

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA UNIT GABUNGAN  
TERPADU *BAITUL MÂL WA TAMWIL* (BMT UGT) SIDOGIRI**



Oleh:  
**Cihwanul Kirom**  
NIM :13.2031.2072

**TESIS**

Diajukan kepada Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga untuk memenuhi  
Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Magister Ekonomi Islam  
Program Studi Hukum Islam  
Konsentrasi Keuangan dan Perbankan Syariah

**YOGYAKARTA  
2015**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:


Nama : Cihwanul Kirom  
NIM : 13.2031.2072  
Jenjang : Magister  
Program Studi : Hukum Islam  
Konsentrasi : Keuangan dan Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 05 Juni 2015

Saya yang menyatakan



  
Cihwanul Kirom  
NIM : 13.2031.2072

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cihwanul Kirom

NIM : 13.2031.2072

Jenjang : Magister

Program Studi : Hukum Islam

Konsentrasi : Keuangan dan Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku

Yogyakarta, 05 Juni 2015

Saya yang menyatakan



Cihwanul Kirom  
NIM : 13.2031.2072



KEMENTERIAN AGAMA  
UIN SUNAN KALIJAGA  
PASCASARJANA  
YOGYAKARTA

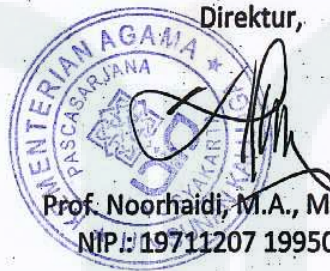
## PENGESAHAN

Tesis berjudul : STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA UNIT GABUNGAN  
TERPADU BAITUT MAL WA TAMWIL (UGT BMT) SIDOGIRI  
Nama : Cihwanul Kirom, Lc.  
NIM : 1320312072  
Program Studi : Hukum Islam  
Konsentrasi : Keuangan dan Perbankan Syari'ah  
Tanggal Ujian : 12 Mei 2015

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Ekonomi  
Islam (M.E.I.).

Yogyakarta, 18 Juni 2015

Direktur,



Prof. Noorhaidi, M.A., M.Phil., Ph.D  
NIP.: 19711207 199503 1 002

## PERSETUJUAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS

Tesis berjudul : STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA UNIT GABUNGAN  
TERPADU BAITUT MAL WA TAMWIL (UGT BMT) SIDOGIRI  
Nama : Cihwanul Kirom, Lc.  
NIM : 1320312072  
Program Studi : Hukum Islam  
Konsentrasi : Keuangan dan Perbankan Syari`ah

telah disetujui tim penguji ujian munaqosah

Ketua : Prof. Dr. Khoiruddin, M.A.  
Sekretaris : Drs. Kholid Zulfa, M.Si.  
Pembimbing/Penguji : Dr. Bachruddin, M.Si.  
Penguji : Dr. Muhammad Fakhri Husein, SE., M.Si.

(  
Signature  
(

diuji di Yogyakarta pada tanggal 12 Mei 2015

Waktu : 08.00-09.00  
Hasil/Nilai : A-  
Predikat Kelulusan : Memuaskan /~~Sangat Memuaskan~~ /Cum Laude\*

\* Coret yang tidak perlu

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth:

Direktur Program Pascasarjana

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul : STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA BMT UGT SIDOGIRI yang ditulis oleh :


Nama : Cihwanul Kirom  
NIM : 13.2031.2072  
Jenjang : Magister  
Program Studi : Hukum Islam  
Konsentrasi : Keuangan dan Perbankan Syariah (KPS)

Saya berpendapat bahwa naskah tesis tersebut dapat diajukan ke program pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister dalam bidang Ilmu Hukum Islam.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 05 Juni 2015

Pembimbing



Dr. Bachruddin, M.Si

## ABSTRAK

Dalam dunia bisnis, pemasaran adalah salah satu aspek penting dalam kesuksesan suatu perusahaan. Butuh sebuah terobosan-terobosan dan strategi pemasaran. *Syariah marketing* adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari satu inisiator kepada *stakeholder*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip *muamalah* (bisnis) dalam Islam. Kegiatan pemasaran sangat menentukan sampai atau tidaknya produk yang dihasilkan perusahaan kepada konsumen. Untuk mendapatkan pemasaran yang sesuai dengan harapan harus mengikuti proses pemasaran yang meliputi pengenalan pasar, strategi pemasaran, bauran pemasaran dan evaluasi. Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah satu perangkat yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi, yang di dalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran.

BMT UGT Sidogiri adalah salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang berkembang dengan pesat. Pada usia 14 tahun telah memiliki aset sebanyak 1,5 trilyun. Dari pemaparan di atas penulis tertarik untuk meneliti strategi bauran pemasaran pada BMT UGT Sidogiri dan faktor apa saja yang mempengaruhinya.

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian dilakukan pada Unit Gabungan Terpadu BMT UGT Sidogiri Pasuruan. Sifat penelitian ini adalah *deskriptif* yaitu dengan menggambarkan karakteristik dari suatu variabel yaitu bauran pemasaran pada BMT UGT Sidogiri. Penelitian ini bertujuan menjelaskan tentang faktor yang signifikan dalam strategi bauran pemasaran pada 4P (*produk, price, place, promotion*) yang digunakan dalam BMT UGT Sidogiri, sehingga perkembangan BMT UGT Sidogiri sangat signifikan dan berkembang dengan pesat dan faktor apa saja yang mempengaruhinya.

Hasil penelitian strategi bauran pemasaran yang digunakan pada BMT UGT Sidogiri sangat mengena dan sesuai dengan keinginan nasabah/konsumen baik dari strategi produk, strategi harga, strategi distribusi dan strategi promosi. BMT UGT Sidogiri memaksimalkan keempat bauran pemasaran dengan baik. Faktor lainnya adalah ditunjang dengan kepatuhan syariah pada BMT UGT Sidogiri sehingga BMT UGT Sidogiri selama 14 tahun berkembang secara pesat dan signifikan. Dari analisa penelitian dapat disimpulkan faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan BMT UGT Sidogiri adalah: strategi bauran pemasaran yang tepat dan sesuai dengan syariah marketing, kepatuhan pada etika bisnis Islam dan faktor *sharia loyalist*.

**Kata Kunci:** Strategi, Pemasaran, Bauran Pemasaran (produk, harga, distribusi dan promosi) dan syariah.

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan tesis ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, Nomor: 157/1987 dan 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	Be
ت	Tā'	T	Te
ث	ā'	Ṣ	Es dengan titik diatas
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥā'	Ḥ	Ha dengan titik dibawah
خ	Khā'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet dengan titik diatas
ر	Rā'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sîn	S	Es
ش	Syîn	Sy	es dan ye
ص	Ṣād	Ṣ	Es dengan titik dibawah
ض	Ḍād	Ḍ	De dengan titik dibawah



ط	Ṭā'	Ṭ	Te dengan titik dibawah
ظ	Zā'	Z	Zet dengan titik dibawah
ع	'Ain	...'	Koma terbalik di atas
غ	Gayn	G	Ge
ف	Fā'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	El
م	Mīm	M	Em
ن	Nūn	N	En
و	Waw	W	We
ه	Hā'	H	Ha
ء	Hamzah	...'	Apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

**B. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap**

مُعَقَّدِينَ	ditulis	<i>muta'addidīn</i>
عِدَّة	ditulis	<i>'iddah</i>

### C. *Tā' marbūtah* di akhir kata

1. Bila dimatikan, ditulis h:

هَيْهَ	ditulis	<i>hibah</i>
جَزِيَهَ	ditulis	<i>jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlakukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti dengan kata sandang ‘al serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h:

كَرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	<i>karāmah al-auliyā'</i>
--------------------------	---------	---------------------------

3. Bila *tā' marbutah* hidup atau dengan harkat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t:

زَكَاةُ الْفِطْرِ	Ditulis	<i>Zakāt al-fitri</i>
-------------------	---------	-----------------------

### D. Vokal Pendek

فَهَمَ	Kasrah	ditulis	i ( <i>fahima</i> )
ضَرَبَ	fathah	ditulis	a ( <i>ḍaraba</i> )
كَتَبَ	dammah	ditulis	u ( <i>kutiba</i> )

### E. Vokal Panjang

1	fathah + alif جَاهِلِيَّةٌ	ditulis	ā <i>jāhiliyyah</i>
2	fathah + ya' mati يَسْعَى	ditulis	ā <i>yas'ā</i>
3	kasrah + ya' mati كَرِيمٌ	ditulis	ī <i>karīm</i>
4	dammah + wawu mati فُرُوضٌ	ditulis	ū <i>furūḍ</i>

### F. Vokal Rangkap

1	Fathah + ya' mati بَيْنَكُمْ	ditulis	ai <i>bainakum</i>
2	fathah + wawu mati قَوْلٌ	ditulis	au <i>Qaulun</i>

### G. Vocal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ	ditulis	<i>a'antum</i>
أَعِدَّتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لَيْنِ شَكَرْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

## H. Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti Huruf Qamariyyah

الْقُرْآنُ	ditulis	<i>al-Qur' ān</i>
الْقِيَّاسُ	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

b. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggandakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el)nya.

السَّمَاءُ	ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشَّمْسُ	ditulis	<i>asy-Syams</i>

## I. Huruf Besar

Huruf besar dalam tulisan Latin digunakan sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD).

## J. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi pengucapannya dan menulis penulisannya.

ذَوِي الْفُرُوضِ	ditulis	<i>ẓawī al-furūd,</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله الذي علم بالقلم علم الإنسان ما لم يعلم . أشهد أن لا إله إلا الله وأشهد أن محمدا رسول الله . اللهم صل على محمد وعلى آله وصحبه أجمعين .  
أما بعد .

Puji syukur penyusun haturkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq dan hidayah, serta nikmat bagi hambanya ini dan untuk umat di dunia ini sehingga kita bisa menjalankan kehidupan dengan tenang dan damai. Shalawat beserta salam penyusun haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, seorang suri tauladan dan contoh panutan terbaik bagi umat manusia di muka bumi ini.

