

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN
SAHABAT (SIMPANAN USAHA BANYAK
MANFAAT) PADA KSPPS HUDATAMA SEMARANG**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S1 Manajemen

Program Studi Manajemen



Disusun oleh:

Muhammad Mafdafika Akmal

30401800224

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG

2021

SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN SAHABAT (SIMPANAN USAHA BANYAK MANFAAT) PADA KSPPS HUDATAMA SEMARANG

Disusun Oleh:

Muhammad Mafdafika Akmal

NIM : 30401800224

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya
dapat diajukan dihadapan sidang panitia ujian skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 27 juli 2022

Dosen Pembimbing



Prof. Dr. Nunung Ghoniyah, MM

NIK. 0607056203

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN SAHABAT
(SIMPANAN USAHA BANYAK MANFAAT) PADA KSPPS
HUDATAMA SEMARANG**

Disusun Oleh:


**Muhammad Mafdafika Akmal
NIM: 30401800224**


Telah diperiksa dan disetujui oleh pembimbing pada

Semarang, 27 Juli 2022

Pembimbing

Supervisor


Prof. Dr. Nunung Ghoniyah, MM
NIK. 0607056203


Arifatun Nisa, S.E
NIK. 112.11.00062

Penguji I

penguji II


Dr. Moch. Zulfa, MM
NIK. 0616085903


Dr. Alifah Ratnawati, MM
0611106301

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MM
NIK. 210499042

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Madfafa Akmal

NIM : 30401800224

Program studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Universitas : Universitas Islam Sultan Agung

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul "**STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN SAHABAT (SIMPANAN USAHA BANYAK MANFAAT) PADA KSPPS HUDATAMA SEMARANG**" merupakan karya peneliti sendiri dan tidak ada unsur plagiarisme atau duplikasi dari karya orang lain. Pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip berdasarkan cara yang baik sesuai dengan kode etik atau tradisi keilmuan. Peneliti siap menerima sanksi apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran kode etik ilmiah dalam penyusunan penelitian skripsi ini.

Semarang, 27 Juli 2022



Muhammad Madfafa Akmal

NIM 30401800224

PRAKATA

Assalamua'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Alhamdulillah *alamin*, segala puji syukur saya haturkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan kegiatan magang dan dapat menyelesaikan laporan magang yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN SAHABAT (SIMPANAN USAHA BANYAK MANFAAT) PADA KSPPS HUDATAMA SEMARANG”. Tak lupa pula, shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada junjungan nabi agung nabi Muhammad SAW, yang telah membawa pesan pesan kebenaran sehingga pada kita semua sampai hari ini.

Laporan magang ini disusun berdasarkan apa yang telah penulis teliti pada saat magang di KSPPS HUDATAMA Semarang. Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis memohon maaf apabila terdapat kekurangan dalam penulisan maupun isi dari Laporan Magang ini, apabila ada kekeliruan dalam penulisan laporan magang ini segala bentuk kritik dan saran akan dengan senang hati di terima dan di harapkan dapat membantu dalam penulisan laporan selanjutnya agar lebih baik lagi.

Penulis menyadari dalam menyusun tugas akhir ini tidak akan berhasil tanpa dorongan dan dukungan dari berbagai pihak dengan bentuk kontribusi yang diberikan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Drs. Bedjo Santoso, MT PhD., Rektor Universitas Islam Sultan Agung Semarang

2. Prof. Olivia Fachrunnisa, SE, M.Si., PH.D
 3. Bapak Dr. H. Ardian Adhiatma, SE., MM, Ketua jurusan program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung
 4. Dr. Hj. Nunung Ghoniyah, MM, Dosen pembimbing dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir
 5. Khoiridin, S.Pd, M.Si, selaku Direktur KSPPS HUDATAMA Semarang
 6. Kedua Orang Tua yang selalu memberikan dorongan, nasehat, dan doa agar selalu sukses kedepannya.
 7. Karyawan dan Karyawati KSPPS HUDATAMA Semarang yang telah memberikan pengalaman dan ilmu sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini
 8. Sahabat, saudara, dan temen-temen yang telah memberikan semangat, dukungan, saran hingga terselesaikannya tugas akhir ini
 9. Serta pihak yaitu bulek Isti, Nindy, dan Vina yang telah membantu dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
- Akhirnya dengan segala kerendahan hati, semoga laporan magang ini mempunyai arti dan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Amin

Semarang, 03 Agustus 2021



Muhammad Mafdafika Akmal

NIM 30401800224

PEMASARAN PRODUK SIMPANAN SAHABAT (SIMPANAN USAHA BANYAK MANFAAT) PADA KSPPS HUDATAMA SEMARANG

Muhammad Mafdafika Akmal

Nim : 30401800224

Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sutan Agung
Semarang, Indonesia

ABSTRAK

This research was conducted to examine the marketing strategy of SAHABAT savings products (Many Benefit Business Savings) at KSPPS Hudatama Semarang. This study uses descriptive analysis method, namely by providing a general description of an object of research based on the data obtained and then processed and analyzed according to the research objectives. This study aims to explain and provide an overview of product marketing strategies, advantages and operational procedures for SAHABAT savings (Many Benefit Business Savings) at KSPPS Hudatama. The results of this study prove that the marketing strategy used by KSPPS Hudatama Semarang in selling its products is the marketing mix, namely: Product, Price, Place and Promotion.

Keywords: *Marketing Strategy, SAHABAT Savings*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji strategi pemasaran produk tabungan SAHABAT (Tabungan Usaha Banyak Manfaat) di KSPPS Hudatama Semarang. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif yaitu dengan memberikan gambaran umum suatu objek penelitian berdasarkan data yang diperoleh kemudian diolah dan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan memberikan gambaran tentang strategi pemasaran produk, keunggulan dan prosedur operasional tabungan SAHABAT (Tabungan Usaha Banyak Manfaat) di KSPPS Hudatama. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa strategi pemasaran yang digunakan KSPPS Hudatama Semarang dalam menjual produknya adalah bauran pemasaran yaitu: Product, Price, Place dan Promotion.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Tabungan SAHABAT

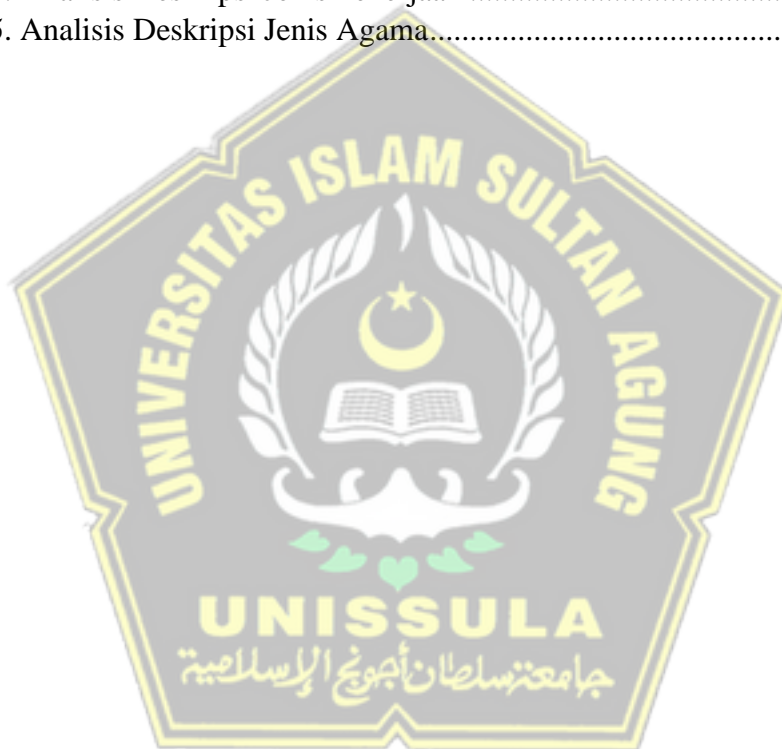
DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
PRAKATA.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Magang.....	5
1.3 Sistematika Laporan.....	6
BAB II.....	8
PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG.....	8
2.1 Profil Organisasi	8
2.1.1 Sejarah pendirian KSPPS Hudatama	8
2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	9
2.1.3 Struktur Organisasi	9
2.1.4 Kepengurusan KSPPS Hudatama	14
2.1.5 Informasi dan Pelayanan.....	16
2.1.6 Syarat Menjadi Anggota KSPPS.....	17
2.1.7 Produk – Produk KSPPS Hudatama	18
2.2 Aktivitas Magang.....	30
BAB III	34
INDENTIFIKASI MASALAH.....	34
BAB IV	37
KAJIAN PUSTAKA.....	37
4.1 Pengertian Pemasaran	37
4.2 Strategi pemasaran.....	37
4.3 Teori Keunggulan Bersaing	42
BAB V	44

ANALISIS DAN PEMBAHASAN	44
5.1. Analisis Data.....	44
5.1.1. Jenis Penelitian.....	44
5.1.2. Sumber Data Penelitian.....	44
5.2. Metode Analisis Data.....	45
5.3. Analisis Deskripsi Anggota KSPPS Hudatama	46
5.3.1. Analisis Deskripsi Jenis Kelamin Anggota.....	46
5.3.2. Analisis Deskripsi Tingkat Pendidikan Anggota	47
5.3.5. Strategi Pemasaran Produk Simpanan SAHABAT KSPPS Hudatama	49
5.4. Prosedur Operasional dan Keunggulan Produk Simpanan SAHABAT KSPPS Hudatama	60
BAB VI.....	65
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	65
6.1 Kesimpulan	65
6.2 Rekomendasi.....	68
6.2.1 Rekomendasi hasil	68
6.2.2 Rekomendasi tempat magang	68
6.2.3 Rekomendasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.....	69
BAB VII.....	71
REFLEKSI DIRI.....	71
7.1 Hal Positif Selama Perkuliahan Yang Bermanfaat Selama Magang.....	71
7.2 Manfaat Kegiatan Magang Terhadap Pengembangan Soft-Skills Mahasiswa	72
7.3 Manfaat Kegiatan Terhadap Kemampuan Kognitif Mahasiswa.....	73
7.4 Kunci Sukses Dalam Bekerja.....	73
7.5 Rencana Perbaikan/Pengembangan Diri, Karir, Dan Pendidikan Selanjutnya	73
DAFTAR PUSTAKA	75
DAFTAR LAMPIRAN.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kegiatan Magang	30
Tabel 2. Analisis Deskripsi Jenis Kelamin	51
Tabel 3. Analisis Deskripsi Tingkat Pendidikan.....	51
Tabel 4. Analisis Deskripsi Jenis Pekerjaan	52
Tabel 5. Analisis Deskripsi Jenis Agama.....	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Formulir Permohonan Magang.....	77
Lampiran 2. Lembar Penilaian Ujian Laporan Magang.....	78
Lampiran 3. Daftar Hadir Peserta Magang MB-KM	84
Lampiran 4. catatan Harian (Log Book) Peserta Magang Perusahaan	88
Lampiran 5. Proses Pembimbingan Laporan Magang DPL.....	105
Lampiran 6. Proses Pembimbingan Laporan Magang DS	106



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman yang sangat pesat ini saat ini dan pada tahun ini Perekonomian Indonesia sedang mengalami masa-masa sulit akibat wabah penyakit yang disebut COVID-19 yang terjadi pada awal tahun 2021 dan sampai sekarang belum mengalami pemulihan secara total. Dan banyak perusahaan dan usaha masyarakat yang gulung tikar dikarenakan menderita kerugian dan tidak bisa bertahan dalam perekonomian seperti ini. Berdasarkan data dari laporan Badan Pusat Statistik (BPS) menyebutkan bahwa pertumbuhan ekonomi sejauh ini telah turun sebesar 5,32% sejak pandemi COVID-19. Kerugian ekonomi ini tidak hanya dirasakan oleh badan usaha saja namun juga dirasakan oleh masyarakat sebagai pekerja, sehingga para pekerja banyak yang mengalami pemutusan hubungan kerja dengan perusahaan akibatnya masyarakat mengalami penurunan ekonomi karena kehilangan pekerjaan. Kondisi ini merata diseluruh Indonesia tak terkecuali di Semarang sehingga banyak sekali usaha usaha yang gulung tikar akibat wabah penyakit ini oleh karena itu menjadi Salah satu strategi yang dilakukan oleh KSPPS Hudatama guna menjangkau konsumen dengan cara penerapan sistem simpanan dan pembiayaan dengan fasilitas yang menguntungkan bagi masyarakat.

Untuk menstabilkan perekonomian masyarakat, banyak lembaga keuangan yang telah meluncurkan inovasi produk keuangannya agar mempunyai posisi yang strategis dalam mengembangkan ekonomi masyarakat kelas bawah. Sehingga Lembaga keuangan mikro kecil menengah seperti Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) beroperasi yang berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem keuangan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan perusahaan, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan. BMT menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi, perbankan syariah menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat diminati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali (Ridwan, 2004: 25).

Perbankan Syariah merupakan salah satu lembaga keuangan yang bergerak di perbankan di mana dalam kegiatan operasionalnya menggunakan prinsip prinsip syariah dengan mengedepankan terhindar dari sistem bunga (riba). Pada umumnya kegiatan utama perbankan syariah berupa penghimpunan dana masyarakat dan di salurkan untuk pembiayaan lainnya, sedangkan perusahaan mengambil keuntungan dengan sistem bagi hasil. Baitul Mal wal Tamwil (BMT) merupakan salah satu lembaga ekonomi dan keuangan yang dikenal luas pada masa-masa awal. Bait al maal yang berkembang pada masa-masa Kejayaan Islam berfungsi sebagai institusi

keuangan publik, yang oleh sebagian pengamatan ekonomi disejajarkan dengan lembaga yang menjalankan fungsi perekonomian moderen, bank sentral. Lembaga keuangan publik ini berhubungan dengan ketentuan, pemeliharaan, dan pembayaran dari sumber-sumber yang dibutuhkan untuk memenuhi fungsi-fungsi publik dan pemerintah. Lembaga baitul mal ini berkembang bersamaan dengan pengembangan masyarakat muslim dan pembentukan negara Islam (masyarakat Madani) oleh Rosulullah SAW kala itu. Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang mulai banyak diminati masyarakat Indonesia. Masyarakat mulai menyadari bahwa lembaga keuangan berbasis syariah sangat penting di negara ini, karena mayoritas penduduk yang beragama Islam. Semakin banyaknya peminat lembaga keuangan berbasis syariah seperti BMT, menyebabkan semakin banyak berdirinya lembaga keuangan tersebut. Hal tersebut menimbulkan persaingan yang ketat dalam mencari pelanggan atau anggota. Oleh karena itu, strategi pemasaran sangat diperlukan untuk menghadapi persaingan tersebut dalam memenuhi kebutuhan anggota yang berbeda-beda (Ridwan, 2004: 126). Dalam memasuki pasar yang pasarnya lebih dominan diduduki oleh perbankan konvensional yang mempraktekkan konsep bunga (riba) pada setiap produk yang ditawarkan.

