan barang/asset sewa yang sifatnya struktural dan materil sesuai dengan perjanjian yang sudah disepakati.
- e. Nasabah dapat mencairkan barang yang akan disewa sesuai dengan kesepakatan Bank dan bank sudah mengetahuinya.
- f. Nasabah wajib membayar sewa secara tunai, menjaga keutuhan barang sewa, dan menanggung biaya pemeliharaan barang sewa sesuai dengan kesepakatan.
- g. Kerusakan pada barang sewa yang terjadi bukan karena pelanggaran perjanjian maka Nasabah tidak bertanggung jawab pada barang yang disewanya.

d. Pembiayaan *kafalah*

*Kafalah* adalah jaminan yang diberikan oleh penanggung(*kafilah*) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung (*makfuul'anhul, ashil*). Dalam transaksi *kafalah*, bank bertindak sebagai pihak pemberi jaminan (penanggung). Atas pemberian jasa *kafalah*, bank dapat meminta nasabah untuk menyediakan jaminan (Ridwan,2004).

## 2.2 Strategi pemasaran

### 2.2.1 Pengertian strategi pemasaran

a. Pengertian strategi

strategi berasal dari kata Yunani *Strategos*, yang berarti jenderal. Oleh karena itu, strategi secara harfiah berarti “seni para jenderal”. Kata ini terdapat pada apa yang merupakan perhatian utama antara manajemen puncak organisasi. Secara khusus, strategi adalah “penempatan” misi perusahaan, penempatan sasaran organisasi dengan mengingat kekuatan internal dan eksternal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai (Solihin,2012).

Strategi juga bisa diartikan sebagai rancangan, dimana rancangan tersebut tujuannya untuk mencapai tujuan tertentu dalam suatu perusahaan (Hart, 2005).

Dalam menyusun strategi, strategi dapat membantu organisasi dalam mengorganisasikan, menganalisis dan mengumpulkan informasi. Penyusunan strategi juga mampu menemukan peluang pasar yang baru, mengembangkan strategi pemasaran yang kreatif dan mengidentifikasi ancaman bisnis. Perencanaan dalam strategi biasanya mempunyai peran sebagai penyeimbang saran atau konsultan.

Maka dari itu, strategi adalah suatu keputusan dalam perusahaan yang mana tujuannya dapat menentukan apa yang diharapkan perusahaan.

b. Pengertian pemasaran

Dimana pengertian pemasaran itu sendiri adalah suatu usaha untuk menyediakan barang dan jasa tepat waktu kepada orang-orang yang tepat dan menyampaikannya dengan baik dan juga memberikan harga yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, dan juga harus dengan berkomunikasi dan promosi yang baik dan benar. Maka dari itu, ada beberapa definisi atau pengertian yang lebih luas tentang apa itu pemasaran, yang mana pemasaran itu digunakan sebagai usaha untuk menyerahkan suatu standar kehidupan dan usaha untuk menciptakan (Assari, 2004).

Banyak juga pengertian pemasaran menurut para ahli, dan berikut ini adalah pengertian pemasaran menurut para ahli:



1. Menurut Sumarni (2002:6), menyebutkan bahwa pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan keinginan melalui proses pertukaran.
2. Menurut Kotler (1996), pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial antara individu atau kelompok dengan individu atau kelompok lain agar mereka memperoleh apa yang dibutuhkan dan diinginkan sesuai dengan penciptaan, penawaran, dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai.
3. Menurut Assari (2013:5), mengatakan bahwa pemasaran adalah usaha untuk menyediakan dan menyampaikan barang atau jasa yang tepat dan waktu serta harga yang tepat dengan promosi dan komunikasi yang tepat.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah suatu kegiatan yang mana kegiatan tersebut guna mencapai target pasar yang diinginkan perusahaan.

#### 2.2.2 Tujuan strategi pemasaran

Tujuan strategi pemasaran yaitu:

1. Menetapkan arah strategi perusahaan.
2. Memberikan informasi kepada manajemen dan merumuskan tujuan pemasaran.
3. Sasaran untuk mengantisipasi berbagai permasalahan dalam keadaan yang berubah pada masa yang akan datang.

### 2.2.3 Konsep-konsep dalam pemasaran

Didalam pemasaran terdapat enam konsep yang merupakan dasar pelaksanaan kegiatan pemasaran suatu perusahaan yaitu, konsep produksi, konsep produk, konsep penjualan, konsep pemasaran social, dan konsep pemasaran global.

#### a. Konsep produksi

Konsep produksi adalah konsep yang mana konsumen akan menyukai produk yang terdapat pada perusahaan tersebut. Konsep ini bertujuan untuk mengarahkan suatu produk yang mana produk tersebut nantinya akan menjadi bagus dan distribuisnya juga luas.

#### b. Konsep produk

Konsep produk adalah konsep di mana konsumen akan menyukai produk yang mempunyai mutu yang bagus.

#### c. Konsep penjualan

Konsep penjualan berpendapat bahwa konsumen, dengan dibiarkan begitu saja, perusahaan harus melaksanakan upaya penjualan dan promosi yang agresif.

#### d. Konsep pemasaran

Konsep pemasaran mengatakan bahwa kunci untuk mencapai tujuan perusahaan terdiri dari penentuan kebutuhan nasabah dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibanding para pesaing.