Syukur alhamdulillah penyusun ucapkan karena telah berhasil merampungkan penulisan tesis ini. Penyusun yakin, tesis ini tidak akan selesai tanpa motifasi, bantuan, dan arahan dari berbagai pihak baik moril maupun materil, langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penyusun ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Yth. Bapak Prof. Drs. H. Akh. Minhaji., M.A., Phd., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Yth. Bapak Prof. Noorhaidi, MA., M.Phil., Ph.D selaku Direktur Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Yth. Bapak Dr. Bachrudin, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang dengan ikhlas meluangkan waktu disela-sela kesibukannya untuk membantu,

mengarahkan, dan membimbing penyusun dalam penulisan maupun penyelesaian tesis ini.

4. Yth. HM. Sholeh Wafi, Direktur Bisnis BMT UGT Sidogiri, telah meluangkan waktu untuk Interview, sharing, berbagi ilmu dan memberikan motivasi yang amat sangat berharga dan tak terlupa doa dan motivasi baik via BBM maupun SMS.
5. Ayahanda Panadi dan Ibunda Mastik, dengan segenap kasih sayang, didikan dan curahan doa dan motivasi yang tidak berhenti, mengajarkan untuk selalu belajar, belajar dan memperjuangkan harapan serta mimpi.
6. Pamanku Muhammad Munir, MA. Yang selalu mensupport studiku baik secara materi maupun motivasi, paman Subiyanto, S.pd, dan Istri Daimantun, S.pd, Siti Ma'zumah, Lina, Kakak Kusaeri beserta istri dan bidadari kecilnya, adekku M. Kosim yang sedang belajar tentang hidup, semoga selalu dalam kesuksesan dan keberkahan hidup.
7. Teman-temanku KPS Non Reguler 2013, karikatur keluarga kecilku di Jogja. Belajar dan sukses bersama.
8. Teman-teman AZHARY yang selalu memberikan motivasi, pelajaran hidup dan doa.

Penyusun tidak mungkin bisa membalas segala budi baik yang telah beliau-beliau curahkan, namun hanya ribuan terimakasih teriring doa yang mampu penyusun sampaikan, semoga seluruh amal kebaikan mereka mendapatkan balasan yang setimpal dan berlimpah dari Allah SWT.

Disadari sepenuhnya bahwa tulisan ini masih sangat sederhana untuk dikatakan sebagai sebuah tesis, sehingga saran dan kritik sangat penyusun harapkan dari pembaca. Meskipun begitu, penyusun berharap tulisan ini dapat bermanfaat bagi para pembaca yang nantinya berminat untuk meneruskan dan mengembangkan penelitian ini.

Akhir kata penyusun berharap semoga tesis ini bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi kalangan insan akademis. Amin Yaa Robbal Alamin.

Yogyakarta, 05 Juni 2015  
Penyusun

Cihwanul Kirom  
NIM: 13.2031.2072

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xxi</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	7
D. Kerangka Teoretik .....	8
E. Sistematika Pembahasan.....	10
<b>BAB II : LANDASAN TEORI</b>	
A. Pengertian Pemasaran .....	13
B. Konsep Pemasaran.....	15
C. Pemasaran dalam Islam .....	18
D. Strategi Pemasaran.....	21
E. Strategi Bauran Pemasaran .....	22



<b>F. Strategi Bauran Pemasaran</b> .....	24
<b>1. Product (produk)</b> .....	24
a. Definisi Produk dan Macam-Macamnya.....	24
b. Strategi Produk.....	27
c. Klasifikasi Produk.....	30
d. Etika Syariah dalam Marketing Mix Produk.....	32
<b>2. Price (harga)</b> .....	32
a. Pengertian Harga.....	32
b. Tujuan Penetapan Harga.....	34
c. Program Penetapan Harga.....	35
d. Strategi Penetapan Harga.....	37
e. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga.....	39
f. Etika Syariah dalam Marketing Mix Harga.....	40
<b>3. Place (distribusi)</b> .....	41
a. Hakikat Saluran Distribusi.....	41
b. Strategi Saluran Distribusi.....	42
c. Tujuan Penjualan dan Distribusi.....	44
d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Saluran Distribusi..	45
e. Etika Syariah dalam Marketing Mix Distribusi.....	46
<b>4. Promotion (promosi)</b> .....	47
a. Definisi Promosi.....	47
b. Strategi Promosi.....	48
c. Tujuan Promosi.....	49

d. Bauran Promosi.....	50
e. Etika Syariah dalam Marketing Mix Promosi.....	53
<b>BAB III : METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Lokasi Penelitian.....	54
B. Jenis dan Sifat Penelitian.....	54
C. Kajian Pustaka.....	55
D. Metode Penelitian.....	59
E. Teknik Analisa Data.....	60
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Profil BMT UGT Sidogiri .....	62
1. Sejarah Singkat BMT UGT Sidogiri .....	62
2. Visi dan Misi .....	66
3. Struktur Organisasi .....	68
4. Produk-Produk BMT UGT Sidogiri .....	69
5. Pertumbuhan BMT UGT Sidogiri .....	86
6. Mitra Kerja.....	88
B. Strategi Bauran Pemasaran BMT UGT Sidogiri .....	89
1. Strategi Produk .....	89
2. Strategi Harga.....	95
3. Strategi Lokasi dan Distribusi .....	99
4. Strategi Promosi.....	101
<b>BAB V : PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	105

B. Saran .....	108
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>110</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 01 Jumlah Unit Pelayanan Simpan Pinjam BMT UGT Sidogiri .....	64
Tabel 02 Pertumbuhan Simpanan BMT UGT Sidogiri.....	86
Tabel 03 Perkembangan Keseluruhan BMT UGT Sidogiri.....	86
Tabel 04 Pertumbuhan Pembiayaan.....	87
Tabel 05 Tabel Nisbah .....	97



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 01 Bauran Pemasaran di Lembaga Keuangan .....	24
Gambar 02 Alat-Alat Promosi .....	51
Gambar 03 Struktur Organisasi BMT UGT Sidogiri.....	68
Gambar 04 Struktur Pengurus dan Pengawas UGT BMT Sidogiri .....	69



## MOTTO

❖ بما عاملت به الخلق: يعاملك به الحق، وبما عاملت به الحق، يعاملك به الحق. (الشيخ الأكبر)

*“Dengan apa engkau memperlakukan Mahluk dengan itu juga Allah memperlakukanmu. Dan dengan apa engkau memperlakukan Allah dengan itu juga mahluk memperlakukanmu” (Ibnu Arabi)*

- ❖ *Perjalanan hidup ini terkadang penuh dengan badai, untuk melewati badai kita harus berjalan dengan kekuatan cinta dan keyakinan.*
- ❖ *Aku berjuang hanya untuk 2 hal: orang tua yang harus bahagia pada masa tua, dan Cinta yang akan mendampingiku selamanya.*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

### TESIS INI SAYA PERSEMBAHKAN

- ❖ *BAPAK DAN IBUKU* tercinta, dengan doa, cinta, pengorbanan dan segala hal membuatku ada dan selalu tegar dalam hidup dan harapan serta mimpiku, semoga Allah Menghadiahkannya Surga yang indah dan kekal.
- ❖ *Calon bidadari dunia dan akhiratku, calon bunda putra-putriku kelak, teman dakwah, diskusi, teman berbagi dan teman sejati dalam suka dan duka* mengarungi cerita kehidupan.
- ❖ *Kepada para guruku di Ponpes Mambaus Sholihin, Suci, manyar Gresik* terkhusus Romo Kyai Masbukhin Faqih.
- ❖ *Kepada para Doktor, Masyayikh Universitas Al-Azhar Mesir, yang telah mengajarkan Banyak Hal dari hal yang banyak tentang Keikhlasan, kesederhanaan dan Tauladan Hidup ini. Terkhusus Prof. Sayid Muhammad Thantawi, Abuya Sayid Muhammad al-Maliky al-hasani, Dr.dr. Yusri al jabiry.*
- ❖ *Keluarga tercintaku, lektu, lek im, Kak Saeri, Kosim, Lekzum, Lina, Alvin, Ziyad dan fam, Cipie dan fam dan semua yang mengajarkan arti sebuah keluarga.*
- ❖ *Mereka yang pernah singgah dan akhirnya pergi, terkhusus dr. SNZ, yang telah memberikan pil pahit kehidupan, mengajarkan berbagi, keikhlasan, ketulusan, memaafkan dan ketegaran dalam hidup ini.*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada era globalisasi sekarang ini, persaingan bisnis semakin ketat dan menantang. Tidak lepas juga persaingan ini dihadapi oleh lembaga keuangan syariah. Untuk bisa eksis dan berkembang dibutuhkan sebuah strategi-strategi yang baik dan tepat sasaran. Bukan hanya pada produk, layanan, sumber daya manusia tetapi juga dituntut memiliki strategi pemasaran yang bagus.

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.<sup>1</sup>

Dalam dunia bisnis, pemasaran adalah salah satu aspek penting dalam kesuksesan suatu perusahaan. Butuh sebuah terobosan-terobosan dan strategi pemasaran yang tepat agar perusahaan atau suatu lembaga itu bisa meraih apa yang mereka inginkan dari para konsumen/nasabah. Pemasaran lembaga keuangan/jasa keuangan adalah usaha untuk menciptakan dan melayani permintaan pasar/nasabah sehingga memperoleh keinginan bagi lembaga keuangan dan masyarakat.

---

<sup>1</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Prenhallindo, 2002), hlm. 7.



Kegiatan pemasaran sangat menentukan sampai atau tidaknya produk yang dihasilkan perusahaan kepada konsumen sehingga kegiatan pemasaran sangat penting dan para pelaku bisnis harus bisa menetapkan bauran pemasaran yang tepat yang bisa digunakan untuk memenuhi keinginan konsumen. Untuk mendapatkan pemasaran yang sesuai dengan harapan, maka harus mengikuti tahapan-tahapan atau proses pemasaran sebagai berikut: Pengenalan pasar, strategi pemasaran, bauran pemasaran, dan evaluasi.