Pemasaran merupakan bagian dari proses penjualan hasil produksi barang atau jasa dengan tujuan memberi data menimpa benda ataupun jasa untuk kebutuhan manusia. Manajemen pemasaran selaku seni serta ilmu memilih pasar target serta memperoleh, mempertahankan, serta

meningkatkan pelanggan melalui menghasilkan, mengantarkan, serta mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Pemasaran merupakan suatu seni, sebab obyek pemasaran merupakan manusia, dimana setiap orang memiliki kepribadian/ kemauan berbeda, sehingga di butuhnya seni komunikasi, seni pendekatan serta seni rayuan yang berbeda beda agar manusia tertarik dengan apa yang kita pasarkan. Strategi marketing mix, segmenting, targetting dan positioning disepakati oleh pakar-pakar ekonomi khususnya dibidang pemasaran bahwa *marketing mix, segmenting, targetting* dan *positioning* merupakan salah satu elemen terpenting dalam pemasaran. Keadaan pasar yang selalu berubah-ubah mengharuskan Divisi *Marketing* pada KSPPS Hudatama untuk selalu memperbarui strategi pemasarannya. Strategi pemasaran akan dapat ditentukan dan dilaksanakan apabila Divisi *Marketing* dapat mengidentifikasi pasar yang akan dimasukinya melalui marketing mix, segmenting, targetting, positioning. Dalam hal penghimpunan dana diperlukan sumber daya manusia yang berkualitas dan strategi yang terbaik untuk menawarkan produk tabungan kepada calon anggota BMT Hudatama. Strategi yang diambil KSPPS Hudatama adalah dengan memasarkan produk tabungan sahabat yang banyak diminati masyarakat karena pelayanan yang baik dan tabungan yang terjamin pada produk tabungan sahabat ini juga tidak dikenakan biaya admin dan bunga perbulannya sehingga sangat diminati oleh masyarakat. bentuk layanan syariah di KSPPS Hudatama Semarang alalah layanan penyimpanan uang berbentuk simpanan SAHABAT. Namun perlu pendalaman apakah akad

yang digunakan di KSPPS Hudatama ini benar-benar murni syariah, dengan prinsip bagi hasil yang adil. Simpanan SAHABAT ini dibuat untuk kemaslahatan masyarakat bagi yang ingin menyisihkan pendapatannya dan menyimpan di KSPPS Hudatama. Sahabat (simpanan usaha banyak manfaat) merupakan simpanan sukarela anggota dengan akad wadiah yad-dlomanah yang bisa diambil sewaktu-waktu dan mendapatkan bagi hasil setiap bulan. Dalam hal ini masih banyak masyarakat yang belum mengetahui dan mengerti akan produk dan prosedur oprasional sahabat ini, sehingga harus adanya keunggulan yang dapat menarik minat masyarakat agar dapat mengenal produk ini di KSPPS Hudatama. Selain itu juga masih ada yang belum memahami apa itu produk sahabat di KSPPS Hudatama Semarang

Dari uraian di atas maka penulis bermaksud untuk mengkaji lebih dalam mengenai bagaimana strategi pemasaran untuk meningkatkan tabungan simpanan sahabat KSPPS Hudatama Semarang.

1.2 Tujuan Magang

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis strategi pemasaran produk SAHABAT (Simpanan Usaha Banyak Manfaat) di KSPPS Hudatama Semarang
2. Untuk menganalisis keunggulan produk SAHABAT (Simpanan Usaha Banyak Manfaat) dan prosedur oprasional produk Simpanan SAHABAT di KSPPS Hudatama Semarang.

1.3 Sistematika Laporan

Bab I Pendahuluan, menjelaskan secara umum tentang kegiatan magang, permasalahan dan tujuan magang, serta menjelaskan sistematika laporan yang ditulis dalam laporan.

a. Latar belakang dan tujuan magang

Menguraikan alasan dari topik yang dipilih dalam laporan magang disertai dengan tujuan proses magang yang dilaksanakan

b. Sistematika laporan

Menguraikan bab dan sub-bab yang terdapat dalam laporan magang

Bab II Gambaran Umum Perusahaan Dan Aktivitas Magang

- a) Mengulas tentang kondisi umum KSPPS Hudatama Semarang, sejarah berdirinya KJKS BMT Hudatama Semarang, struktur organisasi, dan produk-produk KSPPS Hudatama Semarang.
- b) Menguraikan teori yang dapat digunakan untuk membahan masalah penting yang dipilih.

Bab III Identifikasi Masalah

Mengidentifikasi masalah yang muncul dan memilih beberapa masalah yang paling penting untuk dipecahkan.

Bab IV Kajian Pustaka

Menguraikan teori yang dapat digunakan untuk membahas masalah penting yang dipilih.

Bab V Analisis Dan Pembahasan

Menguraikan kembali masalah penting yang menjadi topik pembahasan.

Bab VI Kesimpulan Dan Rekomendasi

Menjelaskan kesimpulan yang dihasilkan dari analisis permasalahan yang ada. Serta memberikan rekomendasi tentang hal hal yang perlu diperbaiki organisasi tempat magang terhadap permasalahan yang ada dan program studi terhadap kelemahan kontribusi mahasiswa saat magang.

a) Kesimpulan

Menyimpulkan pendapat tentang masalah yang dianalisis

b) Rekomendasi

Rekomendasi tentang hal hal yang perlu diperbaiki perusahaan

Bab VII Refleksi Diri

Memberikan jabaran tentang hal hal positif yang diterima selama perkuliahan yang bermanfaat terhadap pekerjaan selama magang. Serta penjabaran tentang manfaat magang terhadap pengembangan softskill yang didapatkan

BAB II

PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG

2.1 Profil Organisasi

2.1.1 Sejarah pendirian KSPPS Hudatama

KSPPS Hudatama didirikan pada tanggal 2 Oktober 1998 atas inisiatif remaja dan takmir Masjid Al Huda yang pada awalnya berbentuk Koperasi Serba Usaha (KSU) yang mengelola unit simpan pinjam pola syariah dan waserda (warung serba ada).

Seiring dengan perkembangannya, pada tahun 2005 perusahaan memilih untuk fokus ke unit simpan pinjam syariah karena dapat lebih banyak membantu pemberdayaan umat dan pada tahun 2012 perusahaan melakukan perubahan badan hukum menjadi Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) BMT Hudatama dengan tingkat cakupan wilayah Provinsi Jawa Tengah.

Adanya regulasi baru pada tahun 2016 ini, maka perusahaan melakukan penyesuaian dengan melakukan perubahan badan hukum menjadi Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS). KSPPS Hudatama memberikan layanan keuangan dengan prinsip syariah, yaitu simpanan dan pembiayaan (baitul tamwil) serta pengelolaan dana sosial (baitul maal).

Pada tahun 2012 perusahaan memperluas wilayah kerja menjadi tingkat provinsi. Sampai dengan tahun 2015 kami sudah memiliki 5 kantor

cabang tamwil dan 1 kantor maal untuk melayani kebutuhan masyarakat di wilayah Semarang dan sekitarnya.

2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi:

Membanggakan dan menyejahterakan umat

Misi:

1. Melayani dengan amanah dan professional
2. Melaksanakan tata kelola koperasi syariah yang sehat
3. Memberdayakan potensi umat
4. Meningkatkan pendapatan anggota
5. Meningkatkan ketaqwaan, kompetensi dan kesejahteraan karyawan

2.1.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah gambaran hubungan antara individu/ bagian atau divisi yang menunjukkan hierarki dan pola hukum. Ini juga diartikan sebagai suatu cara atau sistem dari aktivitas-aktivitas untuk mengurus dalam suatu usaha dalam mencapai tujuan tertentu. Oleh karena itu dalam melakukan aktifitasnya KSPPS BMT Hudatama sesuai dengan struktur organisasi yang ada agar dapat mencapai tujuan. Uraian kerja antar bagian pada perusahaan sehubungan dengan proses pemberian pembiayaan adalah sebagai berikut:

1. Pengurus

Pengurus mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. Menyelenggarakan Rapat Anggota Tahunan. (RAT)
- b. Mengajukan rencana kerja (RK) dan rencana anggaran pendapatan dan belanja (RAPB) KSPPS untuk dimintakan persetujuan dalam rapat anggota.
- c. Menerima laporan keuangan yang dapat dipertanggungjawabkan pelaksanaan tugas yang dijalankan Direktur Utama setiap bulan.
- d. Memutuskan penerimaan dan penolakan calon anggota baru serta memperhatikan anggota sesuai dengan ketentuan dalam anggaran dasar.
- e. Memelihara kerukunan diantara anggota dan mencegah segala hal yang menyebabkan perselisihan.

2. Pengawas

Pengawas mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. Memberikan penilaian terhadap keputusan-keputusan kegiatan KSPPS.
- b. Mengawasi dan menjaga agar pelaksanaan operasional KSPPS sesuai dengan ketentuan, arah, dan kebijakan yang telah ditetapkan rapat anggota.
- c. Memberikan saran atau pendapat kepada pengurus dan pengelola atau manager untuk pengajuan KSPPS.
- d. Melakukan pemeriksaan (audit) terhadap pengelola KSPPS.
- e. Membuat hasil laporan pengawasan KSPPS kepada rapat anggota.

3. Pengawas Syariah

Pengawas syariah mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. Membantu terlaksananya pendidikan anggota yang dapat meningkatkan kualitas aqidah, syariah dan akhlaq anggota.
- b. Memastikan tata laksana manajemen dan pelayanan sesuai dengan syariah.
- c. Memastikan produk dan jasa KJKS sesuai dengan syariah.

4. Direktur Utama

Direktur Utama mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. Membina dan menjaga hubungan baik atau kerja sama secara positif dengan lembaga terkait baik instansi maupun swasta.
- b. Memberikan arahan dan bimbingan terhadap staff yang dibawahnya.
- c. Menjaga agar KSPPS dapat mencapai target kuantitatif dan kualitatif serta mampu memberikan tingkat pelayanan yang tinggi dengan tetap menjaga segala risiko.
- d. Mengembangkan kemampuan diri maupun staff yang dibawahnya melalui program pelatihan dan pengembangan terencana.

5. Kepala Cabang

Kepala Cabang mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. Menyusun laporan baik operasional maupun keuangan secara rutin dan periodik.
- b. Melakukan koordinasi dan pengawasan terhadap staf dalam melaksanakan tugas-tugasnya.

c. Menyusun target-target operasional secara sistematis dan terukur.

6. Kabag Pembiayaan

Kabag Pembiayaan mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. Mengembangkan kemampuan diri melalui training internal maupun eksternal.
- b. Melakukan proses pembiayaan sesuai standard operasional prosedur (SOP) yang berlaku.
- c. Melakukan koordinasi dan pengawasan terhadap staf dalam melaksanakan tugas-tugasnya.

7. Kabag Operasional Kabag Operasional mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. Mengatur cash flow.
- b. Mengadministrasikan jaminan.
- c. Melakukan koordinasi dan pengawasan terhadap staf dalam melaksanakan tugas-tugasnya.

8. Administrasi

Administrasi mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. Memonitor pengadaan alat tulis kantor, barang barang percetakan dan peralatan kantor lainnya.
- b. Melakukan proses pencairan pembiayaan.
- c. Mencatat data pembiayaan yang disetujui maupun yang tidak disetujui

9. Teller

Teller mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. Memberikan pelayanan kepada anggota baik penarikan maupun penyetoran.
- b. Menghitung keadaan keuangan atau transaksi setiap hari.
- c. Mengatur dan menyiapkan pengeluaran uang tunai baik pembiayaan ataupun simpanan yang telah disetujui oleh manajer.
- d. Membuat laporan transaksi harian.
- e. Mengirim dan menyerahkan laporan transaksi kebagian administrasi dan keuangan.
- f. Mencatat data pembiayaan yang disetujui maupun yang tidak disetujui.