#### e. Konsep pemasaran sosial

Konsep pemasaran sosial berpendapat bahwa tugas perusahaan menentukan kebutuhan, keinginan, dan kepentingan pasar sasaran, serta memberikan kepuasan yang diharapkan dengan cara yang lebih efektif dan efisien dari pada para pesaing dengan tetap melestarikan atau meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

f. Konsep pemasaran global

Pada konsep pemasaran global ini, manager berupaya memahami semua faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi pemasaran melalui manajemen strategi yang baik. Supaya dapat memenuhi keinginan semua pihak yang terlibat dalam perusahaan.

#### 2.2.4 Jenis strategi pemasaran

Pada dasarnya strategi pemasaran mempunyai strategi-strategi yang harus digunakan pada saat memasarkan produknya dan ada empat jenis strategi pemasaran yang harus digunakan, antara lain:

1. Strategi penetrasi pasar

Penetrasi pasar bisa juga dikatakan dengan penerobosan pasar yang harus dilakukan perusahaan untuk meningkatkan jumlah nasabahnya baik secara kualitas maupun kuantitas. Strategi ini sangatlah cocok untuk pasar yang baru berkembang agar pasar tersebut mampu berkembang secara cepat.

2. Strategi pengembangan produk

Strategi pengembangan produk ini merupakan usaha yang dilakukan perusahaan agar dapat meningkatkan nasabahnya dengan mengenalkan produk-produk baru yang dimiliki perusahaan. Dan kita juga harus kreatif dalam menciptakan produk tersebut agar diminati nasabah nantinya.

### 3. Strategi pengembangan pasar

Strategi pengembangan pasar ini adalah satu usaha yang harus dilakukan perusahaan untuk membawa produk ke arah yang baru dengan membuka cabang baru yang di anggap cukup strategis atau menjalin kerjasama dengan pihak lain agar menyerap nasabah baru.

### 4. Diversifikasi

Diversifikasi ini adalah strategi yang dimana perusahaan harus mengembangkan perusahaannya dengan cara membeli atau membuat usaha-usaha yang berbeda agar dapat menarik perhatian konsumen.

#### 2.2.5 Proses Manajemen Pemasaran

Proses manajemen pemasaran ini berperan penting dalam pencapaian tujuan-tujuan strategis secara menyeluruh. Nantinya proses manajemen ini akan dilakukan dengan cara mengidentifikasi pasar total, membaginya menjadi segmen-segmen yang lebih kecil, memilih segmen yang paling menjanjikan, dan akan fokus terhadap pelayanan dan kepuasan. Perusahaan juga merancang bauran pemasaran (*marketing mix*) yang mencakup faktor-faktor dibawah pengendalian produk, harga, tempat, dan promosi. Untuk mendapatkan bauran pemasaran yang baik dan dapat

menerapkannya dengan menggunakan analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian pemasaran. Maka dari itu perusahaan harus mempelajari setiap faktor di dalam proses manajemen dan ini adalah faktor-faktor di dalam strategi pemasaran.

#### 1. Konsumen sasaran

Pada konsumen sasaran ini perusahaan harus mengetahui konsumen mana yang berpotensi dan bisa ditawarkan produk perusahaan nantinya dan kita juga harus mengetahui kebutuhan konsumen nantinya, perusahaan juga harus berada dalam posisi yang baik untuk melayani segmen pasar tertentu. Maka, setiap perusahaan nantinya harus membagi pasar totalnya, untuk memilih segmen yang terbaik dan nantinya akan mendapatkan laba. Didalam proses ini terdapat tiga tahap yaitu:

##### a. Segmentasi pasar

Segmentasi pasar adalah suatu proses pengelompokan pelanggan ke dalam kelompok sesuai dengan kebutuhannya, karakteristiknya, atau dari perilakunya yang berbeda-beda.

##### b. Penetapan pasar sasaran

Penempatan pasar sasaran adalah proses untuk mengevaluasi setiap daya tarik segmen pasar dan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki.

##### c. Penentuan posisi pasar

Penentuan posisi pasar adalah mengatur sebuah produk untuk menempati tempat yang jelas, berbeda, dan diinginkan relatif terhadap produk-produk saingan di dalam konsumen sasaran.

## 2. Mengembangkan bauran pemasaran

Untuk membuat keputusan dalam strategi penentuan posisi pasarnya, perusahaan harus merencanakan rincian dari bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran sangat penting di dalam pemasaran modern. Bauran pemasaran adalah suatu perangkat variabel pemasaran yang dapat dikendalikan dan dipadukan perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan di dalam pasar sasaran. Dan bauran pemasaran mempunyai empat kelompok variabel yang dikenal sebagai “4P” : produk, harga, tempat dan promosi.

### a. Produk

Setiap perusahaan harus bisa menentukan produk apa yang menjadi andalannya dan bagaimana cara mengembangkan produk andalannya tersebut.

### b. Harga

Penentuan harga produk sangat menentukan kesuksesan pada saat proses penjualan. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan suatu produk tersebut atau jasa. Dalam bauran pemasaran, dalam bauran pemasaran, harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk.

### c. Tempat

Tempat sangatlah penting pada saat memasarkan produk nantinya, dan tempat yang digunakan pemasaran produk harus banyak dilewati orang atau ramai agar nanti dapat memiliki banyak konsumen.

d. Promosi

Promosi ini sangat penting dalam bisnis agar mendapatkan banyak konsumen dan promosi ini juga bisa dilakukan di sosial media, web, brosur atau yang lainnya agar banyak orang yang tau nantinya..