Tahapan ketiga dalam pemasaran adalah bauran pemasaran. Dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) terdapat 4 bauran pemasaran yang dapat menjadi salah satu pedoman dalam melaksanakan pemasaran (4P). Keempat bauran (4P) tersebut adalah: *product, price, place dan promotion*. Masing-masing bauran mempunyai tujuan tersendiri dalam pemasaran. Untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu mencapai laba yang optimal dan untuk bertahan perusahaan menggunakan kegiatan pemasarannya sebagai ujung tombak keberhasilan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus dapat mengorganisasi tiap-tiap bauran pemasaran tersebut agar teratur dengan baik. Sehingga, nantinya perusahaan mendapatkan hasil yang optimal.

Bauran pemasaran merupakan langkah lanjutan yang sudah memasuki wilayah pasar. Bauran pemasaran adalah serangkaian variable

pemasaran terkendali yang dipakai oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang dikehendaki perusahaan dari pasar sasarannya.<sup>2</sup>

Produk merupakan kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan pengusaha kepada pelanggan. Atau setiap apa aja yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.<sup>3</sup> Barang dan jasa harus halal sehingga transaksi atas barang dan jasa yang haram menjadi batal demi hukum syariah.<sup>4</sup>

Harga Secara sederhana definisinya adalah pencerminan dari nilai. Dalam teori ekonomi, harga, nilai dan faedah merupakan istilah-istilah yang saling berhubungan. Faedah adalah atribut barang yang dapat memuaskan kebutuhan. Sedangkan nilai adalah ungkapan secara kuantitatif tentang kemampuan barang agar dapat menarik dalam pertukaran. Karena perekonomian kita bukan sistem barter maka untuk mengadakan pertukaran atau untuk mengukur nilai suatu barang kita menggunakan uang. Istilah yang dipakai adalah harga. Jadi harga adalah nilai yang dinyatakan dalam rupiah.<sup>5</sup>

Promosi merupakan aspek penting dalam pemasaran yaitu memberikan informasi kepada calon konsumen atau pada masyarakat luas. Promosi juga salah satu ujung tombak dalam pemasaran. Dengan adanya

---

<sup>2</sup> Kotler, *Marketing Essentials*, terj. Herujati Purwoto dengan judul *Marketing* (Jakarta: Erlangga, 1999), hlm. 4.

<sup>3</sup> Murti Sumarni, *Marketing Perbankan* (Yogyakarta: Liberty, 1997), hlm. 22.

<sup>4</sup> Syafii Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm. 30.

<sup>5</sup> Irawan dan Farid Wijaya M, *Pemasaran: Prinsip dan Kasus*, edisi kedua, (Yogyakarta: BPFE, 1997), hlm. 110.

promosi perusahaan dapat memperoleh kesempatan untuk berkomunikasi dengan konsumen

Promosi menunjukkan pada berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan kebaikan produknya, membujuk dan mengingatkan para pelanggan dan konsumen sasaran untuk membeli produk tersebut. Karena itu perusahaan harus memasang iklan, menyelenggarakan promosi penjualan, mengatur publikasi dan menyebarkan tenaga penjualan untuk mempromosikan produk-produknya.<sup>6</sup>

Distribusi merupakan hal penting dalam suatu perusahaan. Karena dengan distribusi produk-produk ini sampai ke pasar. Distribusi ini juga sering disebut saluran distribusi. Menurut Kotler saluran distribusi adalah himpunan perusahaan dan perorangan yang mengambil alih hak atau membantu dalam pengalihan hak atas barang atau jasa selama berpindah dari produsen ke konsumen.<sup>7</sup>

Kegiatan pemasaran sangat menentukan sampai atau tidaknya produk yang dihasilkan perusahaan kepada konsumen sehingga kegiatan pemasaran sangat penting dan para pelaku bisnis harus bisa menetapkan bauran pemasaran yang tepat, yang bisa digunakan untuk memenuhi keinginan konsumen.

BMT Merupakan kependekan dari *Baitul Mâl wa Tamwil* atau dapat ditulis dengan *Baitul Mâl wa Tamwil*. Secara *harfiah luhgowi Baitul*

---

<sup>6</sup> Irawan dan Farid Wijaya M, *Pemasaran: Prinsip dan Kasus...*, hlm. 153.

<sup>7</sup> *Ibid.*, hlm. 134.

*Mâl* berarti rumah dana dan *baitul tamwil* berarti rumah usaha. Ada juga yang mengartikan *tamwil* berarti pembiayaan.<sup>8</sup> *Baitul Mâl wa Tamwil* (BMT) adalah lembaga yang memiliki dua kelembagaan. Lembaga sosial sebagaimana lembaga Zakat, Infak dan Sedekah. Sedangkan lembaga bisnis yang berorientasi profit, seperti perbankan. BMT Sebagai lembaga keuangan mikro tidak memiliki akses ke pasar uang. Target pasarnya adalah menghimpun dan menyalurkan dana pada kelompok usaha kecil.<sup>9</sup>

Sejarah gerakan BMT telah dimulai pada era 80-an, antara lain dengan upaya penggiat masjid Salman ITB di Bandung menggagas lembaga teknosa, lembaga semacam BMT yang sempat tumbuh pesat, meski kemudian bubar. Kemudian ada koperasi Ridha Gusti pada tahun 1988 di Jakarta, yang menggunakan prinsip bagi hasil, kemudian pada bulan Juni 1992 di Jakarta muncul BMT Bina Insan Kamil yang digagas oleh Zainal Arifin, Aries Mufti dan Istar Abadi<sup>10</sup>.

Lembaga keuangan yang dikembangkan oleh BMT berupa penghimpunan dana dan penyalurannya melalui kegiatan pembiayaan dari dan untuk anggota atau non anggota. Kegiatan operasional BMT ini dapat disamakan dengan kegiatan simpan-pinjam dalam koperasi atau kegiatan perbankan secara umum.<sup>11</sup>

---

<sup>8</sup> Muhammad Muslehuddin, *Sistem Perbankan dalam Islam* (Jakarta : Rineka Mulia, 1994), hlm. 14.

<sup>9</sup> Zainul Arifin, *Memahami Bank Syariah* (Jakarta: Alvabet, 1999), hlm. 172.

<sup>10</sup> Awalil Rizky, *Fakta dan Prospek Baitul Maal wat Tamwil* (Yogyakarta: UCY Press, 2007), hlm. 8.

<sup>11</sup> Hertanto Widodo dkk., *Panduan Praktis Operasional BMT* (Bandung: Mizan, 1999), hlm. 82.

Pada akhir Oktober 1995 di seluruh Indonesia telah berdiri lebih dari 300 BMT, dan setelah berjalan selama satu dekade belakangan ini, di Indonesia, telah berdiri lebih kurang 2000 unit *Baitul Mâl wa Tamwil* yang tersebar di penjuru negeri ini. Lembaga ini telah menjadi keuangan rakyat, karena keberadaannya yang dekat dengan rakyat

Sekian banyak BMT di Indonesia, *Baitul Mâl wa Tamwil* (BMT UGT) Sidogiri adalah salah satu lembaga keuangan syariah yang berdiri pada tanggal Pada tanggal 6 Juni 2000 atau 5 Rabiul awal 1421 H. BMT UGT Sidogiri dirintis oleh para guru Tugas Pondok Pesantren Sidogiri Pasuruan. Dengan modal awal sebanyak 13,5 juta telah menjadi lembaga keuangan mikro syariah yang besar dan maju.

Keberhasilan BMT UGT Sidogiri sangat nyata, dibuktikan dengan membuka beberapa unit pelayanan anggota di kabupaten/kota yang dinilai potensial. BMT UGT Sidogiri telah berusia 13 tahun dan sudah memiliki 230 Unit Layanan *Baitul Mâl wat Tamwil/Jasa Keuangan Syari'ah* dan 1 Unit Pelayanan Transfer.<sup>12</sup> BMT UGT Sidogiri telah tersebar pada 21 Propinsi dan termasuk 300 koperasi besar dunia.<sup>13</sup>

Berdasarkan laporan Buku Rapat Anggota Tahunan (RAT) pada Desember 2014 BMT UGT Sidogiri telah memiliki anggota sebanyak 11,602 anggota dengan aset sebesar Rp.1,509,559,920,750,. BMT UGT

---

<sup>12</sup><http://bmtugtsidogiri.co.id/tentang-kami-6.html>, Akses tanggal 23 Oktober 2014.

<sup>13</sup><http://www.nu.or.id/a/public-m.dinamic-s.detail-ids,46-id,50461-lang.id.c.pesantren-t.Aset+Koperasi+Pesantren+Sidogiri+Tembus+Rp+1+Triliun-.phpx>, Akses 23 Oktober 2014

Sidogiri Memiliki jumlah kantor pelayanan sebanyak 257 kantor dan karyawan berjumlah 1,341 orang.<sup>14</sup>

Dari paparan perkembangan yang signifikan dan pertumbuhan yang pesat pada BMT UGT Sidogiri maka, penulis tertarik untuk meneliti tentang pemasaran yang diterapkan oleh BMT UGT Sidogiri. Penulis membatasi penelitian ini hanya pada **‘Strategi Bauran Pemasaran pada BMT UGT Sidogiri’** yang meliputi 4P yaitu: *Produk, Price, Place* dan *Promotion*.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, dapat diambil rumusan masalah yang akan menjadi obyek penelitian pada BMT UGT Sidogiri sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi bauran pemasaran pada BMT UGT Sidogiri?
2. Faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhinya?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Mengetahui Strategi bauran pemasaran pada BMT UGT Sidogiri Pasuruan.

---

<sup>14</sup> Laporan Rapat Anggota Tahunan BMT UGT Sidogiri Tahun 2014.

- b. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi BMT UGT Sidogiri bisa berkembang pesat.