10. Account Officer

Tugas Account Officer mempunyai tugas sebagai berikut:

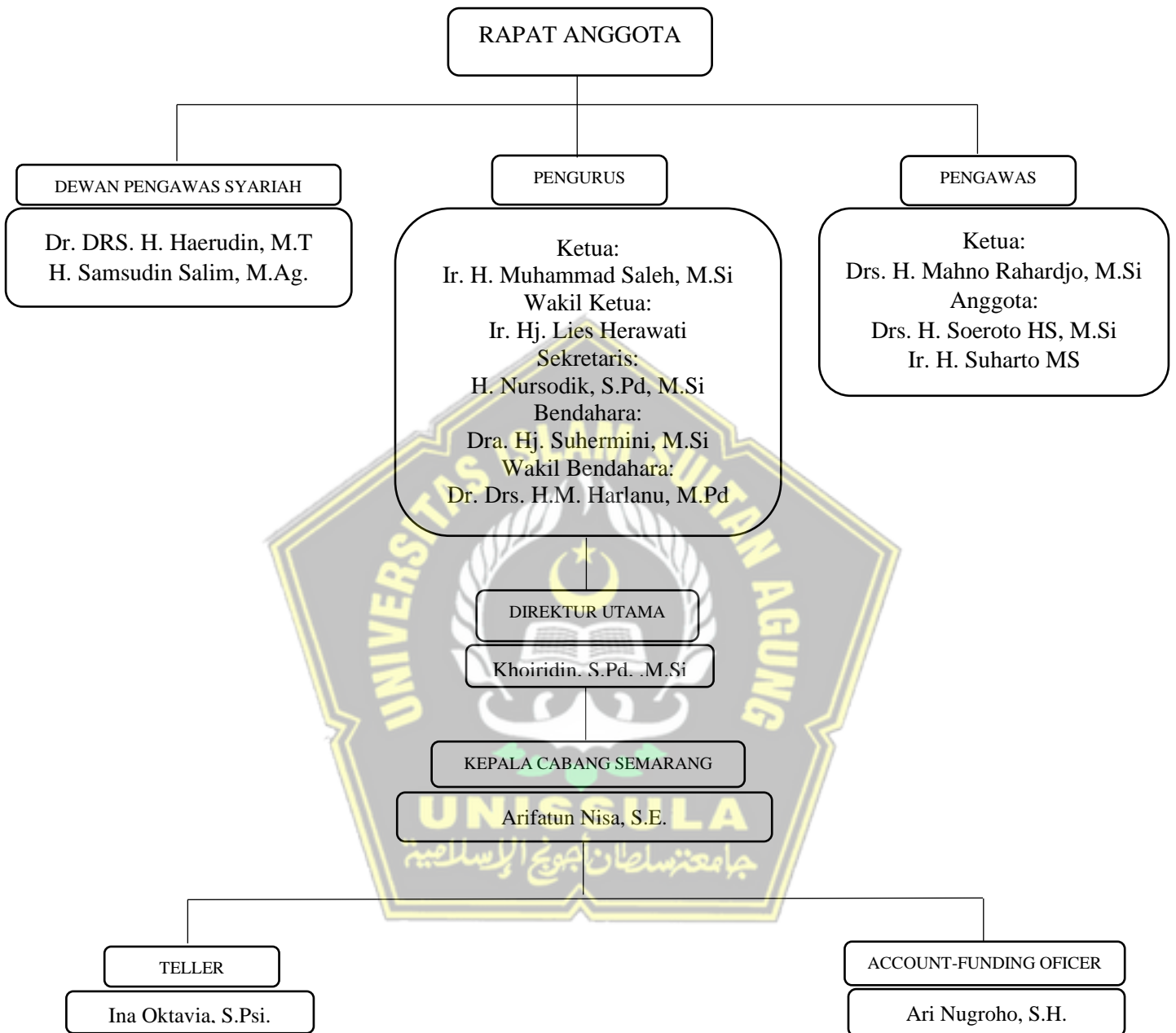
- a. Membuat terobosan mencari sumber dana alternatif.
- b. Membuat atau mengevaluasi produk KSPPS agar sesuai dengan kebutuhan pasar.
- c. Menyusun strategi sosialisasi, promosi, untuk meningkatkan penjualan produk.
- d. Menagih angsuran yang terlambat membayar.

11. Surveyor

Surveyor mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan data dan dokumen pemohon pembiayaan.
- b. Melakukan survey terhadap calon penerima pembiayaan.

2.1.4 Kepengurusan KSPPS Hudatama



DEWAN PENGAWAS

Ketua : Drs. H. Mahno Rahardjo, M.si

Anggota : Drs. H. Soeroto HS, M.Si

: Ir. H. Suharto MS

DEWAN PENGAWAS SYARIAH

1. Dr. Drs. H. Haerudin, M.T

2. H. Samsudin Salim, S. Ag, M.Ag

PENGURUS

Ketua : Ir. H. Muhammad Saleh, M.Si

Wakil Ketua : Ir. Hj. Lies Herawati

Sekretaris : H. Nursodik, S.Pd, M.Si

Bendahara : Dra. Hj. Suhermini, M.Si

Wakil Bendahara : Dr. Drs. H.M. Harlanu, M.Pd

PENGELOLA

Direktur Utama : Khoiridin, S.Pd, M.Si

Manager Operasional : Bancol, S.E

Manager Pemasaran : Robi Aryanto, S.E

Kabiro pengendalian Internet dan IT : Bubun Hoerudin, S.E, M.M

Kepala Bidang Maal	: Indah Kusumastuti, A.Md Kom
Kepala Bidang Remedial (pj)	: Dayanaji Gati P., S.E
Kepala Bidang SDM	: Amelia Nuralata, S.T, M.M
Kepala Cabang Utama Sampangan	: Hani'am Mari'a, S.E
Kepala Cabang Mangkang (Plt.)	: Ahmad Munadin, S.E.I
Kepala Cabang Tembalang	: Yuni Rahmawati, S.E
Kepala Cabang Semarang Barat	: Arifatun Nisa, S.E
Kepala Cabang Gunung Pati (Plt.)	: Syarifudin

2.1.4 Data Legalitas

Berdiri	: 2 Oktober 1998
Kelembagaan	: Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah (KSPPS)
Pengesahan Akta Pendirian	: 0233/BH/kwk.11-30/III/1999 tanggal 25 Maret 1999
Pengesahan Perubahan	: 018/PAD/XIV/I/2016 tanggal 27 Januari 2016
ID Koperasi	: 3374040049
NPWP	: 1.997.283.5-517.000

2.1.5 Informasi dan Pelayanan

Kantor Pusat	: Jl. Tumpang Raya No. 93 Semarang Telp (024) 76423799
Cabang Utama	: Jl. Tumpang Raya No. 93 Semarang Telp (024) 76423799 / 0815-7890-0462
Cabang Mangkang	: Jl. Urip Sumoharjo KM. 15 Semarang (Depan Pasar Mangkang) Telp (024) 84310089 / 0851-0099-3018
Cabang Tembalang	: Jl. Sambiroto Raya Kav. 3 Semarang (Ruko Green Sambiroto) Telp (024) 76746640 / 0815-7890-0464
Cabang Semarang Barat	: Jl. Abdurrahman Saleh 226D (Depan Rumdin Walikota) Telp (024) 76430750 / 0815-7890-0465
Kantor Cabang Gunung Pati	: Jl. Banaran Raya (Dekat Unnes) Telp (024) 86455467 / 0815-7890-0466

2.1.6 Syarat Menjadi Anggota KSPPS

Untuk mendapatkan layanan KSPPS Hudatama adalah dengan menjadi “ANGGOTA” dengan syarat:

1. Mengisi formulir permohonan menjadi anggota
2. Melampirkan Foto copy identitas (KTP/SIM)
3. Membayar setoran sesuai ketentuan

2.1.7 Produk – Produk KSPPS Hudatama

1. SiHajraoh (Simpanan Haji Dan Umroh)

Keuntungan dan fasilitas:

- a. Bebas biaya administrasi bulanan
- b. Bonus menarik
- c. Setoran awal dan saldo minimal hanya Rp 100.000,-
- d. Setiap anggota penyimpanan akan memperoleh bukti kepemilikan berupa buku simpanan dari KSPPS Hudatama
- e. Transaksi penyetoran dapat dilakukan setiap saat melalui teller kantor cabang KSPPS Hudatama dan penarikan hanya dapat dilakukan untuk pembayaran Haji dan Umroh

Persyaratan menjadi ANGGOTA KSPPS Hudatama dengan cara:

- a. Mengisi formulir permohonan
- b. Menyerahkan copy identitas diri KTP atau SIM yang masih berlaku
- c. Membayar setoran sesuai ketentuan

2. Sahabat (Simpanan Usaha Banyak Manfaat)

Adalah simpanan sukarela anggota dengan akad wadiah yad-dlomanah yang bisa diambil sewaktu-waktu dan mendapatkan bonus setiap bulan anggota akan mendapatkan buku simpanan saldo minimum Rp 10.000 dan administrasi penutupan rekening Rp 2.000. Setoran awal Rp 10.000.

Keuntungan dan fasilitas:

- a. Bebas biaya administrasi bulanan
- b. Bonus menarik
- c. Setoran awal dan saldo minimal hanya Rp 10.000,-
- d. Setiap saldo endapan Rp. 500.000,- berhak mendapatkan 1 point undian
- e. Setiap anggota penyimpanan akan memperoleh bukti kepemilikan berupa buku simpanan dari KSPPS Hudatama
- f. Transaksi penyetoran dan penarikan tunai dapat dilakukan setiap saat melalui teller kantor cabang KSPPS Hudatama

Persyaratan menjadi ANGGOTA KSPPS Hudatama dengan cara:

- a. Mengisi formulir permohonan
- b. Menyerahkan copy identitas diri KTP atau SIM yang masih berlaku
- c. Membayar setoran sesuai ketentuan

Program SHBB (Sahabat Hudatama Berbagi Berkah)

Adalah program bentuk apresiasi hudatama kepada seluruh anggota simpanan sahabat melalui pengundian point simpanan yang diperoleh melalui saldo yang mengendap pada saat bulan pengundian

Syarat dan ketentuan:

Saldo endapan minimal Rp. 500.000 mendapatkan point (berlaku kelipatan)

- a. Pengundian program dilakukan 2x dalam satu tahun dengan hadiah utama diundi pada periode ke 2
- b. Jumlah point yang diundi berdasarkan saldo endapan terakhir pada bulan pengundian
- c. Pengundian tidak berlaku bagi karyawan dan keluarga langsung karyawan (anak dan istri/suami)

3. SimPoni (Simpanan Perjalanan Rohani)

Simpanan dengan akad wadiah dlomanah untuk rencana perjalanan kerohanian (ziarah) maupun wisata adapun pelaksanaan untuk tahun 2020 akan diadakan wisata menuju Pacitan.dengan destinasi wisata:

- a. Pantai klayar
- b. Goa gong
- c. Pusat oleh – oleh

Keuntungan dan fasilitas:

- a. Simpanan sebesar Rp. 30.000,-/bulan
- b. Bus executive, makan 1x, snack 1x, kaos
- c. Tiket masuk tempat wisata
- d. Doorprize
- e. Berangkat 8 november 2020
- f. Setiap anggota penyimpanan akan memperoleh bukti kepemilikan berupa buku simpanan dari KSPPS Hudatama.

- g. Transaksi penyetoran dapat dilakukan setiap saat melalui teller kantor cabang KSPPS Hudatama.

Persyaratan menjadi ANGGOTA KSPPS Hudatama dengan cara:

- a. Mengisi formulir permohonan
- b. Menyerahkan copy identitas diri KTP atau SIM yang masih berlaku
- c. Membayar setoran sesuai ketentuan

4. Sirencana (Simpanan Rencana)

Sirencana adalah simpanan dengan akad wadiah yaddlomanah yang bertujuan untuk membantu anggota untuk mewujudkan cita-citanya, misalnya: sekolah anak, persiapan pensiun, umroh, haji, kepemilikan rumah, dan lain - lain.

Keuntungan dan Fasilitas

- a. Bebas biaya administrasi bulanan
- b. Bonus menarik
- c. Setoran awal dan saldo minimal hanya Rp 10.000,-
- d. Setiap Anggota penyimpanan akan memperoleh bukti kepemilikan berupa buku simpanan dari KSPPS Hudatama
- e. Transaksi penyetoran dan penarikan tunai dapat dilakukan setiap saat melalui teller kantor cabang KSPPS Hudatama.

Persyaratan menjadi ANGGOTA KSPPS Hudatama dengan cara:

- a. Mengisi formulir permohonan

- b. Menyerahkan copy identitas diri KTP atau SIM yang masih berlaku
- c. Membayar setoran sesuai ketentuan

5. SiSuka (Simpanan Sukarela Berjangka)

Simpanan yang dirancang untuk investasi jangka panjang atau orang awam biasanya mengenal sebagai deposito. Jangka waktu minimal 3 bulan dengan setoran minimal Rp 1.000.000 dan akan mendapatkan bukti warkat serta souvenir selama persediaan masih ada

Keuntungan dan fasilitas

- a. Mendapatkan bagi hasil
- b. Dapat dijadikan sebagai jaminan pembiayaan
- c. Bagi hasil dapat ditransfer ke rekeing simpanan atau menambah pokok simpanan
- d. Pada saat jatuh tempo dapat diperpanjang secara otomatis (automatic Roll Over/ARO) atau tidak otomatis (Non ARO)
- e. Tersedia dalam berbagai pilihan jangka waktu sesuai dengan kebutuhan anda yaitu 3, 6 atau 12 bulan

Persyaratan menjadi ANGGOTA KSPPS Hudatama dengan cara:

- a. Mengisi formulir permohonan
- b. Menyerahkan copy identitas diri KTP atau SIM yang masih berlaku
- c. Membayar setoran sesuai ketentuan

6. Sisuqur (Simpanan Sukarela Qurban)

Simpanan dengan akad Wadiah yad-dlomanah yang dipersiapkan untuk mempersiapkan ibadah Qurban dan hanya bisa ditarik saat bulan Dzulhijjah.

Keuntungan dan fasilitas:

- a. Bebas biaya administrasi bulanan
- b. Setoran awal dan saldo minimal hanya Rp 10.000,-
- c. Setiap Anggota penyimpan akan memperoleh bukti kepemilikan berupa buku simpanan dari KSPPS Hudatama
- d. Transaksi penyetoran dapat dilakukan setiap saat melalui teller Kantor Cabang KSPPS Hudatama dan penarikan hanya dapat dilakukan pada saat bulan Dzulhijjah

Persyaratan menjadi ANGGOTA KSPPS Hudatama dengan cara:

- a. Mengisi formulir permohonan.
- b. Menyerahkan copy identitas diri KTP atau SIM yang masih berlaku.
- c. Membayar setoran sesuai ketentuan.

7. Pembiayaan

Ketentuan Akad:

- 1) Mudharabah Pembiayaan kerjasama untuk usaha produktif dimana KSPPS sebagai pemodal dan anggota sebagai pihak yang memutar modal.

- 2) Murabahah. Pembiayaan KSPPS untuk keperluan konsumtif maupun produktif anggota dengan perlakuan margin keuntungan yang disepakati
- 3) Ijarah (Sewa Menyewa) Pemberian sewa kepada anggota dengan pemberlakuan ujarah / upah.
- 4) Rahn (Gadai) Pembiayaan atas dasar jaminan berupa barang berharga berupa emas batangan atau logam mulia, kendaraan, atau barang berharga lainnya, sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat. Margin bagi hasil yang ada adalah tarif efektif menurun. Namun akad ikut menentukan margin bagi hasil yang akan diberikan.