3. Mengelola upaya pemasaran

Pengelolaan upaya dalam pemasaran harus dilakukan dengan baik agar dapat mencapai tujuan di dalam pasar sasaran. Ini melibatkan empat fungsi manajemen pemasaran yang terdiri dari:

a. Analisis pemasaran

Menganalisis fungsi-fungsi pemasaran harus dilakukan perusahaan dengan baik. Perusahaan harus menganalisis pasar dan lingkungan pemasaran untuk menemukan peluang-peluang yang menarik dan untuk mencegah tantangan di lingkungan.

b. Perencanaan pemasaran

Perencanaan pemasaran harus dilakukan agar perencanaan pemasaran yang sudah di buat berjalan dengan baik. Perencanaan pemasaran mencakup memutuskan strategi-strategi pemasaran dapat membantu perusahaan mencapai seluruh tujuan strategiknya.

c. Implementasi pemasaran

Implementasi pemasaran adalah proses yang mengubah strategi dan rencana pemasaran menjadi tindakan pemasaran dalam rangka mencapai tujuan pemasaran strategik.



## **BAB III**

### **ANALISIS DEKRIPTIF**

#### **3.1 Data Umum**

##### **3.1.1 Sejarah KSPSTAMZIS BINA UTAMA**

Tamzis didirikan oleh sekelompok anak muda terdidik pada tahun 1992 di kecamatan Kertek, Kabupaten Wonosobo-Jawa Tengah. Pengalaman yang hanya sedikit, letak geografis yang berada di tengah-tengah ekonomi yang minim dan modal yang kecil, tidak menurunkan tekad para anak-anak muda untuk mengembangkan dan membangun perekonomian yang lebih adil, luas dan berprinsipkan syariah.

Pada tanggal 14 November 1994, Tamzis mendapat status badan hukum dengan Nomer 12277/B.H/VI/1994 dari Departemen Koprasi. Pada tahun 2013 karena Tamzis memiliki ketekunan, keyakinan, dan kemampuan berkomunikasi dengan baik pada masyarakat, dari situ Tamzis mempunyai banyak nasabah dan Tamzis yang awal mulanya tidak memiliki kantor pusat sekarang menjadi mempunyai kantor pusat, kantor cabang, dan kantor pembantu. Serta mendapat izin dari Departemen Koprasi Republik Indonesia untuk membangun cabang di berbagai kota di Indonesia selain di Wonosobo Jawa Tengah. Saat ini kantor Tamzis berada di beberapa daerah antara lain: Yogyakarta, Jakarta, Bandung, Banyumas, Magelang, Kelaten, Semarang dan nantinya akan terus berkembang di daerah lainnya.

Sebelumnya TAMZIS itu adalah *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) yang fungsinya penghimpun dana, penyaluran dana dan jasa lainnya, dan disebut juga sebagai (KSPS) tetapi seiring dengan perkembangan ekonomi yang semakin pesat dan semakin banyaknya nasabah maka dari itu TAMZIS BINA UTAMA berubah menjadi Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) pada tahun 2016 yang nanti fungsinya tidak hanya melayani simpan pinjam saja tetapi melayani pembiayaan juga.

### 3.1.2 Profil KSPPS TAMZIS BINA UTAMA

Nama : Koperasi Simpan Pinjam dan Lembaga Pembiayaan Syariah (KSPPS)

TAMZIS BINA UTAMA

Motto : “Berkembang Penuh Berkah”

Berdiri : 22 Juli 1992

Badan Hukum : 12277/B.H/XI/1994 14 November 1994

NPWP : 1.606.549.2-524

No. Telp : 0286-326303

Fax : 0286-325064

E-mail : [info@tamzis.com](mailto:info@tamzis.com)/[info@tamzis.co.id](mailto:info@tamzis.co.id)

Website : [www.tamzis.id](http://www.tamzis.id)

### 3.1.3 Visi dan Misi serta Budaya KSPPS TAMZIS BINA UTAMA

Visi KSPPS TAMZIS BINA UTAMA :