## 2. Kegunaan Penelitian.

A. Bagi Praktisi kegunaan penelitian ini adalah:

- 1) Memberikan informasi bagi pihak manajemen, khususnya bagian pemasaran, akan sebuah strategi pemasaran yang tepat.
- 2) Memberikan informasi kepada pihak yang berkecimpung dalam dunia keuangan pada umumnya dan BMT pada khususnya sebuah strategi baru dalam pemasaran.
- 3) Memberikan gagasan dan informasi pada pemegang kebijakan dalam pemasaran.

B. Sedangkan kegunaan penelitian ini bagi akademisi antara lain:

- 1) Memberikan wawasan dan referensi untuk penelitian yang berhubungan dengan strategi bauran pemasaran untuk dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya.
- 2) Menambah wacana baru akan strategi pemasaran.

## D. Kerangka Teoretik

Kotler dan Amstrong dalam bukunya “Prinsip-Prinsip Pemasaran” mengatakan bahwa pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan, lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai

dengan orang lain. Kotler mengatakan bauran pemasaran sebagai seperangkat alat pemasaran taktis dan terkontrol yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran.<sup>15</sup>

Sedangkan menurut Wiliam J. Stanton pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan kegiatan perdagangan yang dirancang untuk membuat rencana, harga, promosi dan distribusi untuk memuaskan kebutuhan akan barang-barang dan jasa-jasa dari para langganan yang sudah ada maupun yang potensial.<sup>16</sup>

Pemasaran dalam pandangan Islam merupakan suatu penerapan disiplin strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Ide mengenai Pemasaran Syariah ini sendiri ditelurkan oleh dua orang pakar dibidang Pemasaran dan Syariah. Mereka adalah Hermawan Kartajaya, salah satu dari lima puluh orang guru yang telah mengubah masa depan dunia pemasaran bersama-sama dengan Philip Kotler, dan Muhammad Syakir Sula salah satu dari enam pemegang gelar profesional ahli asuransi syariah.

*Syariah Marketing* adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari satu inisiator kepada *stakeholder*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip *muamalah* (bisnis) dalam Islam.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2011), hlm. 71.

<sup>16</sup> William J Station, *Prinsip Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1996), hlm. 9.

<sup>17</sup> Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan, 2006), hlm. 26-27.



Menurut Murti Sumarni dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Pemasaran Bank* mengemukakan marketing mix adalah kombinasi dari empat variabel/kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran yaitu produk, harga, promosi dan distribusi atau kumpulan variabel-variabel yang dapat digunakan oleh perusahaan /bank untuk mempengaruhi tanggapan konsumen.<sup>18</sup>

Dalam perannya keempat bauran mempunyai tujuan tersendiri dalam pemasaran. Untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu mencapai laba yang optimal dan untuk bertahan perusahaan menggunakan kegiatan pemasarannya sebagai ujung tombak keberhasilan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus dapat mengorganisasi tiap-tiap bauran pemasaran tersebut agar teratur dengan baik sehingga nantinya perusahaan mendapatkan hasil yang optimal. Bauran pemasaran adalah kiat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran pemasarannya dalam pasar sasaran.<sup>19</sup>

#### **E. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini berisi lima bab yang saling berhubungan dan tidak dapat dipisahkan, dengan uraian sebagai berikut:

---

<sup>18</sup> Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, Edisi Revisi (Yogyakarta: Liberty, 2002), hlm. 6.

<sup>19</sup> Philip Kotler dan A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Edisi Pertama (Jakarta: Salemba Empat, 1999), hlm. 124

Bab I Pendahuluan, bab ini berisi tentang pendahuluan yang menjelaskan tentang unsur persyaratan dalam suatu penelitian ilmiah, yang terdiri dari latar belakang atas suatu permasalahan sehingga diperlukan penelitian yang kemudian dirumuskan permasalahannya. Dari rumusan masalah tersebut diuraikan tujuan dan kegunaan penelitiannya. Dalam bab ini juga dijelaskan kerangka teoritik. Kemudian diakhiri sistematika pembahasan yang diuraikan untuk menghantar perumusan penelitian.

Bab II Landasan Teori, bab ini berisi Landasan Teori. Teori-teori yang akan digunakan sebagai dasar penelitian yaitu: pengertian pemasaran, konsep pemasaran, pemasaran dalam Islam dan Strategi Bauran Pemasaran meliputi Produk, Harga, Distribusi dan Promosi dan semua variabel yang berhubungan dengan bauran pemasaran.

Bab III Metodologi Penelitian, Pada bab ini berisi tentang metode yang digunakan untuk menganalisa data penelitian ini. Langkah yang dilakukan dalam metode penelitian tersebut dimulai dengan penjelasan mengenai lokasi penelitian, dilanjutkan dengan Jenis Penelitian, kajian pustaka, metode pengumpulan Data dan teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, Pada bab ini berisi hasil penelitian meliputi: Sejarah singkat BMT UGT Sidogiri, visi dan misi BMT UGT Sidogiri, Struktur organisasi, Produk-produk BMT UGT Sidogiri, perkembangan dan Mitra kerja BMT UGT Sidogiri. Kemudian disusul pada pembahasan penelitian yaitu analisis strategi bauran

Pemasaran yang ada pada BMT UGT Sidogiri pada 4P (*Produk, Price, Place dan Promotion*).

Bab V Kesimpulan, bab ini berisi kesimpulan dari pembahasan-pembahasan sebelumnya, saran yang perlu disampaikan untuk penelitian selanjutnya, kemudian diakhiri dengan daftar pustaka.



## **BAB V**

### **PENUTUP.**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bauran pemasaran dan faktor apa saja yang mempengaruhi BMT UGT Sidogiri sehingga berkembang dengan pesat. Penelitian ini menggunakan analisis *Deskriptif analitik* dalam menganalisa data. Berdasarkan hasil pembahasan dan analisa yang telah dilakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan Bahwa BMT UGT Sidogiri mengalami perkembangan yang cukup signifikan selama 14 tahun dengan menerapkan Strategi bauran pemasaran sebagai berikut:

1. BMT UGT Sidogiri dalam strategi produk:
  - a. menawarkan produk dengan variasi dan keanekaragaman produk yang dibutuhkan oleh nasabah. Strategi produk yang digunakan BMT UGT Sidogiri adalah strategi *positoning*
  - b. BMT UGT Sidogiri memberi moto khusus tiap item produk dengan motivasi yang baik, karena pemberian moto adalah bagian strategi produk. Dengan moto ini produk akan memiliki arti positif, menarik perhatian dan mudah diingat.
  - c. Pada produk pembiayaan untuk memudahkan nasabah BMT UGT Sidogiri menggunakan nama singkatan pada produknya. Pada kaitanya dengan strategi *positoning* produk BMT UGT Sidogiri

mensosialisasikan produknya dengan kata aman, menguntungkan, kompetitif dan bebas dari riba.

- d. Dalam produk-produknya BMT UGT Sidogiri menjamin sepenuhnya sesuai dengan syariah, mengedepankan nilai keadilan, keterbukaan dengan *margin* yang telah disepakati oleh nasabah adalah kesepakatan yang kompetitif dan tidak membebani nasabah.
2. Dalam hal penentuan harga inilah strategi yang digunakan oleh BMT UGT Sidogiri adalah:
- a. Produk BMT UGT Sidogiri ditentukan dengan mengutamakan nilai keadilan yang merupakan ciri dari bank syariah.
  - b. Penetapan harga BMT UGT Sidogiri relatif sama dengan beberapa BMT lain dan cukup kompetitif.
  - c. Secara garis besar akad yang dipakai dalam produk simpanan adalah *mudharabah musytarakah*.
  - d. Syarat kredit pada BMT UGT Sidogiri memudahkan bagi nasabah.
  - e. Sedangkan dalam jangka waktu kredit, tiap item produk BMT UGT Sidogiri berbeda-beda dan variatif, sesuai dengan pilihan nasabah/konsumen.

3. Dalam kaitanya dengan strategi lokasi/ distribusi, sebagai berikut:
  - a. BMT UGT Sidogiri memfokuskan diri pada tempat-tempat potensial diantaranya pasar-pasar tradisional dan membidik daerah-daerah yang menjadi kantong tenaga kerja.
  - b. Strategi jaringan yang digunakan oleh BMT UGT Sidogiri adalah dengan memperbanyak kantor pelayanan.
  - c. Jaringan yang digunakan oleh BMT UGT Sidogiri adalah jaringan alumni pesantren Sidogiri juga jaringan penyebaran/ memperbanyak kantor pelayanan.
4. Dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat, BMT UGT Sidogiri menerapkan strategi bauran promosi atau sering disebut *promotion mix*, *promotion blend*, *communication mix* dimana dalam model ini mencakup: *personal selling*, *mass selling* yang terdiri atas periklanan dan publisitas, promosi penjualan, *public relations* dan *direct marketing*.

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan pesat pada BMT UGT Sidogiri adalah sebagai berikut:

1. Strategi bauran pemasaran yang bagus dan mengena pada nasabah sehingga pertumbuhan BMT UGT Sidogiri signifikan.
2. Kepatuhan dan berpegang kuat pada syariah dalam pemasaran yang dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri. Seperti yang telah dibahas

sebelumnya bahwa ada empat karakteristik yang terdapat dalam pemasaran syari'ah yaitu *rabbaniyah*, *akhlaqiyah*, *al-waqi'iyah*, dan *insaniyah*.

3. BMT UGT Sidogiri terbentuk dengan niat dakwah dan membumikan lembaga keuangan syariah, dari situlah pemasar sadar bahwa pasar terbentuk berdasarkan perilaku (*behavior*) yang terbagi dalam tiga segmen, yaitu *sharia loyalist*, *floating market* dan *conventional market*. Dari ketiga segmen tersebut *sharia loyalist* adalah segmen terpenting dalam BMT UGT Sidogiri.