8. Murabahah (jual Beli)

Pada prinsipnya, setiap kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh manusia adalah bertujuan untuk memperoleh keuntungan. Jika kita mengetahui istilah penjualan secara umum, maka dalam ekonomi Islam hal tersebut dikenal dengan istilah ba'i. Jual beli dalam bahasa arab "al-bay'u" berarti saling menukar (pertukaran) atau pertukaran dari satu barang dengan yang lain. Hal ini merujuk pada Q.S. Yusuf [12]: 20 yang artinya, "Dan mereka menjual Yusuf dengan harga yang murah, yaitu beberapa dirham saja, dan mereka merasa tidak tertarik hatinya kepada Yusuf". Ada banyak bentuk jual beli yang terdapat dalam Islam. Salah satu yang umum diketahui adalah murabahah.

- 1) Murabahah termasuk Bai'ul Amanah

Akad murabahah termasuk dalam kategori jual beli amanah atau dalam bahasa arab disebut bai'ul amanah. Apa itu bai'ul amanah? Ia adalah jual beli dimana penjual dipercaya untuk menyebutkan harga belinya/harga modal dengan jujur. Bai'ul amanah terdiri dari tiga jenis yaitu bai'ul murabahah, bai'ul tauliyah dan bai'ul wadiah.

2) Bai'ul Murabahah

Pada bai'ul murabahah, penjual dipercaya untuk menyebutkan modal atas barang yang ia jual termasuk keuntungan yang hendak ia peroleh. Misalnya, Rosnita memiliki usaha kue. Ia akan menjual kue tersebut kepada Rohman. Ketika akan menjual kue tersebut, Rosnita akan menyebutkan modal ia ketika membuat kue beserta keuntungan yang ia dapatkan dari menjual kue tersebut.

3) Bai'ul Tauliyah

Pada bai'ul tauliyah, penjual akan menjualkan barangnya sesuai dengan harga modal ketika ia memperoleh barang tersebut. Misalnya, Rosnita yang memiliki usaha kue memerlukan modal sebesar Rp50.000 untuk membuat kue tersebut. Kemudian ia menjual ke Rohman juga dengan harga Rp50.000. Sehingga Rosnita mendapatkan kembali uang yang menjadi modalnya tanpa memperoleh keuntungan sepeserpun.

4) Bai'ul Wadiah

Pada bai'ul wadiah, penjual akan menjualkan barangnya dibawah harga modal ketika ia memperoleh barang tersebut. Misalnya, Rosnita

memiliki gadget yang sudah lama ia pakai. Kemudian ia akan menjualnya ke Rohman dengan harga yang lebih rendah. Gadget tersebut ia beli dengan harga 1 juta kemudian dijual kepada Rohman dengan harga 800ribu. Maka dalam hal ini, Rosnita rugi sebesar 200ribu.

5) Pendapat Ulama terkait Jual Beli Amanah

Pada dasarnya sebagian besar ulama memperbolehkan jual beli amanah dengan tiga jenis tersebut. karena dalam transaksi tersebut terdapat keridhaan akan kedua belah pihak dan dapat saling menguntungkan karena masing-masing mengetahui modal dan keuntungan yang diperoleh.

Adapun ulama malikiyah tidak menyarankan jual beli amanah. Hal tersebut didasarkan karena umumnya manusia tidak menyukai bila harga modal dan keuntungannya diketahui. Oleh sebab itu, ulama malikiyah lebih menyarankan untuk menggunakan model transaksi ba'i al musawamah. Jual beli ini tidak menuntut seorang penjual untuk memberitahukan harga modal dan keuntungan yang akan diperolehnya. Dalam jual beli ini juga umum terjadi adanya tawar menawar harga agar mencapai kesepakatan atas harga dan meraih keridhaan antar kedua belah pihak.

6) Penyempitan Makna Murabahah

Dewasa ini, akad murabahah mengalami penyempitan makna. Seringkali makna akad murabahah hanya sekedar jual beli dengan cara

cicilan sebagaimana yang dipraktikan oleh lembaga keuangan syariah seperti Bank Syariah, KSPPS dan sebagainya. Padahal makna murabahah tidak sesempit itu. Intinya bila kamu menjual barang yang disertai dengan pengakuan akan modal dan keuntungan yang hendak diperoleh kemudian disepakati oleh pembeli maka kamu telah melakukan transaksi murabahah. Dengan kata lain, akad murabahah bisa terjadi jika transaksi penjualan dan pembelian memiliki margin keuntungan yang disepakati oleh kedua belah pihak. Dalam hal ini, pembeli berhak membatalkan keinginan untuk bertransaksi jika pada akhirnya biaya yang dikemukakan oleh penjual tidak sesuai dengan keinginan. Pembayaran barang dalam akad ini bisa dilakukan secara tunai atau kredit, sesuai kesepakatan sehingga tidak terbatas hanya pada cara cicilan.

7) Landasan Hukum Murabahah

Landasan utama adanya transaksi murabahah adalah berasal dari Q.S. Al-Baqarah [2]: 275, yang artinya “Dan Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”. Juga pada Q.S. An-Nisa [4]: 29 yang artinya, “hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu makan harta sesama dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu.

9. Ijarah (sewa menyewa)

Yaitu bentuk pembiayaan di KSPPS dimana KSPPS memberikan fasilitas pinjaman kepada anggota/anggota sebagai penyewa, dan memberi kepadanya kesempatan untuk mengambil kemanfaatan dari barang sewaan untuk jangka waktu tertentu dengan imbalan yang besarnya telah disepakati bersama. Transaksi Ijarah dilandasi adanya perpindahan manfaat jadi pada dasarnya prinsip ijarah sama dengan prinsip jual beli, namun perbedaannya terletak pada obyek transaksinya.

Persyaratan yang harus dilengkapi untuk mengajukan pembiayaan:

Data Diri Pemohon:

- a. Fotokopi KTP suami istri
- b. Fotokopi Kartu Keluarga
- c. Fotokopi akta nikah
- d. Fotokopi slip gaji/bukti penghasilan

Data Jaminan:

- a. Jaminan Sertifikat: Sertifikat SHM/SHGB, SPPT&STTS PBB, denah & foto lokasi
- b. Jaminan Kendaraan: Fotokopi BPKB, STNK, foto jaminan.

Yang perlu diperhatikan:

- 1) Sertifikat yang bukan namanya sendiri harus ada Tuna Waris dari Kelurahan.

- 2) Jaminan sertifikat harus dilampurkan PBB (surat Pajak Bumi dan Bangunan).
- 3) Setiap pengajuan harus ada tanda tangan suami atau istri atau orang tua (bagi yang belum menikah).

10. Ijarah Multi Jasa (Pembiayaan Haji)

Pembiayaan Haji KSPPS Hudatama:

Adalah salah satu produk Pembiayaan dari KSPPS Hudatama yang akan memberikan dana Talangan terlebih dahulu agar anda bisa langsung mendaftar dan mendapatkan porsi haji tanpa harus menunggu dana anda terkumpul, baru setelah proses pemorsian selesai anda melakukan pembayaran dengan cara angsuran dengan nyaman yang dapat disesuaikan kemampuan.

Kelebihan Produk Pembiayaan Haji:

Dengan program ini, anda bisa langsung mendapatkan kepastian berangkat dari Kemenag, bahkan anda bisa mengecek secara online tanggal perkiraan berangkat di website resmi kemenag.

Karena proses pendaftaran dan pemorsian ibadah haji bisa langsung dilakukan oleh Bank Penerima Setoran (BPS) dan di input ke Siskohat, karena dana anda sudah dibiayai KSPPS Hudatama dengan setoran minimal sebesar 25 juta ke BPS.

Perlu diketahui juga, beda sehari saja mendaftar dan pemorsian di Kemenag, selisih berangkat haji bisa tahunan, apalagi beda bulan atau

beda tahun. Bisa anda bayangkan berapa puluh tahun lagi anda akan berangkat ke Baitullah.

Jika anda butuh informasi dan berkonsultasi mengenai Umroh dan Haji, jangan ragu-ragu untuk menghubungi Solusi Haji dan Umroh KSPPS Hudatama InsyaAllah Team profesional kami akan membantu dan memberikan solusi terbaik niat ibadah anda.

2.2 Aktivitas Magang

Selama magang kegiatan yang di lakukan di KSPPS Hudatama Semarang, Kegiatan di lakukan dari pukul 08:00 pagi di awali dengan mengaji, kultum pagi, berdoa sebelum bekerja, dan zel-zel hudatama bersama karyawan BMT Hudatama, kemudian di lanjut dengan penugasan penulis laporan ini di bagian kerja lapangan.

Tabel 1. Tabel Kegiatan Magang

No	Tanggal	Jenis kegiatan yang di lakukan
1	22/04/2021	Menyebarkan brosur, kunjungan pelayanan setoran tabungan
2	23/04/2021	Menyebarkan brosur, kunjungan pelayanan setoran tabungan
3	26/04/2021	Menyebarkan brosur, kunjungan pelayanan setoran tabungan
4	27/04/2021	Menyebarkan brosur, Kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan
5	28/04/2021	Menyebarkan brosur, kunjungan pelayanan setoran tabungan
6	29/04/2021	Membuat table collecting, kunjungan pelayanan setoran tabungan
7	30/04/2021	Kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan, pembagiam takjil
8	03/05/2021	Kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan

No	Tanggal	Jenis kegiatan yang di lakukan
9	04/05/2021	Kunjungan collecting tagihan, penyebaran brosur, kunjungan pelayanan setoran tabungan
10	05/05/2021	Mengantarkan parcel kepada anggota, kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan
11	06/05/2021	Mengantarkan parcel kepada anggota, kunjungan pelayanan setoran tabungan
12	07/05/2021	Belajar merekap teller, kunjungan pelayanan setoran tabungan
13	10/05/2021	Kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan
14	11/05/2021	Menyebarkan brosur, kunjungan pelayanan setoran tabungan
15	19/05/2021	Belajar merekap teller, menyebarkan brosur, kunjungan pelayanan setoran tabungan
16	20/05/2021	Pelayanan simpanan harian, belajar merekap teller, membuat buku besar, menyebarkan brosur, kunjungan pelayanan setoran tabungan
17	21/05/2021	Merekap teller, membuat buku besar, kunjungan pelayanan setoran tabungan
18	24/05/2021	Pembukaan pendaftaran anggota baru, membantu arsip data pembiayaan, kunjungan pelayanan setoran tabungan
19	25/05/2021	Mencetak memo transaksi, kunjungan pelayanan setoran tabungan
20	27/05/2021	kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan
21	28/05/2021	Setor uang ke BCA, kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan
22	31/05/2021	kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan
23	02/06/2021	Mengirim berkas bulanan ke pusat, kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan
24	07/06/2021	Belajar merekap teller, kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan
25	08/06/2021	Belajar merekap teller, kunjungan pelayanan setoran tabungan
26	09/06/2021	Kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan
27	10/06/2021	Kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan
28	14/06/2021	Mengantarkan berkas ke kantor pusat, Kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan
29	15/06/2021	Kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan

No	Tanggal	Jenis kegiatan yang di lakukan
30	16/06/2021	Setor uang tabungan harian, kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan
31	17/06/2021	Membantu teller menginput data harian, kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan
32	18/06/2021	Mengambil tabungan ke anggota, mengantar penarikan anggota, kunjungan pelayanan setoran tabungan
33	21/06/2021	Setor uang tabungan harian kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan
34	22/06/2021	kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan
35	23/06/2021	Setor uang tabungan harian kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan
36	24/06/2021	kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan
37	25/06/2021	Mengantarkan berkas ke kantor pusat, kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan
38	28/06/2021	Belajar merekap teller, kunjungan pelayanan setoran tabungan
39	29/06/2021	Setor uang tabungan harian, kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan
40	30/06/2021	Pelayanan simpanan harian, belajar merekap teller, membuat buku besar, menyebarkan brosur, kunjungan pelayanan setoran tabungan
41	01/07/2021	Mengantarkan berkas ke Baitul Mall dan kantor pusat, kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan
42	02/07/2021	Setor uang tabungan harian, kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan
43	05/07/2021	Membantu merekap teller, kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan
45	06/07/2021	Setor uang ke Bank syariah Indonesia, kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan
46	07/07/2021	Setor uang tabungan harian, kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan
47	08/07/2021	Kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan
48	09/07/2021	Mengantarkan berkas ke pusat, kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan
49	12/07/2021	kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan
50	13/07/2021	Membantu pelayanan teller, kunjungan collecting tagihan, kunjungan pelayanan setoran tabungan
51	14/07/2021	Membantu menginput uang tabungan, kunjungan pelayanan setoran tabungan

No	Tanggal	Jenis kegiatan yang di lakukan
52	15/07/2021	Membantu pelayanan teller, pamitan selesai magang di kantor pusat dan kantor cabang semmarang Barat

yaitu pengambilan tabungan (Funding) sampai jam pulang yaitu pukul 16:00. Adapun rangkaian kegiatan yang di lakukan sebagai berikut.



BAB III

IDENTIFIKASI MASALAH

Perusahaan pasti memiliki permasalahan, baik yang berkaitan dengan sumber daya manusia (SDM), keuangan, teknologi, dan lain-lain. Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas maka penulis dapat menyimpulkan bahwa hal ini yang menjadi fokus penentuan permasalahan dalam magang penulis yaitu produk Sahabat (simpanan usaha banyak manfaat) pada KSPPS Hudatama Semarang. Produk sahabat merupakan produk yang paling banyak diminati di kalangan masyarakat dengan akad *wadiah yaddlomanah* yang bisa diambil sewaktu-waktu dan mendapatkan bagi hasil setiap bulan. Sahabat diperuntukkan bagi perorangan maupun lembaga yang waktunya tidak ditentukan dan dapat diambil kapan saja dan juga bagi hasil menarik yang diberikan oleh pihak KSPPS Pada umumnya semua orang mempunyai keinginan untuk menabung atau menginvestasikan uang mereka untuk berjaga-jaga di kemudian hari. Produk ini mengajarkan anggota untuk menabung dan menginvestasikan uang mereka agar dapat dimanfaatkan di kemudian hari.

Produk Sahabat memiliki keunggulan salah satu faktor yang membuat anggota tertarik pada produk ini yaitu setiap anggota mempunyai peluang untuk mendapatkan hadiah. Produk Sahabat BMT Hudatama adalah salah satu produk funding yang sudah ada sejak tahun 2000, artinya sudah 20 tahun dengan perkembangan yang sangat memuaskan. Sahabat adalah simpanan sukarela anggota dengan akad Wadiah yang bisa diambil sewaktu-waktu dan mendapatkan bonus setiap bulan. Dalam menjalankan fungsinya sebagai Lembaga Keuangan Syari'ah,

KSPPS Hudatama menawarkan produk funding dan juga produk lending agar produk produk yang ditawarkan dapat diterima bahkan diminati masyarakat pada umumnya.