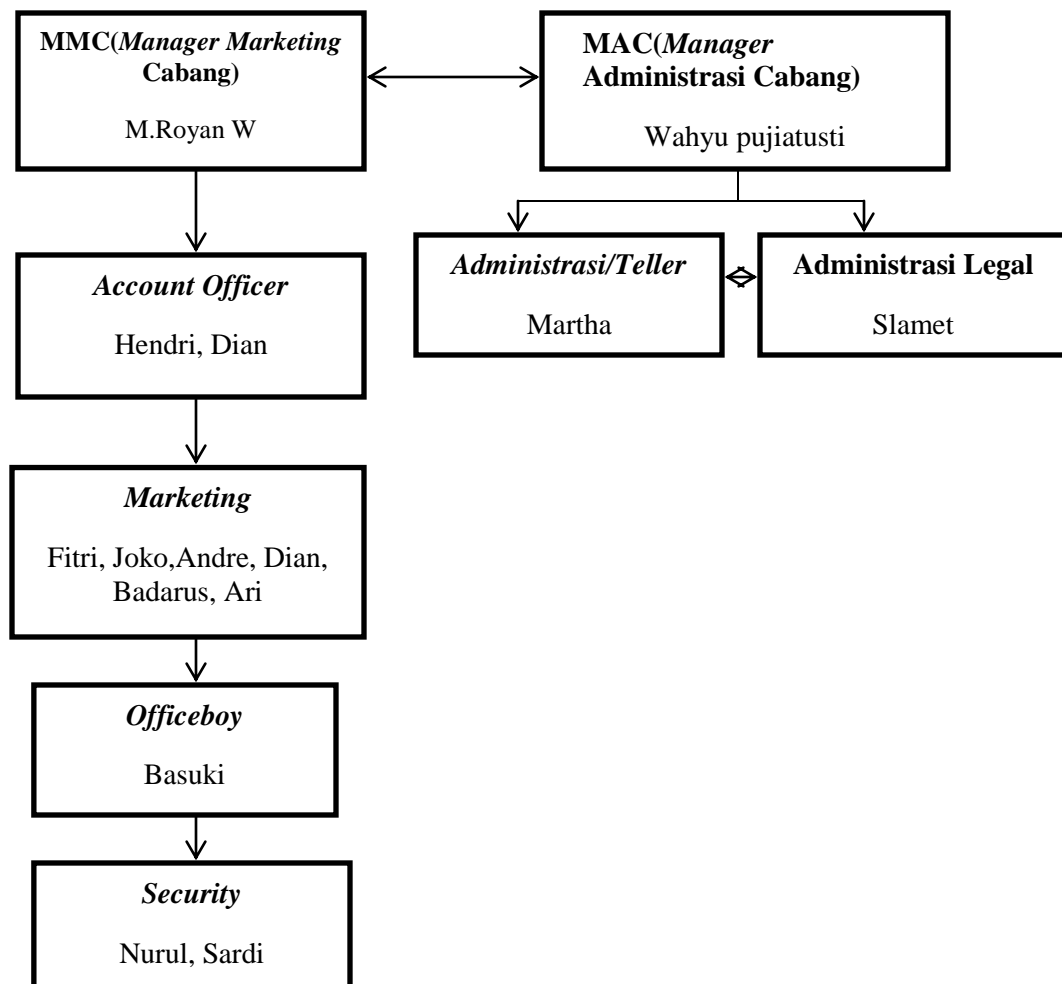
Menjadi lembaga keuangan mikro syariah utama, terbaik dan terpercaya.

Misi KSPPS TAMZIS BINA UTAMA :

1. Dapat memudahkan dan membantu masyarakat dalam mengembangkan kegiatan ekonomi yang produktif.
2. Mendidik masyarakat untuk bertanggungjawab, jujur, bermartabat dan profesional.
3. Menjaga masyarakat dari hal-hal yang mengandung riba atau yang bersifat dilarang oleh agama atau menindas.
4. Mengembangkan dan membangun system ekonomi yang sehat, dan adil sesuai dengan ajaran Islam.
5. Menciptakan sistem kerja yang inovatif dan efisien.

### 3.1.4 Struktur Organisasi KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan

Struktur organisasi yang terdapat pada KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan, Yogyakarta. Sebagaimana yang terdapat pada gambar 3.1



Sumber: KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan, 2018

Gambar 3.1 Struktur organisasi KSPPS TMAZIS BINA UTAMACabang Ahmad

Dahlan, Yogyakarta

### 3.1.5 Produk layanan dan media KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan

KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan mempunyai suatu media untuk memasarkan produknya dengan sebuah kegiatan dan kegiatan tersebut dinamakan *TAMADDUN*

1. Tamaddun adalah Media dari KSPPS TAMZIS BINA UTAMA cabang Ahmad Dahlan yang mempunyai motto “Kasih Sayang untuk Pemberdayaan”

Tujuan Tamaddun adalah untuk menciptakan kesejahteraan dalam masyarakat berdasarkan ekonomi syariah.

Visi dari *Tamaddun* sendiri yaitu menjadi suatu lembaga sosial yang mempunyai inovasi pemberdayaan yang baik.

Misi dari *Tamaddun*:

- a) Membuat kerjasama dengan baik pada pihak-pihak yang visinya sesuai dengan lembaga ini. Membina kualitas sumberdaya insani.
- b) Membangun kesadaran masyarakat tentang ekonomi syariah.
- c) Membina kualitas sumberdaya insani.
- d) Membina masyarakat agar memiliki jiwa mandiri, percaya diri dan jujur.
- e) Dapat menggali potensi masyarakat lokal.

Program yang terdapat di *tamaddun*

a. Bina Siswa Cerdas (BSC)

Program ini dibangun untuk anak-anak yang kurang mampu. Beasiswa ini jika dalam waktu jangka pendek, dapat memberikan beasiswa yang berarti bagi mereka. Namun dalam jangka panjang perlu dibuatkan lembaga pendidikan alternatif yang tidak memungut biaya diluar jangkauan orang-orang yang kurang mampu, serta bisa memberikan jaminan pekerjaan setelah kelulusannya.

b. Sanggar Remaja Inovatif

Usia remaja adalah usia yang dimana usia yang sangat sensitif terhadap berbagai pengaruh atau usia yang ingin mencoba-coba hal yang baru. Kerawanan ini lebih nyata terjadi pada remaja yang orang tuanya kurang mampu. Sanggar ini dibuat untuk membina para remaja dengan cara membina kepribadian atau kedewasaan intelektualnya, emosional, serta spiritualnya. Lewat kegiatan yang menyenangkan dan mengasyikan, kegiatan tersebut bisa dipilih misalnya dengan kelompok musik, kursus bahasa asing, ketrampilan komputer, kerajinan tangan, automotif, bisnis dan sebagainya.