## **B. Saran**

Dari pembahasan dan analisis data yang dilakukan maka penulis mengajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi BMT UGT Sidogiri
  - a. BMT UGT Sidogiri adalah lembaga keuangan mikro syariah yang mapan dan mempunyai visi misi membumikan ekonomi syariah, agar gerakan dan dakwah lewat ekonomi ini semakin kuat perlu bekerja sama dengan lembaga-lembaga pendidikan Islam dalam hal ini perguruan tinggi dan pondok pesantren yang tersebar di pelosok Indonesia.
  - b. Mengingat media informasi dan komunikasi berkembang dengan cepat dan menjadi alat promosi yang jitu, perlu kiranya BMT UGT Sidogiri menggunakan media promosi baik media cetak atau Televisi. Bukan hanya

saja televisi lokal tetapi juga TV nasional agar promosi itu bisa menjangkau seluruh lapisan masyarakat.

## 2. Bagi peneliti Selanjutnya

Agar penelitian tentang strategi bauran pemasaran pada lembaga keuangan syariah lebih valid maka penelitian harus mengkolaborasikan antara teori pemasaran, pemasaran dalam Islam, kode etik bisnis Islam serta penyertaan data yang akurat.



## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

Abdurrahman, Nana Herdiana, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.

Arifin, Zainul, *Memahami Bank Syariah*, Jakarta: Alvabet, 1999.

Antonio, Syafii, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani, 2001.

Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 1993.

Candra, Gregorius, *Strategi dan Program Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset, 2005.

Hasan, Ali, *Marketing Bank Syariah*, Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2007.

Irawan dan Farid Wijaya M, *Pemasaran: Prinsip dan Kasu*, edisi kedua, Yogyakarta: BPFE, 1997.

Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan, 2006.

Kasmir, *Pemasaran Bank*, edisi Revisi, Jakarta: Prenada Media, 2008.

Koentjaraningrat, *Metode Wawancara*, Jakarta: Gramedia, 1991.

Kotler, Philip dan A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Edisi Pertama, Jakarta: Salemba Empat, 1999.

\_\_\_\_\_ dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2011.

\_\_\_\_\_, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Prenhallindo, 2002.

\_\_\_\_\_, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: SMTG Desa Putra, 2002.

\_\_\_\_\_, *Marketing Essentials* “terj” Herujati Purwoto dengan judul *Marketing*, Jakarta: Erlangga, 1999.

Laksana, Fajar *Manajemen Pemasaran; Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.

Laporan Rapat Anggota Tahunan, BMT UGT Sidogiri Tahun 2014.

Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002.

Mursid, M. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006.

Muslehuddin, Muhammad, *Sistem Perbankan dalam Islam*, Jakarta : Rineka Mulia, 1994.

Nazir, M. *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998.

Redaksi Majalah Ijtihad, *Jejak langkah 9 Masyayikh Sidogiri* jilid 2, Pasuruan: Pustaka Ponpes Sidogiri, 1432 H.

Rizky, Awalil, *Fakta dan Prospek Baitul Maal wat Tamwil*, Yogyakarta: UCY Press, 2007.

Station, William J *Prinsip Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 1996.

Sumarni, Murti, *Marketing Perbankan*, Yogyakarta: Liberty, 1997.

Sumarni, Murti, *Manajemen Pemasaran Bank*, Edisi Revisi, Yogyakarta: Liberty, 2002.

Susanto, Herry dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.

Swashta, Basu dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, 1990.

Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset, 1997.

Widodo, Hertanto *et al.*, *Panduan Praktis Operasional BMT*, Bandung: Mizan, 1999.

**Tesis dan Skripsi:**

Hidayat, Farid “Strategi Pemasaran Unit Usaha Syariah (Strategi Pemasaran Unit Usaha Syariah (Studi Komparatif antara BPD DIY Syariah dan BTN Syariah Yogyakarta)”, *Tesis*, Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2008.

Hidayatullah, Muh Safrani “ Strategi Pemasaran Produk-produk di BPR Syariah PNM Patuh Beramal Mataram Nusa Tenggara Barat” *Tesis*, Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2002.

Karim, Moh. “Analisis Hukum Islam terhadap Penyertaan Nazar dalam Pembiayaan Al Qard Al-hasan di UGT BMT Sidogiri cabang pembantu Kasongan Kalimantan Tengah” *Tesis*, Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2014.

Sriwijayani, Tri Novi “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Konsumen memiliki Kartu Kredit BRI (studi kasus pada BRI kantor cabang Solo Slamet Riyadi” *Tesis*, Solo: Universitas Sebelas Maret, 2008.

Thoha, Aris Badaruddin”Strategi Pemasaran BMT Bina Dhuafa Beringharjo”, *Tesis*, Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2005.

**Website:**

[Http://bmtugtsidogiri.co.id/tentang-kami-6.html](http://bmtugtsidogiri.co.id/tentang-kami-6.html), akses tanggal 23 Oktober 2014.

[Http://www.nu.or.id/a,public-m,dynamic-s,detail-ids,46-id,50461-lang,idc,pesantren,Aset+Koperasi+Pesantren+Sidogiri+Tembus+Rp+1+Triliun-.php](http://www.nu.or.id/a,public-m,dynamic-s,detail-ids,46-id,50461-lang,idc,pesantren,Aset+Koperasi+Pesantren+Sidogiri+Tembus+Rp+1+Triliun-.php), Akses 23 Oktober 2014.

<http://www.hidayatullah.com/berita/berita-dari-anda/read/2015/02/22/39340/bmt-ugt-sidogiri-targetkan-aset-rp-2-triliun-ingin-jadi-koperasi-nasional.html>. Akses 20 April 2015.

<http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/15/02/23/nk89rm-bmt-sidogiri-raih-dana-kemitraan-rp-200-miliar> . Akses 20 April 2015.

<https://id.wikipedia.org/wiki/Strategi>. Akses 30 Juni 2015.

**Sumber Lain:**

Modul Materi Umum dan Perkoperasian, Pusat Pengembangan Bisnis

(LPKWU, Universitas Sebelas Maret, Solo 2003.

Laporan Rapat Anggota Tahunan BMT UGT Sidogiri, Tahun 2014.

Brosur BMT UGT Sidogiri

## **Daftar wawancara tentang Strategi Bauran Pemasaran di BMT UGT Sidogiri**

1. Sejak kapan BMT UGT Sidogiri mulai beroperasi?
2. Pertimbangan apa saja yang mendasari berdirinya BMT UGT Sidogiri, dengan sistem Syariah di Sidogiri? Dan siapa saja tokoh yang berperan?
3. Dalam melakukan pemasaran terdapat proses, awalnya pengenalan pasar, bagaimana kesiapan lembaga ini sebelum terjun ke pasar ? dan bagaimana langkah sistem perekrutanya?
4. Siapa saja yang menjadi rekanan di BMT UGT Sidogiri?
5. Dengan perjalanan UGT BMT selama ini bagaimana kinerja karyawan apakah sudah kompeten dari segi kualitas dan kuantitas?
6. dari segi nasabah, golongan nasabah mana yang terbanyak dalam BMT UGT Sidogiri?
7. Dari segi pesaing, siapa sajakah yang menjadi pesaing BMT UGT Sidogiri, dan langkah apa yang dikedepankan dalam menghadapi persaingan oleh BMT UGT Sidogiri?
8. Dalam Strategi pemasaran tentu lembaga telah melakukan segmentasi pasar, dengan melihat pasar kepada tingkat karakteristik dan kebutuhan, siapa yang menjadi segmen tersebut? Dan apa yang mendasarinya?
9. Jika menggunakan analisis SWOT bagaimana kondisi yang ada di Pasuruan? Dan bagaimana strategi BMT UGT Sidogiri menghadapinya?
10. Bagaimana strategi BMT dalam membangun citra dalam masyarakat untuk memperoleh simpati/positioning?
11. Dalam melakukan pemasaran terobosan apa saja dari sejak berdiri sampai saat ini?
12. Produk-produk apa saja yang menjadi andalan BMT UGT Sidogiri?
13. Strategi apa saja yang dilakukan dalam menjual produk funding?

14. Strategi apa saja yang dilakukan dalam menjual produk financing?
15. Diantara proses funding diantaranya adalah Wadiah, apakah ada bonus dalam prinsip titipan murni?
16. Bagaimana upaya BMT UGT dalam membentuk Brand tersendiri dimasyarakat visi dan misi apa yang dilakukan sebagai inspirasi utama BMT UGT Sidogiri?
17. Dalam melakukan pelayanan, apa yang menjadi produk unggulan BMT UGT Sidogiri dalam menjual produknya?
18. Dalam melakukan interaksi dengan nasabah dalam proses transaksi apakah BMT UGT sudah menggunakan sistem syariah yang mengedepankan, kejujuran, kejelasan, keterbukaan dan tanggung jawab?
19. Bagaimana sistem bagi hasil yang diterapkan dalam proses transaksi? Misalnya mudharabah atau musyarakah? Apakah ada peluang Nego?
20. Dalam mudharabah tidak dikenal jaminan? Bagaimana mudharabah di BMT UGT ini?
21. Bagaimana prosedur dalam transaksi jual beli misal murabahah? Bagaimana penentuan proses biaya operasional? Apakah di sediakan peluang nego?
22. Dalam produk jasa seperti sarf, transfer uang berapa banyak BMT UGT menarik biaya ? bagaimana penetapannya?
23. Dalam dalam funding maupun financing? Apakah ada target harian?
24. Dalam hal tempat, apakah letak BMT UGT ini sudah sesuai dengan strategi pemasaran?
25. Apakah sejauh ini ada upaya lembaga ini untuk menembus lembaga-lembaga keislaman lainnya?
26. Dalam hal promosi, Bagaimana BMT UGT melakukan promosinya? Dan sarana/ alat promosi apa saja yang digunakan?