Salah satu cara yang dilakukan agar KSPPS Hudatama menjadi lebih berkembang adalah dengan menawarkan beberapa produk funding dan produk lending yang inovatif dan sesuai, dengan kebutuhan masyarakat Semarang pada khususnya dan masyarakat luas pada umumnya. Salah satu contoh produk funding di KSPPS Hudatama yang banyak mendapat respons dari masyarakat adalah simpanan Sahabat (Simpanan Usaha Banyak Manfaat) Adalah simpanan sukarela anggota dengan akad Wadi'ah yad dhomanah yang bisa diambil sewaktu-waktu dan mendapatkan bagi hasil setiap bulan. Namun selama ini, produk Sahabat di KSPPS Hudatama baru dimanfaatkan oleh individu sedangkan bagi lembaga / perusahaan belum banyak yang memanfaatkan produk Sahabat. Hal ini disebabkan karena kurangnya promosi yang dilakukan ke instansi-instansi yang ada di Semarang.

Peran marketing sangat penting dimana sebagai marketing harus menjelaskan secara detail baik tentang cara perhitungan bagi hasil, keunggulan dan juga teori inflasi Oleh karena itu perlu strategi yang jitu guna mempertahankan eksistensi KSPPS tersebut. Marketing harus mempunyai niat dakwah ekonomi, membangun perekonomian masyarakat yang berlandaskan syariah islam karena dana yang ditaruh di KSPPS akan disalurkan kepada orang-orang. Di mana kecenderungan penurunan nilai mata uang di masa datang pasti akan terjadi. Dan juga mampu meyakinkan para anggota bahwa KSPPS Hudatama akan tetap eksis, sehingga para peserta tidak ragu untuk menyimpan dananya dalam jangka waktu

yang lama berdasarkan batasan masalah, maka dapat dirumuskan fokus permasalahannya ialah “strategi pemasaran pada produk tabungan sahabat pada KSPPS Hudatama”.

Untuk lebih memudahkan dalam laporan ini maka rumusan masalah dijabarkan menjadi beberapa pertanyaan laporan yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk SAHABAT (Simpanan Usaha Banyak Manfaat) di KSPPS Hudatama Semarang?
2. Bagaimana keunggulan dan prosedur oprasional produk SAHABAT (Simpanan Usaha Banyak Manfaat) di KSPPS Hudatama Semarang?

Strategi yang dapat di gunakan penulis di KSPPS Hudatama ini untuk memasarkan produk Sahabat di KSPPS Hudatama Semarang agar masyarakat semua mengenal dan tertarik dengan produk Simpanan Sahabat.



BAB IV

KAJIAN PUSTAKA

4.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan menyeluruh dan terencana yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau institusi dalam melakukan berbagai upaya agar mampu memenuhi permintaan pasar. proses merencanakan dan melaksanakan konsep, memberi harga, melakukan promosi dan menyalurkan ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang bisa memenuhi tujuan individu maupun organisasi dengan memerhatikan konsep pemasaran yang mensyaratkan orientasi konsumen, orientasi tujuan dan orientasi sistem. Fungsi pemasaran produk-produk KSPPS Hudatama adalah untuk mengarahkan mengalirnya hasil-hasil produksi perusahaan menuju kekonsumen (anggota). Dalam kaitannya dengan pendefinisian istilah pemasaran, fungsi pemasaran merupakan kegiatan yang menyangkut usaha memahami kebutuhan konsumen (anggota), mengembangkan produk dan atau jasa untuk memenuhi kebutuhankebutuhan konsumen (anggota) dan menciptakan serta memperluas permintaan akan produkproduk dan jasa-jasa yang dihasilkan oleh bank. kegiatan pemasaran itu terdiri dari 4 hal yang biasa disebut dengan marketing mix yaitu meliputi product, price, place, dan promotion.

4.2 Strategi pemasaran

Strategi pemasaran merupakan suatu rencana yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan perusahaan. (Sofjan Assauri, 2011) mengatakan bahwa pemasaran pada

dasarnya merupakan rencana yang menyeluruh yang dapat memadukan dan menyatukan berbagai di bidang pemasaran untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.

4.2.1 *Konsep Marketing Mix (Bauran Pemasaran)*

Marketing Mix merupakan Sebuah strategi pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya yang sudah ditetapkan di pasar sasaran (Kotler, 2000). Kotler dan Keller (2009) mengklasifikasikan aktivitas-aktivitas ini sebagai sarana atau alat bauran pemasaran dari empat jenis yang luas disebut dengan 4P dari pemasaran yaitu: Produk (Product), Harga (Price), Promosi (Promotion), dan Tempat/Distribusi (Place/ Distribution).

1) Strategi produk (*Product*)

merupakan suatu pengertian atau pandangan anggota terhadap suatu produk yang dibutuhkan dan diinginkannya. Jadi, anggota berpikir tentang seberapa penting dan bergunanya produk itu baginya. Biasanya anggota memiliki konsep atau pandangan tertentu terhadap suatu produk. Jenis-jenis Produk, Agar dapat memasarkan produk KSPPS dengan baik kepada anggota maka para pegawai perlu mengetahui produk Bmt termasuk dalam jenis yang mana, karena masing-masing jenis produk akan memerlukan penanganan yang berbeda dalam memasarkan produk tersebut agar berhasil. Misal, produk lending; murobahah, mudhorobah. Dan produk funding: Tabungan SAHABAT, SISUQUR.

2) Strategi Harga (*Price*)

Setiap KSPPS perlu memikirkan tentang penetapan harga atau biaya pada produknya secara tepat karena biaya yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik para anggota untuk menggunakan produk itu. Hal ini tidak berarti pula bahwa pihak Bmt harus menetapkan harga serendah mungkin. Oleh karena itu maka penentuan harga atau biaya haruslah dipikir baik-baik. Dalam hal ini ada beberapa dasar penetapan harga atau biaya yaitu: Biaya dan persaingan. Biaya, Biaya yang telah dikeluarkan pihak KSPPS untuk kelengkapan administrasi menjadi pertimbangan utama bagi Bmt dalam menentukan biaya-biaya administrasi. Biaya yang ditetapkan dibawah biaya produksinya tentu saja akan mendatangkan kerugian bagi KSPPS. Oleh karena itu, pada umumnya KSPPS menggunakan dasar penetapan biaya adalah atas dasar biaya produksinya. Persaingan, Dalam hal ini KSPPS menetapkan biaya menurut kebutuhan KSPPS dalam hal persaingannya dengan KSPPS atau LKS lainnya yang sejenis dan merupakan pesaing pesaingnya.

3) Strategi Promosi (*Pomotion*)

Promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi anggota agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh KSPPS kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu menggunakan produk tersebut. Adapun alat yang dapat dipergunakan untuk mempromosikan produknya KSPPS adalah dengan beberapa cara yaitu Advertensi, promosi penjualan, dan personal selling. Advertensi merupakan alat utama bagi KSPPS untuk mempengaruhi anggotanya.

Advertensi dapat dilakukan oleh Bmt melalui surat kabar, radio, majalah, dan reklame. Promosi penjualan (sales promotion), Merupakan kegiatan KSPPS menjajakan produk yang dipasarkannya sedemikian rupa sehingga anggota akan mudah untuk melihatnya. Personal Selling, Merupakan kegiatan KSPPS untuk melakukan kontak langsung dengan para anggota maupun calon anggotanya. Dengan kontak langsung diharapkan terjadi hubungan atau interaksi yang positif antara KSPPS dan anggota maupun calon anggotanya. Yang termasuk dalam kategori ini adalah dari pintu ke pintu, telephone, internet, dll.

4) Strategi Saluran Distribusi (*Place*)

Strategi distribusi berkaitan dengan KSPPS dalam menyalurkan produk kepada masyarakat sesuai dengan produk yang cocok dan kebutuhan masyarakat. Jadi, KSPPS harus pintar dalam mencari produk yang cocok untuk anggota berdasarkan tipe anggota. Tujuan dari strategi distribusi adalah untuk memastikan bahwa produk yang digunakan oleh anggota itu benar-benar cocok dan banyak membantu anggota dalam mengembangkan uasahnya. Sehingga hal itu bisa membuat anggota tambah loyal kepada KSPPS.

4.2.2 Strategi STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*)

1) *Segmenting*

Menurut Kotler (2021) mengemukakan segmentasi merupakan proses pengelompokan ke dalam kelompok pembeli potensial yang

memiliki karakteristik dan kebutuhan yang sama. Peran penting dimiliki segmentasi pasar dalam pemasaran, yaitu Segmentasi menuntut perusahaan supaya lebih fokus dalam mengalokasikan sumber daya. Segmentasi dapat dijadikan dasar dalam menentukan strategi yang akan diterapkan. Segmentasi merupakan kunci dalam persaingan antar perusahaan, yaitu dengan menganalisis perusahaan pesaing.

2) *Targeting*

Wardah dkk (2021) mengemukakan bahwa *Targeting* merupakan proses seleksi produk barang maupun jasa yang baik serta pelayanan terbaik, sehingga berada pada posisi yang strategis untuk mencapai tujuan dan keberhasilan perusahaan. Dalam proses *targeting* terdapat kriteria yang harus dipenuhi yaitu: perusahaan harus memastikan segmen pasar yang dibidik cukup besar dan menguntungkan bagi perusahaan, strategi *targeting* didasarkan pada keunggulan kompetitif perusahaan yang bersangkutan dan situasi persaingan.

3) *Positioning*

Positioning merupakan tindakan merancang penawaran dan citra perusahaan sehingga menempati posisi kompetitif yang berarti dan berada dalam benak pelanggan targetnya. *Positioning* merupakan hal utama yang harus dilakukan pada strategi pemasaran. Persepsi pelanggan terhadap produk-produk dan juga pesaingnya merupakan ukuran penentu nilai dari sebuah perusahaan. Hal inilah yang menjadi peta persepsi.

Dengan informasi tersebut, perusahaan dapat menentukan berbagai strategi penentuan posisi.

4.3 Teori Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing merupakan strategi untuk menjadi lebih unggul dari pesaing. Indikator dari keunggulan bersaing diantaranya:

- 1) Harga bersaing merupakan harga yang lebih murah dari pada yang lain. Harga jual ecer yang rendah, baik sedikit ataupun banyak, dibandingkan dengan harga jual eceran dari rata-rata pesaing
- 2) Pertahanan ancaman bersaing, merupakan cara yang digunakan oleh perusahaan untuk bertahan dari ancaman bersaing untuk keberlangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan
- 3) Eksplorasi peluang, adalah mengidentifikasi peluang dengan cara-cara yang baru untuk dapat mengembangkan sumber daya yang telah ada
- 4) Hubungan pelanggan, merupakan cara yang digunakan untuk mengetahui kebutuhan pelanggan yang lebih baik dari pesaing dengan harapan pelanggan akan loyal
- 5) Fleksibilitas, merupakan penetapan harga suatu produk atau layanan dari negosiasi antara pembeli dan penjual dalam kisaran tertentu. Fleksibilitas merupakan konsep yang digunakan dalam menanggapi perubahan lingkungan.

Keunggulan bersaing dapat dilakukan dengan menciptakan pelayanan penjualan yang lebih memuaskan konsumen dan lain sebagainya. Cara tersebut akan memberikan dampak positif bagi perusahaan.



BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1. Analisis Data

5.1.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan lapangan. Metode kualitatif merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti suatu objek dengan tujuan untuk membuat deskripsi, gambaran dan keadaan secara fakta serta hubungan fenomena yang terjadi pada masa sekarang secara nyata (Sugiyono, 2010). Dalam hal ini KSPPS Hudatama Semarang dijadikan objek penelitian.

5.1.2. Sumber Data Penelitian

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2010) data primer merupakan data yang diperoleh dengan menggunakan alat pengukuran data secara langsung dari objek yang diteliti sebagai sumber informasi yang akan diteliti. KSPPS Hudatama dijadikan sumber data dan informasi dalam penelitian ini.

2. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang dikumpulkan, diolah, dan disajikan oleh pihak lain, tidak secara langsung diperoleh dari objek penelitian. Pada penelitian ini, data sekunder diperoleh dari situs resmi KSPPS Hudatama Semarang, jurnal peneliti skripsi, brosur, model karyawan dan dokumen pendukung lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

6. Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Kegiatan wawancara dilakukan dengan mengajukan kuesioner kepada responden meliputi :

- a. Manajer Pemasaran
- b. Kepala Cabang Semarang Barat
- c. Teller Semarang barat
- d. Account Officer Semarang Barat

2. Observasi

Observasi ditujukan untuk mengumpulkan data yang dilakukan oleh penulis dengan cara mengamati langsung kinerja marketing atau Account Officer di KSPPS Hudatama Semarang serta mencatat segala sesuatu yang berhubungan dengan strategi pemasaran Simpanan Sahabat

3. Dokumentasi

Pengumpulan data dengan cara dokumentasi digunakan untuk mengambil data berupa berkas yang berhubungan dengan Simpanan Sahabat, antara lain:

- a. Buku Modul Teller
- b. Buku Modul *Customer Service*
- c. Buku Modul Account Officer atau Marketing
- d. Brosur Simpanan Sahabat
- e. Formulir pembukaan Tabungan Sahabat

5.2. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif, yaitu dengan memberikan gambaran umum tentang suatu objek penelitian berdasarkan data yang diperoleh kemudian diolah dan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini ditujuakn untuk menjelaskan dan memberi gambaran bagaimana strategi pemasaran produk, keunggulan dan prosedur operasional simpanan SAHABAT (Simpanan Usaha Banyak Manfaat) di KSPPS Hudatama.

5.3. Analisis Deskripsi Anggota KSPPS Hudatama

Analisis Deskripsi bertujuan sebagai informasi dan gambaran awal karakteristik anggota yang ada di KSPPS Hudatama. Berikut adalah hasil analisis deskripsi yang dikumpulkan. Dari data yang dikumpulkan terdapat 2050 anggota yang memiliki simpanan SAHABAT.

5.3.1. Analisis Deskripsi Jenis Kelamin Anggota

Karakteristik Anggota KSPPS Hudatama Semarang yang memiliki simpanan SAHABAT berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2.