c. Wanita Produktif

Di negara yang sedang berkembang saat ini seperti Indonesia, banyak wanita yang menjadi korban akibat kemiskinan. Wanita harus menanggung beban yang sangat berat contohnya mengandung, melahirkan anak. Namun, karena

penghasilan sang suami yang rendah, terpaksa mereka ikut menanggung beban ekonomi keluarga. Di sisilain banyak potensi alam yang belum dikelola secara optimal. Dengan dukungan jiwa lembut para wanita, alam indonesia bisa di eksplorasi secara optimal. Baik, dengan cara menenun, menganyam serat merupakan sebagian dari contoh produk yang bisa menambah wanita yang kurang mampu.

d. Desa integral

Desa integral adalah pembangunan masyarakat pedesaan belum berjalan optimal dan banyak yang bersifat parsial, masyarakat desa sering hanya menjadi objek pembangunan serta kurang diberikan kesempatan menentukan nasibnya. Masyarakat desa punya hak untuk menjadi orang yang cerdas, kreatif maju dan makmur. Program bermaksud untuk mengajak masyarakat menjadi subjek atas dirinya sendiri. Pembangunan masyarkat ini dilakukan dengan cara menyeluruh dan terintegrasi, meliputi aspek spiritual intelektual, fisik dan ekonomi.

Produk-produk yang terdapat di KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan adalah sebagai berikut:

1. Pembiayaan Mikro Syariah

- a. Diutamakan untuk para pedagang di pasar.
- b. Usaha yang ingin dibiayai sudah berjalan minimal satu tahun.
- c. Menggunakan prinsip *Mudharabah Muqayadah* dan *Murabahah*.

- d. Persyaratan yang mudah, tanpa adanya biaya administrasi.
- e. Pembiayaan diberikan kepada pengusaha mikro sebagai tambahan modal usaha dan investasi.

## 2. Simpanan Mutiara

Mutiara adalah suatu produk simpanan yang dapat diambil sewaktu-waktu sesuai dengan kebutuhan nasabah. Simpanan mutiara ini sangatlah mudah, multiguna dan barokah.

Mudah:

- a. Setoran dan pengambilan dapat dilayani di semua kantor KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan.
- b. Setoran dan pengambilan dapat dilayani di tempat nasabah.

Multiguna:

- a. Tabungan ini sangat cocok untuk para pedagang pasar maupun pedagang diluar pasar.
- b. Simpanan ini juga dapat digunakan untuk pendidikan, walimah, qurban, aqiqah dan haji.

Barokah:

Simpanan ini menggunakan akad *wadiah yad ad damanah*, yang dalam artian KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan menerima titipan barang dari anggota dan kemudian akan disalurkan ke usaha yang produktif.



### 3. *Ijabah*

Kepanjangan dari Ijabah adalah Investasi Berjangka *Mudharabah*

- a. *Ijabah* dikelola berdasarkan prinsip yang adil.
- b. Dan disalurkan untuk membiayai para pedagang dan pengusaha kecil.
- c. Disalurkan hanya untuk kegiatan usaha yang halal.
- d. Perolehan bagi hasil yang menguntungkan dan kompetitif.
- e. *Ijabah* ini juga memudahkan kita dalam bertransaksi.
- f. Berpengalaman kerja lebih dari 16 tahun.
- g. Dan memiliki jaringan tingkat nasional.

### 4. Simpanan Haji

Simpanan haji adalah produk simpanan yang disiapkan KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan untuk membantu anggota membiayai keberangkatan haji dengan cara menabung. Akad yang digunakan dalam produk simpanan haji ini adalah *wadiah muthlaqoh* dan bagi hasil akan diberikan pada tiap bulannya. Dengan setoran awal Rp. 20.000,- dan selanjutnya minimal Rp. 5.000,- dapat disetorkan langsung atau di datangi di rumah atau tempat usaha dan sangat cocok bagi umat islam yang serius untuk mempersiapkan kewajiban haji sedini mungkin.

### 5. Simpanan Pendidikan

Simpanan pendidikan diperuntukan khusus untuk siswa sekolah. Setoran bisa dilakukan setiap saat dan penarikannya hanya boleh dilakukan sekali dalam setahun pada saat pergantian tahun ajaran baru.

## 3.2 Data khusus

### 3.2.1 Persyaratan Pengajuan Pembiayaan Produk *Mudharabah*

Nasabah yang ingin mengajukan pembiayaan *mudharabah* sebelumnya harus memenuhi persyaratan pengajuan pembiayaan *mudharabah* terlebih dahulu agar nantinya pembiayaan yang nasabah ajukan dapat diproses dan analisis terlebih dahulu. Syarat-syarat pengajuannya adalah sebagai berikut :