27. Apakah ada anggaran khusus untuk promosi ini?
28. Bagaimana peran ulama dalam BMT UGT ini?
29. Produk dan jasa apa saja yang ada pada BMT UGT Sidogiri?
30. Selama ini bentuk pemasaran apa yang paling efektif dalam menggaet nasabah?
31. Dalam hal pemasaran selama ini kendala apa yang sering menjadi halangan ?
32. Strategi pemasaran apakah yang digunakan dalam BMT UGT sidogiri yang membedakan dengan lembaga keuangan lainnya?
33. Dengan strategi pemasaran yang telah dilakukan selama ini bagaimana hasil dan yang telah diperoleh?
34. Apa perbedaan BMT UGT dengan BMT lainnya dalam Produk, Harga, distribusi dan Promosi?
35. Strategi apa saja yang telah dilakukan dalam bauran pemasaran?
36. Berapa nisbah pembiayaan dan simpanan di BMT UGT ?
37. Perumahan dalam BMT termasuk produk apa? Dan akad apa yang digunakan ?



# BMT UGT Sidogiri Targetkan Aset Rp 2 Triliun, Ingin Jadi Koperasi Nasional

Ahad, 22 Februari 2015 - 09:57 WIB

Aset BMT UGT Sidogiri mengalami pertumbuhan 41 persen dari Rp. 1,069 triliun tahun 2013 menjadi Rp 1,509 triliun tahun 2014



**Hidayatullah.com**—Ketua Koperasi Simpan Pinjam Syariah BMT UGT Sidogiri KH. Mahmud Ali Zain mentargetkan aset tahun 2015 mencapai Rp.2 Triliun.

“Insyallah dengan semangat kelembagaan yang kami miliki target tersebut mampu tercapai di tahun ini,” demikian terangnya dalam Rapat Anggota Tahunan (RAT) ke-14 hari Sabtu (22/02/2015) yang dilakukan oleh Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) BMT UGT Sidogiri – Pasuruan Jawa Timur.

Dalam RAT ke – 14 ini BMT UGT Sidogiri memperoleh ijin badan hukum dari pemerintah sebagai koperasi primer nasional.

Dengan demikian BMT UGT Sidogiri bisa membuka cabang secara nasional dan juga mampu memberikan pelayanan jasa keuangan kepada para anggotanya dimana saja. Dengan adanya badan hukum sebagai koperasi primer nasional, menjadi koperasi primer nasional dengan aset Rp 1,5 trilion ditahun 2014 dengan umur 14 tahun dibilang sangat cepat.

Pasalnya untukl mencapai aset Rp 5 Triliun koperasi konvensional di Pekalongan – Jawa Tengah butuh waktu 34 tahun.



Mahmud Ali Zain melanjutkan, bahwa untuk mencapai target aset tersebut BMT UGT Sidogiri terus meningkatkan performennya diantaranya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan, penguatan teknologi, kualitas sumber daya insani (SDi) dan meningkatkan pemasaran.

“Strategi strategi tersebut yang kami kembangkan untuk meningkatkan BMT UGT Sidogiri,” terangnya.

Sebagaimana diketahui, aset BMT UGT Sidogiri mengalami pertumbuhan 41 persen dari Rp. 1,069 triliun ditahun 2013 menjadi Rp 1,509 triliun ditahun 2014.

Dana Pihak Ketiga (DPK) meningkat 40 persen dari Rp 664 milyar di tahun 2013 menjadi Rp 927 milyar di tahun 2014. Kemudian pembiayaan mengalami peningkatan 46 persen dari Rp 628 milyar di tahun 2013 menjadi Rp 919 milyar di tahun 2014. Sedangkan untuk pembiayaan bermasalah / NPF mengalami kenaikan 0,4 persen dari 2,9 persen di tahun 2013 menjadi 3,3 persen.

Disamping kinerja bisnis yang mengalami peningkatan yang signifikan, BMT UGT Sidogiri juga memaparkan jika saat ini jumlah anggotanya sebesar 11.602 orang ditahun 2014 meningkat 31 persen dibandingkan tahun 2013 sebesar 8.871 orang. Dengan jumlah karyawan di tahun 2014 sejumlah 1.341 orang dan kantor cabang atau cabang pembantu sejumlah 257 unit.\*/*Goes Yuli (Pasuruan, Jawa Timur)*

Rep: Panji Islam

Editor: Cholis Akbar

Sumber : <http://www.hidayatullah.com/berita/berita-dari-anda/read/2015/02/22/39340/bmt-ugt-sidogiri-targetkan-aset-rp-2-triliun-ingin-jadi-koperasi-nasional.html>

# BMT Sidogiri Raih Dana Kemitraan Rp 200 Miliar

Senin, 23 Februari 2015, 21:04 WIB

Republika/Aditya Pradana Putra



Seorang teller melayani nasabah di Baitul Maal Wa Tamwil (BMT).

REPUBLIKA.CO.ID, PASURUAN -- BMT UGT Sidogiri memperoleh dana kemitraan sebesar Rp 200 miliar dari bank syariah untuk disalurkan ke pembiayaan mikro kepada para anggota BMT. Bank Syariah tersebut adalah Bank Syariah Mandiri (BSM) dan BRI Syariah, masing-masing senilai Rp 100 miliar.

Direktur Utama Koperasi BMT UGT Sidogiri Abdul Madjid Umar mengungkapkan kemitraan antara bank syariah dan BMT merupakan wujud dari komitmen dalam mengembangkan sektor riil syariah. Alasannya, tak bisa dalam sistem keuangan atau perbankan hanya pada fokus pada sektor finance saja maka dari itu untuk menyeimbangkan kepada sektor riil khususnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) perlu sinergisitas terhadap BMT.

Hal ini didasari karena anggota BMT mayoritas adalah pelaku UMKM yang mengembangkan sektor riil. "Inilah manfaat dari sinergisitas antara BMT UGT Sidogiri dengan bank syariah,"ungkapnya.

Kemitraan BMT UGT Sidogiri dengan bank syariah bukan sekedar tentang penyaluran pembiayaan dalam bentuk linked program UMKM. Seperti dengan BRI Syariah melakukan co-branding host to host kartu ATM BMT UGT Sidogiri dengan ATM BRI Syariah.

Direktur Utama BRISyariah Moch Hadi Santoso menyatakan, semua anggota BMT UGT Sidogiri mampu melakukan transaksi real time dengan menggunakan mesin ATM jaringan

BRI Syariah dan BRI. Salah satu kelebihan dari co-branding ini keberadaan pengelolaan uang berada dalam sirkulasi di BMT UGT Sidogiri.

Dengan demikian, kedua belah pihak sama-sama memperoleh keuntungan dalam bisnis ini. Konsep model yang terjadi di BMT UGT Sidogiri, akan menjadi role model, bagi BRISyariah untuk menjalin kemitraan dengan BMT atau koperasi syariah lainnya.

Sementara Direktur BSM Achmad Syamsudin, menambahkan, selain memberikan penyaluran pembiayaan, BSM juga menjalin kemitraan dalam penggunaan e-money Bank Syariah Mandiri. Ini sebagai uang komunitas bagi para santri dan anggota BMT UGT Sidogiri.

Dengan menggunakan e-money Bank Syariah Mandiri anggota BMT UGT Sidogiri tak perlu membawa uang banyak dalam dompet yang dimilikinya. Selain itu manfaat dari uang elektronik tersebut sangat besar, yakni untuk pembayaran tol, transportasi, transaksi di supermarket, restoran dan bahkan untuk pembayaran uang sekolah.

Melalui kemitraan dengan BMT UGT Sidogiri, Achmad Syamsudin, menyakini e-money Bank Syariah Mandiri akan mampu menyebar sangat luas. Karena BMT UGT Sidogiri adalah koperasi primer nasional dan kantor cabang dan cabang pembantu sebesar 257 unit serta anggota 11.602 orang.



# Jadi Koperasi Nasional, BMT Sidogiri Kejar Target Rp 2 Triliun

Sunday, 22 February 2015, 10:10 WIB

Republika/Agung Supriyanto



KH Mahmud Ali Zain Dewan Pembina BMT Sidogiri

REPUBLIKA.CO.ID, PASURUAN -- Memasuki 2015, BMT UGT Sidogiri secara resmi memperoleh izin badan hukum dari pemerintah sebagai koperasi primer nasional. Sehingga BMT UGT Sidogiri bisa membuka cabang secara nasional dan juga mampu memberikan pelayanan jasa keuangan kepada para anggotanya dimana saja.

Ketua BMT UGT Sidogiri KH. Mahmud Ali Zain, menyatakan, memasuki 2015 pihaknya memiliki target pencapaian aset Rp.2 Triliun. "Insyallah dengan semangat kelembagaan yang kami miliki target tersebut mampu tercapai di tahun ini," ujar dia berdasarkan rilis yang diterima ROL, Sabtu (21/2).

Satu hal yang harus digaris bawahi, BMT Sidogiri di 2014 telah menjadi koperasi primer nasional dengan aset Rp 1,5 triliun. Menjadi koperasi primer nasional di usia ke-14 tahun tergolong cepat karena, koperasi konvensional butuh 34 tahun untuk mencapai Rp 5 triliun.

KH. Mahmud Ali Zain, melanjutkan, untuk mencapai target aset tersebut BMT UGT Sidogiri terus meningkatkan kapasitas diantaranya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan, penguatan teknologi, kualitas sumber daya insani (SDi) dan meningkatkan pemasaran. "Strategi strategi tersebut yang kami kembangkan untuk meningkatkan BMT UGT Sidogiri," terangnya.