Jenis Kelamin Anggota

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase %
1	Laki – Laki	611	29,80 %
2	Perempuan (mayoritas ibu-ibu)	1439	70,20 %
	Total	2050	100 %

Sumber : Data Sekunder Modul Laporan 2022

Tabel 2 menunjukkan bahwa anggota KSPPS Hudatama Semarang yang memiliki simpanan SAHABAT dengan jenis kelamin laki – laki sebesar 29,80 % atau 611 orang dan jenis kelamin perempuan sebesar 70,20 % atau 1439 orang. Dari hasil analisis pada Tabel 2 menunjukkan bahwa simpanan SAHABAT di **dominasi oleh jenis kelamin perempuan (mayoritas ibu-ibu).**

5.3.2. Analisis Deskripsi Tingkat Pendidikan Anggota

Berdasarkan tingkat pendidikan, anggota KSPPS Hudatama yang memiliki simpanan SAHABAT dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3.

Tabel Tingkat Pendidikan Anggota

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Presentase %
1	S2	10	0,48%
2	S1	34	1,65 %
3	D3	23	1,12 %
4	SMA	1590	77,56 %
5	SMP	245	11,95 %
4	SD	148	7,24
	Total	2050	100 %

Sumber : Data sekunder Modul Laporan 2022

Tabel 3 menunjukkan bahwa Tingkat pendidikan anggota KSPPS Hudatama yang memiliki simpanan SAHABAT **didominasi oleh lulusan SMA sebesar 77,56% atau 1590 orang**. Disisi lain lulusan jenjang SD sebesar S2 sebesar 0,48% atau 10 orang, S1 sebesar 1,56% atau 34 orang, D3 sebesar 1,12 % atau 23 orang, SMP sebesar 11,95% atau 245 orang, dan SD sebesar 7,24% atau 148 orang.

5.3.3. Analisis Deskripsi Pekerjaan Anggota

Analisis Dekskripsi berdasarkan jenis – jenis pekerjaan anggota dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4.
Jenis – Jenis Pekerjaan Anggota

No	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Presentase %
1	PNS	48	2 %
2	Karyawan pabrik swasta	1600	78 %
3	Pedagang	79	3%
4	Pengusaha	151	7%
5	Asisten Rumah Tangga	21	1 %
6	Lain – lain	151	7 %
Total		2050	100 %

Sumber : Data Sekunder Modul Laporan 2022

Tabel 4. Menunjukkan bahwa anggota KSPPS Hudatama yang memiliki simpanan SAHABAT **didominasi oleh karyawan pabrik swasta dengan nilai prosentase sebesar 78% atau 1600 orang**. Disisi lain Jumlah Pekerja PNS sebesar 2% atau 43 orang, pedagang sebesar 3% atau 79 orang, pengusaha sebesar 7% atau 156 orang, asisten rumah tangga sebesar 1% atau 21 orang, dan Lain – lain sebesar 7% atau 151 orang.

5.3.4. Analisis Deskripsi Jenis Agama Anggota

Analisis Deskripsi jenis Agama yang dianut oleh anggota yang memiliki simpanan SAHABAT dapat dilihat pada Tabel 5.

Tebel 5.
Jenis Agama Anggota

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Presentase %
1	Islam	2034	99,20%
2	Non-Islam	16	0,80%
Total		2050	100 %

Sumber : Data sekunder Modul Laporan 2022

Tabel 5. menunjukkan bahwa **didominasi oleh agama islam sebesar 99,2% atau 2034 orang**, sedangkan yang menganut agama non islam baik Kristen, Khatolik, Hindu dan Budha bisa tertarik dengan tabungan sahabat dikarenakan kspps hudatama terkenal dengan simpanan yang jujur dan aman dengan data sebesar 0,80% atau 16 orang. Dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar anggota KSPPS Hudatama yang memiliki simpanan SAHABAT adalah orang islam. Hal ini sesuai dengan tujuan dan manfaat didirikan KSPPS Hudatama sebagai kemaslahatan umat.

5.3.5. Strategi Pemasaran Produk Simpanan SAHABAT KSPPS Hudatama

Koperasi syariah saat ini menjadi lembaga keuangan yang dibutuhkan masyarakat luas untuk mengembangkan usahanya. Berkembangnya KSPPS saat ini menghadirkan produk-produk unggul sesuai dengan yang dibutuhkan masyarakat. Semakin bertambahnya koperasi syariah maka perlu adanya strategi pemasaran agar dapat bertahan dan bersaing dengan koperasi lainnya. Adanya minat dan

kepercayaan dari anggota dapat dilihat dari aspek pelayanan yang diberikan, sehingga kualitas produk dapat diminati dan diterima oleh masyarakat umum.

Strategi pemasaran merupakan satu cara memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan baik untuk perusahaan, lembaga dan yayasan yang memproduksi barang atau jasa. Strategi pemasaran dapat dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan secara menyeluruh. Strategi pemasaran merupakan kunci dasar dari berlangsungnya KSPPS Hudatama dengan menjalankan fungsi sebagai proses pelaksanaan dan penetapan seluruh aspek produk sebelum diedarkan kepada masyarakat.

KSPPS Hudatama memiliki berbagai produk yang siap diedarkan di masyarakat salah satunya yaitu simpanan SAHABAT. Simpanan SAHABAT merupakan simpanan sukarela anggota dengan akad Mudharabah yang bisa diambil sewaktu-waktu dan mendapatkan bagi hasil setiap bulan. Anggota akan mendapatkan buku simpanan. Saldo minimum Rp 10.000 dan administrasi penutupan rekening Rp 2.000. setoran awal Rp 10.000. Simpanan SAHABAT memiliki banyak manfaat untuk pengaturan arus kas pribadi. Selain itu memiliki bagi hasil yang kompetitif sehingga dapat menarik anggota untuk membuka simpanan SAHABAT. Namun, dalam pelaksanaannya masih banyak kendala yang harus dihadapi oleh KSPPS Hudatama.

Masyarakat masih banyak yang belum mengetahui produk simpanan SAHABAT. Oleh sebab itu, KSPPS Hudatama menggunakan strategi pemasaran untuk memperkenalkan dan memasarkan produk simpanan SAHABAT kepada masyarakat umum. Berdasarkan hasil wawancara terhadap manajer pemasaran,

sebelum memasarkan produk simpanan SAHABAT, manajer pemasaran KSPPS Hudatama memperhatikan beberapa hal antara lain :

1. Segmentasi pasar

ikhwanudin (2018) menyatakan bahwa segmentasi pasar merupakan pengelompokan konsumen berdasarkan kebutuhan yang bertujuan untuk mengidentifikasi sekelompok konsumen yang memiliki kebutuhan dapat dipenuhi dengan produk tertentu. Sehingga perusahaan dapat menerapkan upaya pemasaran secara efektif dan efisien. KSPPS Hudatama dalam memasarkan produk simpanan SAHABAT memperhatikan segmentasi pasar secara detail. Calon anggota atau anggota KSPPS Hudatama yang dianggap memiliki potensi untuk membuka simpanan SAHABAT akan menjadi segmentasi pemasaran. Langkah selanjutnya yaitu melakukan sosialisasi terhadap sasaran segmentasi pasar terkait kegunaan produk dengan harapan memberikan solusi terhadap anggota maupun calon anggota untuk membuka simpanan SAHABAT.

Berdasarkan hasil wawancara menyimpulkan bahwa segmentasi pasar produk simpanan SAHABAT yang ditetapkan oleh KSPPS Hudatama masih kurang sesuai dengan teori STP. KSPPS Hudatama dalam melakukan segmentasi pasar masih bersifat umum. KSPPS seharusnya lebih spesifik dalam menggolongkan segmentasi pasar. Dengan penggolongan calon anggota maupun anggota ke dalam kelompok yang berbeda-beda berdasarkan kebutuhan, karakteristik, ataupun, perilaku yang membutuhkan bauran produk dan bauran pemasaran tersendiri. Segmentasi pasar adalah proses menempatkan konsumen dalam sub kelompok di pasar produk. Dengan segmentasi pasar seperti yang sudah

dijelaskan harapannya menjadikan produk SAHABAT paling diminati oleh para calon anggota maupun anggota.

2. Targeting

Keberadaan simpanan SAHABAT bermula pada keinginan calon anggota maupun anggota yang ingin menabung untuk pengaturan kas pribadi tanpa dipotong biaya administrasi setiap bulannya. Target pemasaran simpanan SAHABAT yaitu semua kalangan masyarakat. Targeting harus didasarkan pada situasi persaingan dan keunggulan kompetitif produk simpanan. KSPPS Hudatama memberikan solusi terhadap calon anggota maupun anggota dengan adanya produk simpanan SAHABAT. Sehingga lebih memudahkan anggota maupun calon anggota, dibuktikan dengan jumlah simpanan anggota maupun calon anggota yang mengalami peningkatan setiap tahun.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat diketahui bahwa proses targeting yang dilakukan oleh KSPPS Hudatama sudah sesuai dengan teori STP yang digunakan. KSPPS Hudatama dalam melakukan target pemasaran, memberikan implikasi pada jumlah anggota produk simpanan SAHABAT yang terus meningkat. Penentuan target sangat penting dilakukan oleh KSPPS Hudatama untuk mengetahui strategi yang sesuai untuk dilakukan. Hal ini perlu dipertahankan untuk menjaga persaingan pasar dengan competitor lain.

3. Positioning

Positioning merupakan proses awal menentukan tempat dan strategi pemasaran. KSPPS Hudatama tidak hanya fokus pada pemasaran simpanan SAHABAT, namun juga pada produk lain yang dimiliki. KSPPS Hudatama

memposisikan dirinya dan membangun citra perusahaan melalui pelayanan yang baik, terpercaya dan bertanggung jawab, memberikan kemudahan dalam mengelola keuangan bahkan melayani pembiayaan dengan prinsip syariah. Terbangunnya citra KSPPS Hudatama yang baik, maka menimbulkan kepercayaan bagi masyarakat. Sehingga KSPPS Hudatama dapat hadir di tengah masyarakat dengan produk-produk yang dimiliki, salah satunya adalah produk simpanan SAHABAT.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat diketahui bahwa strategi *positioning* yang dilakukan oleh KSPPS Hudatama sudah sesuai dengan teori STP yang sudah digunakan. KSPPS Hudatama dalam membangun dan mempertahankan dengan cara memasarkan produk sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dengan cara tersebut maka citra baik akan terbentuk di KSPPS Hudatama. Hal tersebut sesuai dengan teori STP yaitu *positioning*. *Positioning* merupakan tindakan merancang penawaran dan citra perusahaan sehingga menempati posisi kompetitif yang berarti dan berada dalam benak pelanggan targetnya.

Selain memperhatikan 3 prinsip tersebut, KSPPS Hudatama juga melakukan strategi lain yaitu dengan menerapkan strategi marketing mix atau bauran pemasaran, antara lain :

1. *Product*

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen guna memuaskan kebutuhan dan keinginannya, didalam penelitian ini produk yang dimaksud adalah dari KSPPS. Dalam KSPPS Hudatama terdapat beberapa produk yaitu produk simpanan SAHABAT, SIRENCANA, SISUQUR, SIHAJROH, SIMPONI, SISUKA dll. Selain produk simpanan, KSPPS Hudatama

menyediakan produk pembiayaan antara lain pembiayaan ijarah, mudharabah murabahah dan musyarakah. KSPPS Hudatama menyediakan berbagai produk sesuai dengan kebutuhan calon anggota maupun anggota. Berdasarkan penjelasan tersebut sudah sesuai dengan strategi *marketing mix* prinsip *product* yang digunakan.

2. *Price*

Berdasarkan hasil wawancara dengan manajer pemasaran mengemukakan bahwa strategi harga yang diberlakukan oleh KSPPS Hudatama untuk kelengkapan administrasi dan operasional dalam memasarkan produk simpanan khususnya simpanan sahabat sangat menarik. Untuk pembukaan rekening hanya membutuhkan biaya sebesar Rp. 10.000, dengan penentuan harga yang relative rendah. Maka akan menjadi nilai lebih dibandingkan dengan pesaingnya. Selain itu, KSPPS Hudatama tidak memberikan potongan biaya setiap bulannya, bahkan setiap anggota yang memiliki tabungan akan mendapatkan bagi hasil yang sudah ditentukan.

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa strategi penentuan harga yang sudah dilakukan KSPPS Hudatama sudah sesuai dengan teori *marketing mix* yang digunakan. Dengan penentuan harga tersebut menjadikan produk simpanan SAHABAT paling banyak diminati oleh calon anggota maupun anggota.

3. *Place*

Place atau lokasi merupakan tempat dimana menjalankan kegiatan operasionalnya. Berdasarkan hasil wawancara terdapat beberapa factor yang menjadi pertimbangan dalam menentukan lokasi antara lain :

- a. Akses : lokasi KSPPS Hudatama ini berada di pinggir jalan raya yang memiliki akses berupa angkutan umum yang lewat di depan kantor.
- b. Visibilitas : lokasi KSPPS Hudatama yang terletak di pinggir jalan raya dengan bangunan yang mencolok sehingga dapat dilihat dengan jelas oleh nasabah ataupun calon nasabah yang akan mengunjungi kantor.
- c. Tempat parkir : kantor KSPPS Hudatama memiliki lahan parkir yang memadai untuk anggota.

Berdasarkan penjelasan diatas penentuan strategi pasar yang dilakukan oleh KSPPS Hudatama sudah sesuai dengan strategi *marketing mix* yang digunakan. KSPPS Hudatama mempunyai akses lokasi yang mudah dijangkau oleh calon anggota maupun anggota. Dengan kemudahan tersebut maka proses pemasaran KSPPS Hudatama dapat dilakukan dengan maksimal.

4. *Promotion*

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen dan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk tersebut yang bermanfaat untuk meningkatkan dan mengembangkan perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan beberapa strategi promosi yang dilakukan oleh KSPPS Hudatama dibagi menjadi 2 yaitu melalui secara online dan offline. Kegiatan promosi yang dilakukan KSPPS Hudatama sudah sesuai dengan prinsip *marketing mix*. Dengan menentukan bagaimana cara promosi yang akan dilakukan, maka menjadikan proses pemasaran semakin lebih mudah.