- a. Calon nasabah pengajuan pembiayaan *mudharabah* harus membawa foto kopi KTP nasabah yang mengajukan suami dan istri, dan jika calon nasabah tersebut belum menikah maka KTP yang dibawa adalah KTP orang tua dan calon nasabah.
- b. Calon nasabah pengajuan pembiayaan *mudharabah* harus membawa foto kopi Kartu Keluarga.
- c. Calon nasabah pengajuan pembiayaan *mudharabah* harus membawa foto kopi Surat Menikah jika sudah menikah.
- d. Calon nasabah pengajuan pembiayaan *mudharabah* harus membawa foto kopi Surat Kematian jika pasangan sudah tidak ada.
- e. Calon nasabah pembiayaan *mudharabah* harus membawa foto copy anggunan. Anggunan ini digunakan sebagai jaminan jika calon nasabah nantinya tidak dapat melunasi hutangnya, nasabah yang meminjam <7.500.000 biasanya tidak menggunakan anggunan, jika peminjamannya

>7.500.000 harus menggunakan anggunan. barang yang dapat dijaminkan adalah:

1. BPKB kendaraan bermotordan kendaran bermobil.
2. Sertifikat tanah.

Persyaratan pengajuan pembiayaan tersebut harus dipenuhi oleh calon nasabah dan setelah sudah lengkap nantinya akan di analisis agar KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlandapat mengetahui apakah calon nasabah tersebut dapat dibiayai atau tidak.

Jika, persyaratan yang di ajukan nasabah atau calon nasabah tidak lengkap maka nantinya pembiayaan yang di ajukan nasabah atau calon nasabah tidak dapat di proses dan dicairkan.

### 3.2.2 Strategi Pemasaran pada KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan

#### a. Promosi

Promosi ini strategi yang harus di lakukan oleh semua perusahaan dan KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan juga melakukan promosi untuk melakukan suatu pemasaran produknya. Promosi ini harus dilakukan agar mendapatkan banyak nasabah, biasanya KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan melakukan promosi ini dengan menaruh produk yang akan di jual atau produk yang sedang unggul di sosial media,

web, brosur atau langsung menawarkannya kepada calon nasabah tersebut pada saat menagih uang angsuran nasabah.

b. *Personal selling*

*Personal selling* ini dilakukan KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan dengan cara *marketing* langsung mendatangi nasabah tersebut atau dengan tatap muka, nantinya *marketing* tersebut akan menjelaskan atau memperkenalkan suatu produk tertentu kepada nasabahnya atau calon nasabahnya sampai nasabah tersebut memahami produk yang sedang di jelaskan dan kemudian nantinya calon nasabah dan nasabah akan tertarik memiliki produk tersebut.

c. Kedekatan

KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan juga melakukan pendekatan kepada setiap nasabahnya agar nantinya nasabah tersebut merasa nyaman terhadap *marketing* yang selalu datang untuk menagih pembayaran pembiayaan, dan pendekatan ini juga tidak hanya dilakukan pada nasabah KSPPS TAMZIS Cabang Ahmad Dahlan saja, tetapi pada pedagang-pedagang yang ada di pasar tersebut dilakukan agar dapat memudahkan kita menarik nasabah baru.

d. Pelayanan

KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan melakukan pelayanan terutama dalam segment pasar tradisional dengan cara mengutamakan komunikasi, keterbukaan, kerjasama dan KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan juga selalu berprinsip bukan nasabah atau calon nasabah yang membutuhkan KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan tapi KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan yang membutuhkan nasabah atau calon nasabah, KSPPS TAMZIS cabnag Ahmad Dahlan juga memberi kepercayaan kepada nasabah atau calon nasabah dengan pembiayaan mikro tanpa angunan jika peminjaman <7.500.000 dan jika >7.500.000 nantinya akan menggunakan angunan, KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan juga akan menjelaskan manfaat dan tujuannya jadi, nasabah atau calon nasabah akan lebih percaya kepada KSPPS TAMZIS BINA UTAMA, dengan kepercayaan tersebut nasabah atau calon nasabah jadi lebih loyal terhadap KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan.

e. Mencoba memahami syariah

*Marketing* KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan memberikan pengarahan tentang prinsip-prinsip syariah, perbedaan syariah dan konvensional, menjelaskan tentang riba apakah haram atau tidak, menjelaskan tentang akad yang dipilih oleh calon nasabah baru, dan menjelaskan tentang bagi hasil itu apa karena biasanya calon nasabah baru

tidak mengerti bagi hasil itu apa. Tujuan dilakukannya pengarahan tersebut yaitu agar para nasabah dan calon nasabah mengerti tentang syariah.

d. *Relationship*

*Relationship* yang dilakukan oleh KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan itu dengan cara nasabah KSPPS TAMZIS Cabang Ahmad Dahlan mengarahkan calon nasabah baru agar datang ke KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan atau nantinya *marketing* akan datang menemui calon nasabah tersebut untuk menjelaskan produk-produk pembiayaan yang nantinya akan dipilih oleh calon nasabah dan *marketing* nantinya juga akan menyarankan calon nasabah dalam memilih produk pembiayaan apa yang sesuai dengan kebutuhan calon nasabah.