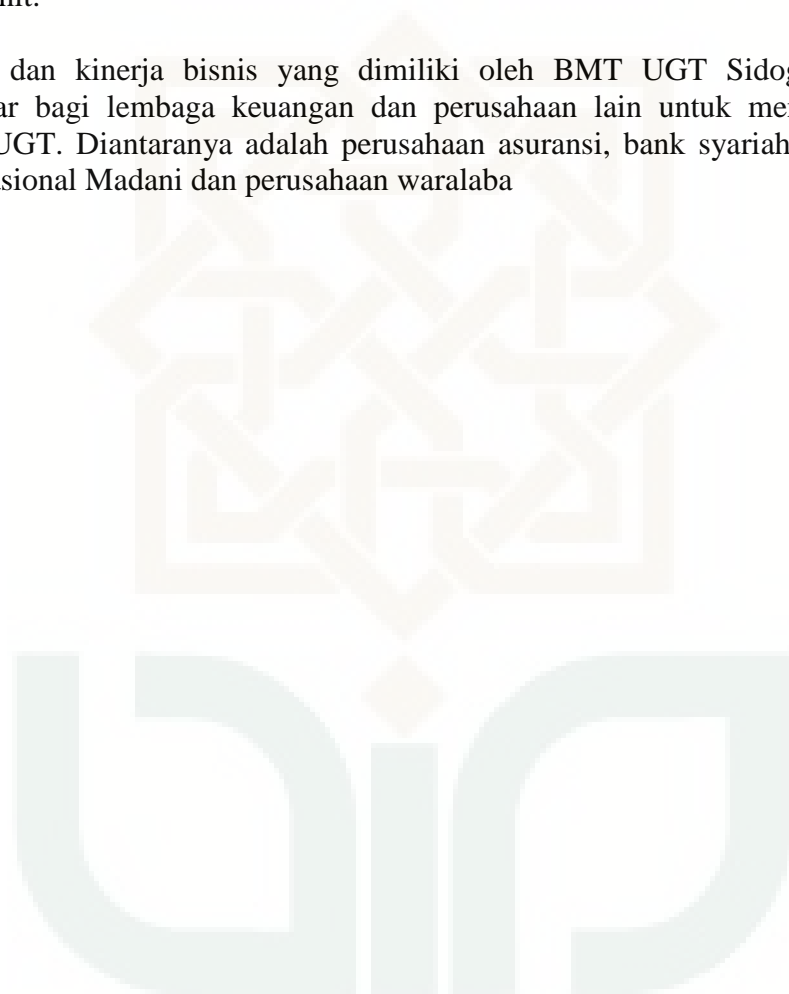
Hingga 2014, KH. Mahmud Ali Zain, menyebutkan, aset BMT UGT Sidogiri mengalami pertumbuhan 41 persen dari Rp. 1,069 triliun di 2013 menjadi Rp 1,509 triliun ditahun 2014.

Dana Pihak Ketiga (DPK) meningkat 40 persen dari Rp 664 miliar di tahun 2013 menjadi Rp 927 miliar di tahun 2014.

Kemudian pembiayaan mengalami peningkatan 46 persen dari Rp 628 milyar di tahun 2013 menjadi Rp 919 milyar di tahun 2014. Sedangkan untuk pembiayaan bermasalah / NPF mengalami kenaikan 0,4 persen dari 2,9 persen di tahun 2013 menjadi 3,3 persen.

Disamping kinerja bisnis yang mengalami peningkatan yang signifikan, BMT UGT Sidogiri juga memaparkan jumlah anggotanya meningkat pesat sebesar 11.602 orang di tahun 2014 meningkat 31 persen dibandingkan tahun 2013 sebesar 8.871 orang. Dengan jumlah karyawan di tahun 2014 sejumlah 1.341 orang dan kantor cabang atau cabang pembantu sejumlah 257 unit.

Besarnya aset dan kinerja bisnis yang dimiliki oleh BMT UGT Sidogiri, menjadikan keinginan besar bagi lembaga keuangan dan perusahaan lain untuk menjalin kerjasama dengan BMT UGT. Diantaranya adalah perusahaan asuransi, bank syariah, perusahaan IT, Permodalan Nasional Madani dan perusahaan waralaba





KOPERASI INDONESIA

# GEBYAR HADIAH KE-5

PERIODE  
01 JANUARI 2015  
S.D  
31 JULI 2015



## SIMPANAN MUDHARABAH BERJANGKA (DEPOSITO)

Grand Prize  
2 Unit Mobil  
Daihatsu AYLA



### KETENTUAN:

- Simpanan mudharabah berjangka Rp.5.000.000.- (lima juta rupiah) akan mendapat 1 kupon undian (berlaku kelipatannya)
- Jangka waktu Simpanan Mudharabah Berjangka minimal 12 bulan
- Yang berhak mendapatkan Hadiah Utama " 2 Mobil Daihatsu Ayla" minimal memiliki 3 kupon undian
- Yang berhak mendapatkan Hadiah "UMRAH" minimal memiliki 2 kupon undian
- Untuk Hadiah "Sepeda Motor Honda Beat, Televisi, Mesin Cuci, Kompor Gas" minimal memiliki 1 kupon
- Setiap Anggota Deposan hanya berhak memperoleh 1 hadiah, apabila mendapatkan lebih dari satu hadiah, maka mendapatkan hadiah yang paling besar nilainya.
- Apabila dalam periode gebyar anggota deposan menarik depositonya, maka yang bersangkutan tidak diikutsertakan dalam pengundian hadiah dan nomor kupon undian dibatalkan.
- Hadiah tidak bisa diuangkan
- Pengundian hadiah akan dilaksanakan pada saat Rapat Ketua Kelompok Anggota pada bulan Desember 2015 di Kantor pusat Koperasi BMT-UGT Sidogiri dan akan disaksikan oleh Pengurus, Pengawas, Direksi dan Manajerial.
- Hadiah Utama akan diserahkan secara simbolis pada waktu acara Rapat Anggota Tahunan Koperasi tahun buku 2015.
- Hadiah selain hadiah Utama akan diserahkan di Kantor Cabang/ Capem masing masing, tempat Anggota membuka deposito pada bulan pebruari 2016.

KANTOR PUSAT : JL. SIDOGIRI BARAT RT/RW. 03/02 SIDOGIRI KRATON PASURUAN  
TELP. 0343 427251 FAX : 0343 423571  
[www.bmtugtsidogiri.co.id](http://www.bmtugtsidogiri.co.id)

**SEMAKIN BANYAK KUPON,  
SEMAKIN BESAR KESEMPATAN  
UNTUK MENANG**

Contact Person :



**PERASI INDONESIA**  
BADAN HUKUM.  
09/BH/KWK. 13/III/2000

**PRODUK SIMPANAN**  
**OPERASI BMT UGT SIDOGIRI**

*Memelihara Amanah  
Meraih Barokah*

**KANTOR PUSAT:**  
Jl. Sidogiri Barat RT. 03 RW. 02 Sidogiri Kraton Pasuruan 67151 Jawa Timur  
Telp. 0343-423251 Fax. 0343-423571 e-mail: bmt.ugt.pusat@gmail.com  
website: www.bmtugsidogiri.co.id



**TABUNGAN UMUM SYARIAH**  
*Keuntungan Melimpah, Bebas Riba dan Penah Berkah*

Tabungan umum syariah yang setoran dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat sesuai kebutuhan anggota.

**Akad;**

- Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musytarakah* dengan nisbah 30% Anggota : 70% BMT

**Manfaat dan Keuntungan**

- Aman dan menguntungkan
- Transaksi mudah dan sesuai syariah
- Bagi hasil halal dan kompetitif
- GRATIS biaya administrasi bulanan
- Ikut membantu sesama ummat ( ta'awun )

**Ketentuan**

- Setoran awal minimal Rp 10.000.
- Setoran berikutnya minimal Rp 1.000.
- Administrasi pembukaan tabungan Rp 5.000

**Persyaratan:**

- Poto kopi Kartu identitas ( KTP/SIM).
- Mengisi formulir pendaftaran anggota dan pembukaan rekening



**TABUNGAN UMRAH AL-HASA**  
*Melepaskan Rina Pada Tanah*

Tabungan umum berjangka untuk membantu keinginan anggota melaksabahkan ibadah umrah.

**Akad;**

- Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musy* dengan nisbah 40% Anggota : 60% BMT

**Manfaat dan Keuntungan:**

- Kemudahan melakukan setoran tabungan setiap saat.
- Mendapatkan bagi hasil yang kompetitif
- Ikut membantu sesama ummat ( ta'awun )
- Aman, terhindar dari riba dan haram
- Dapat menggunakan dana tabungan umrah maksimal 50% dari keku biaya umrah dengan ketentuan pembiayaan yang berlaku

**Ketentuan:**

- Setoran awal minimal Rp 1.000.000.
- Setoran berikutnya sesuai perencanaan keberangkatan.
- Ketentuan pemberangkatan adalah sesuai jadwal dari travel umrah.
- Perencanaan keberangkatan minimal 3 bulan dan maksimal 36 bulan
- Setoran dapat dilakukan setiap pekan, bulan, atau musiman
- Dana dapat dicairkan hanya untuk keperluan keberangkatan ibadah kecuali udzur syar'i.
- Administrasi pembukaan tabungan Rp 150.000.



**TABUNGAN HAJI AL-HAROMAIN**  
*Wujudkan Niatan Haji Menuju Tanah Suci*

Tabungan umum berjangka untuk membantu keinginan anggota melaksanakan ibadah haji.

**Akad;**

- Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musytarakah* dengan nisbah 50% Anggota : 50% BMT

**Manfaat dan Keuntungan :**

- Kemudahan melakukan setoran tabungan setiap saat.
- Mudah memantau perkembangan dana dengan mendapatkan laporan mutasi transaksi berupa buku tabungan.
- Mendapatkan bagi hasil yang kompetitif
- Ikut membantu sesama ummat ( ta'awun )
- Aman, terhindar dari riba dan haram
- Dapat menggunakan dana tabungan bagi calon jama'ah haji yang ingin memperoleh porsi keberangkatan haji pada tahun yang direncanakan.

**Ketentuan :**

- Pembukaan rekening di kantor BMT UGT Sidogiri sesuai domisili/tempat tinggal calon jama'ah haji.
- setoran awal minimal Rp 500.000 dan selanjutnya minimal Rp 100.000.
- Penarikan hanya untuk kebutuhan keberangkatan haji atau karena ada udzur syar'i.