Setelah memperhatikan 3 aspek dan prinsip *marketing mixt* (bauran pemasaran) tersebut, kemudian KSPPS Hudatama menyusun strategi pemasaran yang akan dilakukan. Beberapa strategi untuk memasarkan produk simpanan SAHABAT yaitu:

1. Metode door to door

Metode ini dilakukan langsung oleh petugas lapangan yaitu account officer dengan cara mempromosikan secara langsung produk sahabat kepada masyarakat. Account officer bertugas untuk menjelaskan dan mensosialisaikan produk SAHABAT kepada masyarakat yang bertujuan untuk menarik calon anggota agar membuka simpanan SAHABAT di KSPPS Hudatama.

2. Pebaran pamflet dan brosur

Keterbatasan petugas lapangan account officer untuk menjelaskan satu persatu kepada seluruh calon anggota untuk membuka simpanan, maka manajer pemasaran melakukan strategi dengan menyebar pamflet dan brosur simpanan SAHABAT. Pebaran pamflet dan brosur dilakukan di tempat umum dengan memperhatikan letak yang strategis dan memungkinkan calon anggota untuk membaca sehingga tujuan dari pemasaran dapat tercapai.

3. Strategi word to mouth

Kotler & Keller (2006) menyatakan bahwa word to mouth merupakan komunikasi dari mulut ke mulut yang berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa dengan tujuan untuk memberikan informasi secara personal. KSPPS Hudatama menerapkan strategi

tersebut karena sangat efektif dalam memasarkan produk khususnya simpanan SAHABAT sehingga menguntungkan bagi perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap kepala cabang Semarang Barat. Konsep word to mouth dilakukan dengan cara menarik anggota terdekat misalnya keluarga, teman sekolah, teman sepergaulan, saudara dan lain – lain. Setelah anggota terdekat sudah membuka simpanan SAHABAT tentu akan merekomendasikan terhadap individu lain untuk bergabung menjadi anggota KSPPS Hudatama dan ikut membuka simpanan.

Sebagian besar masyarakat Indonesia lebih mempercayai rekomendasi dari mulut ke mulut. Strategi word to mouth mengarahkan anggota untuk ikut serta memberikan penilaian dan merekomendasikan suatu produk terhadap individu lain untuk ikut serta dalam memakai suatu produk atau jasa. Selain itu dengan strategi ini akan meningkatkan kepercayaan dari masyarakat berkaitan dengan tingkat kepuasan dan keterjaminan mutu yang diberikan.

Promosi dari mulut ke mulut membentuk hubungan timbal balik antara konsumen dan perusahaan sehingga dapat mengembangkan pemasaran yang berbasis pada relationship, dan membangun suasana keakraban dan terjalinnya hubungan yang lebih luas. Melalui promosi WOM, kita dapat menumbuhkan keingintahuan publik, dan karena sifatnya yang berlandaskan pada empati, kekuatan promosi dari mulut ke mulut mampu menghentikan keluhan konsumen sebelum terjadi, dengan menawarkan berbagai alternatif solusi.

4. Prospek atau silaturahmi terhadap anggota lama

Strategi pemasaran KSPPS Hudatama dalam memasarkan produk simpanan SAHABAT salah satunya dengan berkunjung atau silaturahmi kepada anggota lama yang sudah menutup tabungan. Dari kegiatan kunjungan di harapkan account officer atau marketing dapat menjelaskan secara detail terkait keunggulan produk yang ditawarkan. Sehingga anggota lama tertarik untuk membuka simpanan SAHABAT.

Berdasarkan hasil wawancara dengan account officer menyatakan bahwa tidak jarang anggota lama yang sudah pernah bergabung di KSPPS Hudatama tertarik kembali untuk membuka simpanan SAHABAT. Kunjungan yang dilakukan bertujuan untuk menjaga dan mempertahankan hubungan baik dengan calon anggota maupun anggota lama baik diluar atau didalam lingkungan bisnis.

5. Bazar sembako

Strategi ini dilakukan dengan mengadakan bazar sembako gratis senilai. Calon anggota atau anggota diberikan voucher belanja Rp. 50.000 untuk mengambil sembako gratis. Promosi dengan cara ini sangat menarik sehingga sangat diminati oleh masyarakat khususnya yang sudah berumah tangga. Dalam pelaksanaannya sebelum menukarkan voucher, calon anggota maupun anggota harus berkunjung ke pos pemasaran untuk mendengarkan sosialisasi terkait produk yang ada di KSPPS Hudatama.

Tujuan dari strategi ini yaitu menarik calon anggota untuk ikut bergabung membuka simpanan SAHABAT maupun simpanan lain bahkan pembiayaan di KSPPS Hudatama. Berdasarkan hasil wawancara dengan manajer pemasaran menyatakan bahwa dengan memberikan voucher gratis belanja sembako, maka

calon anggota sangat antusias mengikuti sosialisasi dan mengikuti program ini. Banyak calon anggota yang tertarik dan ikut membuka produk simpanan di KSPPS Hudatama khususnya simpanan SAHABAT.

6. Digital marketing

Perkembangan zaman yang semakin maju, masyarakat memiliki gaya hidup baru dimana mereka tidak bisa lepas dari perangkat yang serba elektronik. Teknologi menjadi alat yang mampu membantu sebagian besar kebutuhan manusia. Teknologi dapat digunakan oleh manusia untuk mempermudah melakukan dalam hal tugas dan juga pekerjaan. Peran penting teknologi inilah yang membawa peradaban manusia memasuki era digital (Setiawan, 2017). Hal tersebut menuntut KSPPS Hudatama agar meningkatkan pelayanannya sehingga dapat menarik anggota. Salah satu faktor yang dianggap mempengaruhi peningkatan anggota yaitu *digital marketing*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan manajer pemasaran KSPPS Hudatama, pelaksanaan promosi juga menggunakan strategi digital marketing untuk memasarkan produk simpanan dan pembiayaan. Melalui saluran *digital marketing* ini, diharapkan pemasaran menawarkan kesempatan untuk mengoptimalkan pengeluaran akan tetapi masih bisa menjalin hubungan dengan calon anggota maupun anggota lama. Pendekatan-pendekatan pemasaran di era *digital marketing* tidak dengan hanya memasarkan produk, tetapi dengan membangun hubungan yang baik antara KSPPS Hudatama dan anggota maupun calon anggota.

5.4. Prosedur Operasional dan Keunggulan Produk Simpanan SAHABAT KSPPS Hudatama

Produk simpanan SAHABAT merupakan simpanan sukarela anggota dengan akad Wadiah yang bisa diambil sewaktu-waktu dan mendapatkan bagi hasil yang kompetitif setiap bulan. Anggota akan mendapatkan buku simpanan. Saldo minimum Rp 10.000.

Sebagai Lembaga Keuangan Syari'ah Dalam menjalankan fungsinya, KSPPS Hudatama menawarkan produk funding dan juga produk lending. KSPPS harus mampu bersaing dengan kompetitornya. Salah satu cara yang dilakukan agar menjadi lebih berkembang adalah dengan menawarkan beberapa produk funding dan produk lending yang inovatif salah satunya yaitu produk simpanan SAHABAT. Hal tersebut juga harus didukung dengan pelayanan bidang operasional yang baik, mudah dan efisien. KSPPS Hudatama memiliki prosedur operasional produk simpanan SAHABAT antara lain:

1. Pembukaan Simpanan SAHABAT
 - a. Calon anggota datang langsung ke kantor cabang terdekat dan bertanya kepada bagian pelayanan atau bisa dengan bantuan account officer untuk pembukaan anggota.
 - b. Bagian pelayanan menjelaskan kepada anggota maupun calon anggota mengenai cara bergabung dan membuka simpanan SAHABAT.
 - c. Setelah penjelasan selesai, bagian pelayanan memberikan kesempatan kepada anggota maupun calon anggota untuk bertanya terkait bagian yang belum paham.

- d. Selanjutnya bagian pelayanan meminta anggota atau calon anggota untuk membaca, melengkapi dan menandatangani formulir pengajuan pembukaan simpanan sesuai dengan identitas diri.
- e. Kemudian bagian pelayanan meminta syarat pembukaan simpanan kepada anggota maupun calon anggota berupa identitas diri (KTP, SIM atau PASPOR) yang masih berlaku.
- f. Bagian pelayanan mencocokkan tanda tangan yang ada di formulir dengan kartu identitas. Selanjutnya calon anggota membubuhkan cap jempol di formulir pembukaan.
- g. Berdasarkan urutan pada buku register pembukaan rekening Sahabat, bagian pelayanan menuliskan nomor rekening pada formulir-formulir tersebut dan mencatat data anggota atau calon anggota pada buku register pembukaan rekening.
- h. Berikan formulir-formulir tersebut kepada pejabat yang ditunjuk dalam hal ini kepala cabang, untuk diperiksa kebenarannya dan mendapatkan persetujuan.
- i. Kemudian anggota maupun calon anggota menyerahkan setoran awal sesuai dengan ketentuan yang sudah ditetapkan.
- j. Anggota mengisi slip aplikasi setoran. Kemudian teller memeriksa kebenaran pengisian slip setoran dan menghitung jumlah uang dihadapan anggota. Kemudian teller menginput transaksi dan divalidasi. slip setoran dibuat rangkap dua, yang asli sebagai diminta teller sebagai arsip tanda bukti dan bagian carbon dikembalikan kepada anggota.

2. Penyetoran simpanan sahabat

- a. Anggota datang langsung ke kantor cabang terdekat.
 - b. Anggota mengisi slip penyetoran yang sudah disediakan.
 - c. Setelah mengisi slip setoran anggota menuju bagian teller.
 - d. Slip setoran dan buku tabungan diserahkan ke teller.
 - e. Teller meneliti jumlah uang dan slip setoran.
 - f. Teller memproses transaksi ke dalam sistem.
 - g. Setelah selesai diproses, Teller menginformasikan jumlah saldo terakhir anggota.
 - h. Teller memberi waktu kepada anggota untuk bertanya.
 - i. Jika sudah selesai kemudian mengembalikan buku tabungan dan slip carbon.
3. Penarikan simpanan SAHABAT
- a. Anggota datang langsung ke kantor cabang terdekat.
 - b. Anggota mengisi slip penarikan yang sudah disediakan.
 - c. Setelah mengisi slip penarikan anggota menuju bagian teller dengan membawa kartu identitas.
 - d. Slip penarikan, buku tabungan dan kartu identitas diserahkan ke teller.
 - e. Teller meneliti jumlah uang dan slip setoran.
 - f. Teller memproses transaksi ke dalam sistem.
 - g. Setelah selesai diproses, Teller menginformasikan jumlah saldo terakhir anggota.
 - h. Teller memberi waktu kepada anggota untuk bertanya.
 - i. Jika sudah selesai kemudian mengembalikan buku tabungan dan slip carbon.
4. Penutupan simpanan SAHABAT

- a. Anggota datang ke kantor terdekat dengan membawa buku tabungan dan kartu identitas.
- b. Anggota menuju bagian pelayanan dan menyebutkan keperluan untuk penutupan rekening simpanan SAHABAT.
- c. Bagian pelayanan menanyakan alasan menutup simpanan SAHABAT.
- d. Bagian pelayanan memberikan formulir penutupan kepada anggota untuk diisi.
- e. Anggota mengisi formulir penutupan simpanan sesuai dengan identitas diri.
- f. Bagian pelayanan memandu pengisian formulir yang dilakukan oleh anggota.
- g. Setelah selesai diisi, anggota menyerahkan formulir penutupan simpanan dengan disertai kartu identitas diri (KTP/SIM/PASPOR).
- h. Bagian pelayanan meneliti formulir penutupan simpanan. Jika sudah sesuai maka anggota diarahkan ke bagian Teller.
- i. Bagian pelayanan memberitahukan kepada anggota mengenai sisa saldo rekening yang dapat diambil dengan menggunakan slip penarikan.
- j. Bagian Teller memandu untuk mengisi slip penarikan. Setelah diisi, Teller meneliti slip penarikan.
- k. Teller memproses transaksi ke sistem.
- l. Teller memberikan uang tunai sebesar saldo yang dapat ditarik atas penutupan rekening simpanan tersebut. Proses penutupan simpanan selesai.
- m. Bagian pelayanan mengembalikan kartu identitas dan buku tabungan yang sudah dipotong cover passbooknya oleh teller. Proses penutupan tabungan dikenakan biaya administrasi sebesar Rp. 2.000.

5. Keunggulan Produk simpanan SAHABAT

- a. Bebas biaya administrasi bulanan.
- b. Bagi hasil kompetitif sesuai dengan prinsip syariah.
- c. Layanan pick-up service (setor tabungan lewat perantara account officer)
- d. Setoran awal minimal Rp. 10.000
- e. Memperoleh passbook (buku simpanan) kepemilikan gratis.
- f. Proses penarikan dan penyetoran yang mudah.
- g. Jika nominal tabungan banyak, bisa dijadikan jaminan pembiayaan.
- h. Dapat diambil sewaktu- waktu sesuai jam kerja kantor.
- i. Dapat dijadikan sebagai pengaturan kas pribadi.



BAB VI

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dari seluruh isi laporan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Strategi pemasaran yang digunakan oleh KSPPS Hudatama Semarang dalam penjualan produknya yaitu dengan *marketing mix*.

Marketing mix yang digunakan di KSPPS Hudatama Semarang yaitu :

- Produk : Dalam KSPPS Hudatama Semarang terdapat beberapa produk simpanan yaitu : simpanan Sahabat, Sirencana, Sisuqur, Sihajroh, Simponi, Sisuka dll. Disini KSPPS Hudatama sudah menyediakan banyak produk dan sesuai dengan kebutuhan calon anggota maupun anggota, jadi sudah sesuai dengan strategi *marketing mix*.
- Harga : Untuk calon anggota yang mau pembukaan rekening simpanan sahabat hanya membutuhkan biaya sebesar Rp. 10.000 dengan harga yang relative rendah, KSPPS Hudatama juga tidak memberikan potongan biaya setiap bulannya, bahkan setiap anggota yang memiliki tabungan akan mendapatkan bagi hasil yang sudah ditentukan, jadi sudah sesuai dengan strategi *marketing mix*.