Data nasabah yang menggunakan produk pembiayaan *mudharabah* dapat dilihat pada tabel 3.1

Tabel 3.1 Data nasabah yang menggunakan produk pembiayaan *mudharabah*

NO	RATE (dalam rupiah)	JUMLAH (nasabah)
1	< 500.000-1.000.000	3
2	1.000.001-5.000.000	425
3	5.000.001-10.000.000	125
4	10.000.001-15.000.000	8
5	15.000.001-20.000.000	5
6	20.000.001-25.000.000	3
7	25.000.001-30.000.000	
8	30.000.001-35.000.000	1
9	35.000.001-40.000.000	
10	40.000.001-45.000.000	
11	45.000.001-50.000.000	

12	50.000.001-55.000.000	1
13	55.000.001-60.000.000	
14	60.000.001-65.000.000	
15	65.000.001-70.000.000	1
16	70.000.001-75.000.000	
17	75.000.001-80.000.000	
18	80.000.001-85.000.000	
19	85.000.001-90.000.000	
20	90.000.001-95.000.000	
21	95.000.001-100.000.000	1
JUMLAH		572

Sumber: KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan 2018.

Tabel 3.1 adalah jumlah nasabah yang menggunakan produk pembiayaan *mudharabah* sebanyak 572. Nasabah yang paling banyak mengajukan pembiayaan terdapat pada *rate* 1.000.001-5.000.000 sebanyak 425, biasanya nasabah mengajukan pembiayaan dengan *rate* 1.000.001-5.000.000 untuk modal usaha nasabah tersebut dan nasabah tersebut sudah mendapatkan persetujuan dari KSPPS untuk mendapatkan pembiayaan untuk modal usahanya.

Nasabah yang paling besar peminjamannya itu ada di 100.000.000 dan uangnya akan digunakan untuk tambahan modal usahanya, nasabah yang meminjam dengan jumlah besar sesuai dengan kebutuhan usaha nasabah tersebut, biasanya nasabah tersebut usahanya sudah maju dan membutuhkan modal yang besar untuk usahanya.

Nasabah yang paling rendah mengajukan pembiayaan berada di *rate* <500.000-1.000.000 dengan jumlah nasabah tiga. Nasabah dengan pembiayaan

sebesar <500.000-1.000.000 mulai tahun 2018 tidak diberlakukan lagi, minimal peminjaman sebesar 1.000.000.



## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 4.1 Kesimpulan

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan, yaitu:

1. Syarat yang harus dibawa pada saat pengajuan pembiayaan produk *mudharabah* yaitu adalah Membawa foto kopi KTP suami dan istri. Jika belum menikah disertakan foto kopi KTP orang tua dan foto kopi calon nasabah, Membawa foto kopi Kartu Keluarga, Membawa foto kopi Surat Menikah jika sudah menikah, Membawa foto kopi Akta Kematian dan Membawa foto kopi Angunan.

Syarat pembiayaan tersebut harus dilengkapi agar nantinya calon nasabah bisa mendapat pinjaman dari KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan. Jika, calon nasabah tidak membawa persyaratan dengan lengkap maka nasabah tidak akan mendapatkan pinjaman dari KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan.

2. Strategi pemasaran yang digunakan oleh KSPPS TAMZIS Cabang Ahmad Dahlan adalah dengan cara Promosi, *Personal selling*, kedekatan, Pelayanan, Mencoba memahami syariah dan *Relationshi*.

Dengan menggunakan strategi pemasaran tersebut kegiatan pemasaran yang dilakukan KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan dapat berjalan dengan lebih terarah dan efisien. Berjalannya strategi pemasaran pada KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan dengan lebih terarah dan efisien ini, nantinya dapat mempengaruhi dampak yang baik bagi perusahaan dan dapat menarik nasabah untuk ikut serta dalam pengajuan pembiayaan.

#### **4.2 Saran**

1. KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan lebih giat lagi dalam melakukan strategi pemasaran agar KSPPS dapat dikenal masyarakat sehingga masyarakat dapat tertarik untuk menjadi nasabah yang nantinya akan dibiayai oleh KSPPS TAMZIS BINA UTAMA Cabang Ahmad Dahlan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin. 2013. Manajemen pemasaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo persada
- Assari, Sofjan. 2013. Manajmen pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Hart, Norman A dan Stapleton, Jhon. 2005. Kamus Marketing. Jakarta: Bumi Aksara
- Kementrian Negara Koprasi Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 16/Per/M.KUKM/IX/2015. Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Nomer 91/Kep/M.KUKM/IX/2014 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah. Jakarta
- Kotler, Philip & Amastrong, Garry. 1997. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Ridwan, Muhammad. 2004. Manajemen *Baitul Maal Wa Tamwil*. Yogyakarta: UII Press
- Rizky, awalil. 2007. BMT Fakta dan Prospek *Baitul Maal Wat Tamwil*. Yogyakarta: UCY Press
- Solihin, Ismail. 2012. *Managemen Strategic*. Jakarta: PT. Penerbit Erlangga
- Sumarni, Murti. 2002. Manajemen Pemasaran Bank. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta
- Tamzis Bina Utama. 2016. *Company Profile*. Diperoleh 26 April 2018 pada [www.tamzis.com](http://www.tamzis.com)

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1: Surat Keterangan Magang



### SURAT KETERANGAN

Nomor : 011/B/TMZ/SKT/M.006/V/2018

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Abdul Haris  
 Jabatan : Manajer HRD KSPPS Tamzis Bina Utama  
 Alamat kantor : Jl. S. Parman No. 46 Wonosobo 56311 Telp. (0286) 325303

Dengan ini menerangkan bahwa saudara :

Nama : Umara Maharani  
 Tempat, Tgl Lahir : Lamongan, 24 Mei 1997  
 NIM : 15213019  
 Program Study : Perbankan dan Keuangan  
 Institusi : Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

Pernah melakukan Praktek Kerja Lapangan di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Tamzis Bina Utama **Cabang Ahmad Dahlan Yogyakarta**, terhitung sejak tanggal :

**26 Februari s/d 26 Maret 2018**

Demikian surat keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.