- Tempat : Akses lokasi KSPPS Hudatama berada di pingir jalan raya dengan bangunan mencolok sehingga dapat terlihat jelas oleh calon nasabah/ anggota dan memiliki lahan parkir yang cukup luas, jadi sudah sesuai dengan strategi *marketing mix*.
- Promosi : promosi dilakukan secara online dan offline, secara online biasanya melalui media sosmed yaitu whatsapp, Instagram, facebook dll, dengan membuat insta story produk tersebut. Dan secara offline biasanya dengan menyebarkan brosur tempat umum dengan memperhatikan letak yang strategis, jadi sudah sesuai dengan strategi *marketing mix*.

2. Keunggulan Dan Prosedur Operasional Produk Simpanan SAHABAT (Simpanan Usaha Banyak Manfaat) di KSPPS Hudatama Semarang.

- a. Produk SAHABAT (Simpanan Usaha Banyak Manfaat) di KSPPS Hudatama Semarang adalah salah satu produk *funding* yang sudah ada tahun 2000. Dalam produk sahabat ini setiap anggota akan mendapatkan buku simpanan dengan saldo minimum Rp. 10.000 dan administrasi penutupan rekening Rp. 2.000. setiap anggotapun diperoleh memberi setoran awal Rp.10.000 dan keunggulan lainnya adalah bebas biaya admin, mendapatkan bonus menarik, dan transaksi penyetoran dan penarikan tunai dapat dilakukan setiap saat melalui teller kantor cabang manapun.
- b. Prosedur Pembukaan Rekening Simpanan SAHABAT

Calon nasabah langsung ke BMT dan bertanya ke bagian pelayanan, kemudian bagian pelayanan menjelaskan kepada calon nasabah mengenai hal-hal yang berkaitan dengan jenis-jenis simpanan, syarat-syarat pembukaan simpanan, besar saldo minimum, penentuan bagi hasil dan penutupan rekening. Selanjutnya bagian pelayanan meminta calon nasabah membaca, melengkapi dan menandatangani formulir yang sudah di isi. Jika kelengkapan data sudah terpenuhi semuanya, maka akan diverifikasi dan diberikan buku tabungan.

c. Penutupan Rekening Simpanan SAHABAT

Nasabah mendatangi bagian pelayanan dan menyampaikan maksudnya untuk melakukan penutupan rekening simpanan. Bila diwakilkan maka nasabah harus menyertakan surat kuasa bermaterai untuk menarik sisa saldo rekening simpanan yang diberi kuasa. Apabila alasan bisa diterima maka akan di beri formulir penutupan rekening simpanan sahabat oleh pelayanan dan meminta nasabah untuk mengisi dan menandatangani serta memberikan penjelasan mengenai biaya yang dibebankan. Setelah semuanya diisi, nasabah mengembalikan formulir penutupan rekening simpanan yang di lampiri buku simpanan dan ditanda tangani oleh bagian pelayanan. Bagian pelayanan melakukan verifikasi tanda tangan yang ada formulir penutupan rekening dengan tanda tangan yang ada pada kartu simpanan.

6.2 Rekomendasi

6.2.1 Rekomendasi hasil

1. Literasi penanganan anggota
 1. Meningkatkan konsep pengetahuan keuangan perusahaan agar mengolah produk-produk yang ada di KSPPS Hudatama Semarang.
 2. Meningkatkan keterampilan memasarkan produk Simpanan SAHABAT ke anggota guna meningkatkan target keuangan perusahaan.
2. Pelatihan literasi magang
 - a. Pemahaman informasi mengenai anggota-anggota yang ditemui secara langsung dengan kegiatan anggota yang saling berbeda-beda.
 - b. Pembelajaran dalam meningkatkan kemampuan mengidentifikasi masalah yang ada dilapangan untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas kerja.

6.2.2 Rekomendasi tempat magang

1. Terhadap Mahasiswa
 - a. Tempat magang memberikan bimbingan mahasiswa dengan penuh kesabaran.

- b. Tempat magang memberikan pengarahan secara mendetail tentang tugas-tugas yang diberikan kepada mahasiswa, karena mahasiswa belum memiliki pengalaman di dunia kerja.
 - c. Tempat magang memberikan kepercayaan kepada mahasiswa untuk membantu pekerjaan serta memberikan kritik yang bersifat membangun bagi mahasiswa magang.
 - d. Tempat magang menciptakan suasana baru di lingkungan kerja yang nyaman antara pegawai dan mahasiswa supaya terjaga keharmonisannya sehingga menimbulkan Kerjasama yang baik dalam perusahaan.
2. Terhadap Pegawai
- a. Tempat magang harus meningkatkan kenyamanan kepada anggota dan pelatihan khusus guna meningkatkan kualitas kerja.
 - b. Tempat magang harus menyediakan peralatan keselamatan kerja bagi pegawai khususnya pekerja yang ada dibagian lapangan saat bekerja.
 - c. Tempat magang harus mengawasi pegawai saat pekerja supaya memperhatikan kedisiplinan dan kebersihan lingkungan kerja.
 - d. Tempat magang harus melengkapi fasilitas yang menunjang pekerjaan pegawai.

6.2.3 Rekomendasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

1. Universitas harus mempersiapkan program MB-KM secara matang sebelum mahasiswa terjun langsung ke tempat magang.

2. Universitas memberikan bimbingan secara mendetail kepada mahasiswa yang melakukan kegiatan MB-KM.
3. Universitas memberikan sosialisai tata cara pelaksanaan MB-KM dan tata cara penyusunan laporan MB-KM yang lebih terperinci sebaiknya diberikan sebelum kegiatan dimulai.
4. Universitas harus menjalin komunikasi dengan instansi tempat mahasiswa melakukan kegiatan MB-KM, agar terciptanya hubungan Kerjasama yang baik serta menjaga nama baik Universitas.
5. Universitas memberikan pengawasan serta perhatian lebih kepada mahasiswa selama melakukan kegiatan MB-KM.



BAB VII

REFLEKSI DIRI

7.1 Hal Positif Selama Perkuliahan Yang Bermanfaat Selama Magang

Pembelajaran yang penulis dapatkan selama perkuliahan sangat bermanfaat dan relevan terhadap pekerjaan selama magang di KSPPS Hudatama Semarang. Kegiatan magang yang penulis lakukan merupakan bentuk praktik nyata dari beberapa mata kuliah yang didapatkan penulis di perkuliahan. Teori dalam perkuliahan menjadi tambahan pengetahuan untuk menganalisa suatu system dalam instansi. Selama kegiatan magang, penulis sering mendapati aspek manajemen untuk menjalankan pekerjaan. Dengan itu penulis dapat membandingkan antara teori dengan praktik atau kegiatan nyata di lapangan apakah sejalan atau justru berjalan berlawanan.

Hal lain yang diterima penulis yaitu, terjadinya komunikasi disetiap kegiatan yang dilaksanakan oleh organisasi. Penulis memiliki pengalaman dan ilmu baru yang belum pernah didapatkan sebelumnya. Penulis memiliki kesempatan untuk mengaplikasikan konsep ilmu pengetahuan yang telah diberikan di bangku kuliah. Penulis diberi kesempatan untuk ikut serta membantu Sebagian kegiatan yang terdapat di masing-masing kegiatan. Penulis memiliki peluang untuk memiliki hubungan yang baik dengan karyawan KSPPS Hudatama Semarang, sehingga dengan hubungan baik ini terjadi komunikasi antar pegawai dengan penulis ditempat magang. Penugasan yang diberikan perusahaan mampu menjadikan lebih

mandiri serta bertanggung jawab atas penugasan yang telah diberikan, kemandirian, dan tanggung jawab yang di maksud adalah kemandirian dan tanggung jawab atas tugas-tugas yang telah diberikan dan harus dikerjakan semaksimal mungkin. Penulis merasakan dampak positif dan adanya kegiatan MB-KM ini penulis mampu bekerja sama dengan baik antar sesama mahasiswa magang dan karyawan yang terkait Ketika diminta untuk menyelesaikan beberapa pekerjaan yang diberikan oleh karyawan KSPPS Hudatama Semarang.

7.2 Manfaat Kegiatan Magang Terhadap Pengembangan Soft-Skills Mahasiswa

Kegiatan magang di KSPPS Hudatama Semarang, selain peningkatan dalam segi *hardskill* juga bermanfaat dalam pengembangan *softskill*. Penulis tidak hanya melaksanakan pekerjaan yang monoton dengan satu pekerjaan, tetapi melaksanakan pekerjaan yang beragam. Adanya *supervisor* dari KSPPS Hudatama Semarang selama magang, membuat pekerjaan dapat dilaksanakan dengan baik dan tepat waktu serta penulis selalu berusaha untuk mengerjakan tugas-tugas dengan optimal. Penulis selalu mengikuti arahan dari *supervisor* magang untuk pekerjaan apa saja yang perlu dilakukan.

Adapula sebuah kekurangan dalam kegiatan magang yang belum didapatkan selama ditempat magang diantaranya, adalah belum mendapatkan jiwa kepemimpinan yang baik. Selama penugasan penulis menjalankan tugas sesuai dengan perintah karyawan KSPPS Hudatama Semarang sehingga jiwa kepemimpinan yang didapatkan kurang optimal. Kekurangan yang lain terdapat

pada inovasi, karena selama kegiatan magang penulis mendapatkan tugas sesuai dengan intruksi dari karyawan KSPPS Hudatama Semarang.

7.3 Manfaat Kegiatan Terhadap Kemampuan Kognitif Mahasiswa

Selama kegiatan magang penulis menemukan factor kesuksesan dalam bekerja berdasarkan dari pengalaman magang di KSPPS Hudatama Semarang yaitu penulis harus memberanikan diri untuk melakukan interaksi dan menjalin komunikasi yang baik dengan rekan kerja atau karyawan agar terciptanya lingkungan kerja yang nyaman, karena lingkungan kerja yang nyaman dapat mempengaruhi kualitas kerja individu. Factor manajemen waktu dan kerja juga memiliki peranan penting dalam menciptakan sebuah kinerja yang baik. Dengan adanya tanggung jawab yang tinggi akan mendatangkan sebuah kepercayaan yang baik dari karyawan KSPPS Hudatama Semarang.

7.4 Kunci Sukses Dalam Bekerja

Dalam mengikuti kegiatan magang tentunya mahasiswa mendapatkan banyak pengalaman, manfaat, dan banyak pembelajaran yang dapat kita dapatkan sebagai mahasiswa sebelum mengikuti magang. Pembelajaran tersebut adalah kunci sukses dalam bekerja dan keterampilan yang kita miliki, tekad serta keberanian dalam mengambil resiko, kemampuan dalam berkomunikasi, mampu bekerjasama dengan tim, serta yang paling penting yaitu kejujuran dan amanah terhadap tanggung jawab sebuah pekerjaan.

7.5 Rencana Perbaikan/Pengembangan Diri, Karir, Dan Pendidikan Selanjutnya

Pengalaman yang penulis dapatkan selama magang, berupa *hardkill* dan *softkill* membuat penulis ingin mengembang diri untuk mencapai karir yang diharapkan. Banyak yang harus dilakukan untuk mengembangkan diri dan karir. Perlunya perencanaan karir yang meliputi memilih sasaran karir dan jalur menuju sasaran tersebut. Penulis akan mengembangkan karir dengan mengembangkan kemampuan dan keterampilan terlebih dahulu dalam hal *hardskill* dan *softskill*. Hal-hal tersebut perlu dilakukan karena dalam pengembangan karir artinya terkait promosi atau kenaikan jabatan yang lebih menuntut tanggung jawab yang lebih besar.

Sasaran karir dapat memotivasi selama perjalanan karir dan bisa mencapai kesuksesan. Ketika sesudah memulai karir, perlunya program pembinaan tenaga kerja untuk mengembangkan keterampilan sesuai dengan bakat dan kemampuan agar berfungsi dengan optimal bagi instansi. Tujuan perencanaan karir adalah untuk menyelaraskan antara kemampuan, kebutuhan, serta target dengan peluang dan tantangan saat ini maupun dimasa mendatang. Sebagai individu harusnya merasa tergerak untuk merencanakan karir sebab lingkungan kerja sangat kompetitif.

Kesuksesan yang ingin dicapai bukan hanya status dan gaji namun kontribusi individu dan realisasi dari potensi diri. Untuk mencapai cita-cita yang tinggi dengan kemajuan karir, tidak lepas dari peningkatan Pendidikan. Pentingnya melanjutkan Pendidikan yang lebih tinggi karena merupakan salah satu factor penunjang untuk mencapai sasaran karir.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Sumiyanto, BMT Menuju Koperasi Modern, Yogyakarta: PT. ISES Consulting Indonesia, 2008
- Antonio, Muhammad Syafii, Bank Syariah Bagi Bankir & praktisi Keuangan, Jakarta: Tazkia Institute, 1999
- Departemen Agama RI, Mushaf Al-Qur'an Terjemahan, Jakarta: Al Huda, 2002
- Gustina Sari, Genny (2017). Penerapan Strategi Word To Mouth Dalam Sistem Jual Beli Di Kelompok Pengajian Salafi Kota Pekanbaru. LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi. DOI 10.30656/lontar.v5i1.483
- Hajar, S., & Sukaatmadja, I. P. G. (2016). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(10), 6580-6609.
- Ikhwanudin, dkk. (2017). Analisis Segmentasi Pasar Konsumen Kopi Hitam Di Kota Padangsidempuan. *Al-Masharif*, 5(1), 71-82.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2006. Marketing manajemen. New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2008. Dasar-dasar Pemasaran. Jilid I Edisi Kesembilan. PT. Indeks Gramedia, Jakarta.

- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2009. Manajmen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid Pertama. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Erlangga, Jakarta
- Lasmiatun, Perbankan Syari'ah, Semarang: LPSDM: RA Kartini Semarang, 2010
- Muhammad, Lembaga- Lembaga Keuangan Umat Kontemporer, Yogyakarta: UII Press, 2000.
- Muhammad, Model Akad Pembiayaan di Bank Syari'ah, UII Press, Yogyakarta: 2009.
- Monica, J. B. (2020). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Kerupuk Edos Desa Ketanon Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung.
- Pirgantoro, Crown, Manajemen Strategi, Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta: 2001.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Administratif. Bandung: Alfabeta.
- Ratnawati, A. (2013). Peningkatan kinerja pemasaran melalui optimalisasi keunggulan bersaing. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 72-89.