Wonosobo, 3 Mei 2018



Manajer HRD  
 KSPPS Tamzis Bina Utama

*Abdul Haris*  
 Abdul Haris

## Lampiran 2 : Formulir Pengajuan Pembiayaan



## DATA ANGGOTA KSPPS TAMZIS BINA UTAMA

---

DATA ANGGOTA:

1. Nama : .....
2. Jenis Kelamin :  Laki-laki     Perempuan
3. Tempat, Tanggal Lahir : .....
4. Agama : .....
5. Nomor Telepon : Rumah:..... HP:.....
6. E-mail : .....
7. Jenis Identitas :  KTP    Nomor :..... Berlaku sampai :.....  
 SIM    Nomor :..... Berlaku sampai :.....
8. Pendidikan Terakhir :  SD     SMP     SMA/SMU     S1     S2     S3
9. Alamat Sesuai Identitas : RT/RW :..... Desa/ Kelurahan :.....  
Kecamatan :..... Kota :.....  
Provinsi :..... Kode Pos :.....
10. Alamat Tempat Tinggal : RT/RW :..... Desa/ Kelurahan :.....  
(Jika alamat berbeda dengan KTP)  
Kecamatan :..... Kota :.....  
Provinsi :..... Kode Pos :.....
11. Kepemilikan Rumah :  Milik sendiri     Milik Orang Tua     Sewa/kontrak  
 Kredit Pemilikan Rumah     Rumah Dinas/perusahaan
12. Nomor NPWP : .....
13. Nama Gadis Ibu Kandung : .....

---

DATA KELUARGA:

1. Status Perkawinan :  Belum Menikah     Menikah     Janda/ Duda
2. Nama Suami/ Istri \*) : .....
3. Tempat, Tanggal Lahir : .....
4. Jenis Identitas :  KTP     PASPOR     KIMS     KITAS
5. Pendidikan Terakhir :  SD     SMP     SMA/SMU     S1     S2     S3
6. Alamat Suami/ Istri : RT/RW :..... Desa/ Kelurahan :.....  
(Jika alamat berbeda dengan KTP)  
Kecamatan :..... Kota :.....  
Provinsi :..... Kode Pos :.....
7. Nomor HP/ Telepon : .....
8. E-mail : .....
9. Penghasilan Kotor/ Bulan :  Dibawah 2 Juta     2,1 s/d 5 Juta     5,1 s/d 10 Juta  
 10 s/d 20 Juta     20 s/d 50 Juta     Diatas 50 Juta

**DATA PEKERJAAN:**

1. Pekerjaan :  Karyawan Swasta  Pegawai Negeri  Wirausaha  Pensiunan  
 TNI  POLRI  Ibu Rumah Tangga  Profesional  
 Mahasiswa/i  Pedagang  Perajin  Petani  
 Lainnya (Tuliskan): .....
2. Nama Perusahaan/ Instansi : .....
3. Alamat Perusahaan/  
Lokasi Usaha : .....
4. Nomor Telepon : .....
5. Nomor Fax : .....
6. Kegiatan/ Bidang Usaha : .....
7. Penghasilan Kotor/Bulan :  Dibawah 2 Juta  2,1 s/d 5 Juta  5,1 s/d 10 Juta  
 10 s/d 20 Juta  20 s/d 50 Juta  Diatas 50 Juta

**KEANGGOTAAN DI TAMZIS:**

1. Anggota TAMZIS Sejak : .....
2. Nomor Induk Anggota : .....
- ( Bisa dibantu Admin )
3. Produk yang diakses :  
a. Jenis Simpanan :  Mutiara  Ijabah  Pendidikan  Kurban  Haji  Umroh  
b. Jenis Pembiayaan :  PIU 1  PIU 2  Haji  Umroh  
c. Baitul Maal :  Muzakki Zakat  Muzakki Infak  Muakif (Wakaf)
4. Sumber Dana/ Penghasilan :  Gaji  Dari Suami/Istri  Pinjaman  Hasil Investasi  
 Hasil Usaha  Orang Tua  Hibah  Uang Sewa  
 Lainnya (Tuliskan): .....

**PERNYATAAN:**

Dengan diisi dan ditandatangani Formulir ini, saya menyatakan:

- Bahwa seluruh data, informasi dan dokumen lampiran yang saya berikan adalah benar.
- Bahwa semua dana yang dititipkan di TAMZIS baik dalam bentuk Simpanan Mutiara, Simpanan Ijabah maupun Penyertaan adalah dana yang diperoleh secara sah menurut hukum agama maupun hukum negara Republik Indonesia.
- Jika dikemudian hari terdapat kekeliruan baik sengaja maupun tidak sengaja, Saya bersedia bertanggungjawab dan membebaskan KSPPS TAMZIS BINA UTAMA dari segala tuntutan hukum.



....., Tanggal....., Bulan ....., Tahun.....

( ..... ) ( ..... )  
Tanda tangan - nama terang Anggota Tanda tangan - nama terang Petugas TAMZIS

**DIISI OLEH PETUGAS:**

No Induk Anggota	No Arsip	Catatan
.....	.....	