**Ketentuan Pendaftaran Porsi Keberangkatan Haji;**

- Saldo Tabungan Al Haromain minimal Rp 25.000.000 atau sesuai ketetapan KEMENAG
- Menyerahkan 2 lembar poto kopi KTP suami istri, surat nikah, dan Kartu keluarga

**Persyaratan ;**

- Menyerahkan poto kopi KTP yang masih berlaku



**TABUNGAN IDUL FITRI**  
*Tenang dan Bahagia Menjelang Idul Fitri*

Tabungan umum berjangka untuk membantu anggota memenuhi kebutuhan raya idul fitri.

**Akad ;**

- Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musy* dengan nisbah 40% Anggota : 60% BMT

**Keuntungan**

- Transaksi mudah
- Aman, terhindar dari riba dan haram
- Ikut membantu sesama ummat ( ta'awun )
- Mendapatkan bagi hasil bulanan yang halal dan menguntungkan ata dirupkan barang untuk kebutuhan hari raya sesuai kebijakan BM Sidogiri
- Dapat digunakan sebagai jaminan pembiayaan.

**Ketentuan ;**

- Setoran awal minimal Rp 10.000.
- Setoran berikutnya minimal Rp 1.000
- Biaya administrasi Rp 5.000.
- Penarikan tabungan dapat dilakukan paling awal 15 hari sebelum ha Idul Fitri

**Persyaratan ;**

- Menyerahkan poto kopi identitas diri (KTP/SIM) yang masih berlaku



**TABUNGAN LEMBAGA PEDULI SISWA**  
*Kepedulian Lembaga Melatih Siswa Siswa Mendukung Setiap Hari*

Tabungan umum berjangka yang diperuntukkan bagi lembaga pendidikan guna menghimpun dana tabungan siswa.

**d ;**

- Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musytarakah* dengan nisbah 40% Anggota : 60% BMT

**ntungan ;**

- Aman dan mudah memantau perkembangan dana setiap bulan
- Transaksi mudah dan bebas dari riba
- Pengurus lembaga tidak dibukukan dengan urusan keuangan terutama pada saat pembegian tabungan siswa di akhir tahun pendidikan.
- Mendapatkan bagi hasil bulanan yang halal dan menguntungkan.
- Mendapatkan dana BEA SISWA untuk siswa tidak mampu sebesar Rp 150.000 sesuai kebijakan BMT UGT Sidogiri
- GRATIS biaya administrasi.

**ntuan ;**

- Setoran awal Rp 100.000 dan setoran berikutnya minimal Rp 50.000.
- Penarikan tabungan hanya boleh dilakukan di akhir tahun pelajaran
- Pengajuan BEA SISWA apabila masa tabungan minimal 5 bulan dan dana tabungan mencapai saldo rata-rata Rp 5.000.000.
- Pengambilan BEA SISWA di akhir tahun pelajaran ketika tabungan akan diambil.

**yaratian**

- Poto Kopi KTP/SIM
- Formulir pembukaan rekening ditandatangani oleh Pengurus lembaga cq ketua dan bendahara serta ditubuhi selempel
- Rekening tabungan atas nama Ketua/Bendahara QQ nama lembaga



**TABUNGAN TARBIAH**  
*Merencanakan Dana Pendidikan Yang Berkasinsambungan*

Tabungan umum berjangka untuk keperluan pendidikan anak dengan jumlah setoran bulanan tetap (installment) dan dilengkapi dengan asuransi.

**Akad ;**

- Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musytarakah* dengan nisbah 30% Anggota : 70% BMT

**Manfaat :**

- GRATIS Tabarru' Asuransi
- Kemudahan perencanaan dana pendidikan masa depan putra/putri anda
- Mendapatkan perlindungan asuransi secara otomatis tanpa melalui pemeriksaan kesehatan
- Bonus Hadiah menarik

**Ketentuan :**

- Periode tabungan 1 s/d 10 tahun
- Usia anggota penabung minimal 20 tahun dan maksimal 55 tahun saat jatuh tempo
- Setoran bulanan Rp.50.000.
- Jumlah setoran bulanan dan periode simpanan tidak bisa dirubah namun dapat dilakukan setoran tambahan diluar setoran bulanan.
- Cover asuransi secara Gratis dengan syarat memenuhi setoran awal simpanan yaitu Rp. 1.500.000 untuk paket setoran bulanan Rp. 50.000 (berlaku kelipatan).
- Memiliki Tabungan umum syariah sebagai rekening asal ( source account ) bila setoran bulanan tidak masuk selama tiga bulan berturut turut, maka cover asuransi dihentikan dan dana Tabungan Tarbiyah akan dipindah bukukan ke Tabungan Umum Syariah secara otomatis
- Satu Anggota bisa ikut lebih dari satu rekening.

**Syarat :**

- Foto copy kartu Identitas (KTP/SIM)



**TABUNGAN MDA BERJANGKA**  
*Cara Investasi Mudah, Menguntungkan Dan Meneleh*

Tabungan berjangka khusus dengan manfaat asuransi santunan rawat inap in kemitaman.

**Akad ;**

- Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musy* dengan nisbah 45% Anggota : 55% BMT

**Manfaat dan keuntungan :**

- GRATIS Tabarru' asuransi
- Mendapatkan santunan Rawat Inap sebagai berikut :
  - Rawat inap rumah sakit Rp.200.000. Perhari ( maksimal 180 hari se
  - Rawat ICU Rp.400.000. -perhari (maksimal 10 hari setahun )
  - Santunan biaya operasi Rp 2 juta ( dalam setahun )
- Mendapatkan santunan kematian sebagai berikut :
  - Santunan meninggal kecelakaan Rp 10 juta
  - Santunan meninggal bukan kecelakaan Rp 5 juta

**Ketentuan:**

- Jangka waktu tabungan 36 bulan
- Nominal tabungan mulai dari Rp 25 juta dan berlaku kelipatan sampai c Rp 100 juta (santunan rawat inap dan kematian juga berlaku kelipatan)
- Tidak boleh ditarik sebelum berakhirnya masa kontrak kecuali ada udzu
- Prosedur Klaim sesuai dengan ketentuan PT Asyik Sarana Sejahtera

**Persyaratan :**

- Harus menjadi anggota koperasi BMT UGT.
- Membuka rekening tabungan umum syariah.
- Mengisi formulir tabungan berjangka plus.
- Menyerahkan foto copy KTP.

**DEFINISI AKAD**

Mudharabah Musytarakah adalah bentuk akad Mudharabah di mana pengelola (*mudharib/BMT*) menyertakan modalnya dalam kerjasama investasi tersebut.

**Ketentuan Akad**

- Akad ini merupakan perpaduan dari akad Mudharabah dan Musytarakah.
- BMT sebagai mudharib menyertakan modal atau dananya de investasi bersama Anggota.
- BMT sebagai pihak yang menyertakan dananya (*musytarik*) memperoleh bagian keuntungan berdasarkan porsi modal ya disertakan.
- Anggota sebagai Shohibul Mal juga memperoleh bagian keuntungan sesuai dengan nisbah yang tertera di tabel.
- Apabila terjadi kerugian maka BMT sebagai musytarik menanggung kerugian sesuai dengan porsi modal yang diser dan BMT boleh Tabarru' menanggung kerugian anggota sesti porsi modal anggota



**TABUNGAN QURBAN**  
*Solusi Mudah Merencanakan Ibadah*

Tabungan umum berjangka untuk membantu dan memudahkan anggota dalamencanakan ibadah qurban dan aqiqah.

**d ;**

- Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musytarakah* dengan nisbah 40% Anggota : 60% BMT

**ntungan:**

- Mempermudah perencanaan keuangan untuk pembelian hewan Qurban dan aqiqah
- Mendapatkan Bagi hasil yang halal dan kompetitif.
- Membantu sesama ummat ( ta'awun )

**ntuan:**

- Setoran awal minimal Rp 50.000
- Setoran berikutnya minimal Rp 25.000
- Saldo setelah pelaksanaan Aqiqah dan Ibadah Qurban minimal Rp 50.000.
- Hanya dapat diambil pada saat akan melakukan ibadah Qurban atau aqiqah
- Perencanaan ibadah Qurban 5 bulan sampai dengan 24 bulan.

**yaratian:**

- Mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening.
- Menyerahkan foto copy KTP/SIM.

**sifikasi biaya :**

- Tabarru' asuransi Rp. 5.000 perbulan (untuk Qurban kambing) dan Rp 20.000 perbulan ( untuk Qurban sapi).
- Biaya penutupan rekening Rp. 10.000,-



**TABUNGAN MUDHARABAH BERJANGKA**  
*Investasi Tepat Sesuai Syariah Dengan Keuntungan Berlipat*

Tabungan Berjangka yang setoran dan penarikannya berdasarkan jangka waktu tertentu.

**Akad ;**

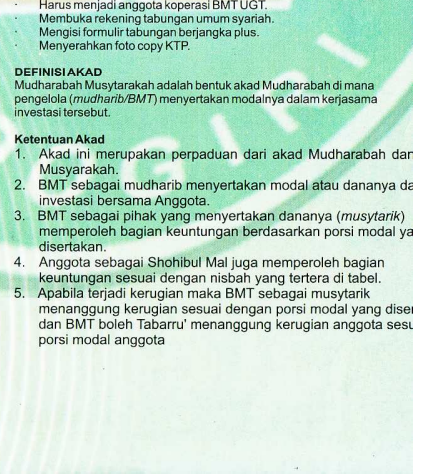
- Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musytarakah* dengan nisbah sebagai berikut ;
- Jangka waktu 1 Bulan Nisbah 50% Anggota : 50% BMT
- Jangka waktu 3 Bulan Nisbah 52% Anggota : 48% BMT
- Jangka waktu 6 Bulan Nisbah 55% Anggota : 45% BMT
- Jangka waktu 9 Bulan Nisbah 57% Anggota : 43% BMT
- Jangka waktu 12 Bulan Nisbah 60% Anggota : 40% BMT
- Jangka waktu 24 Bulan Nisbah 70% Anggota : 30% BMT

**Keuntungan :**

- Mendapatkan Bagi Hasil yang lebih besar dan kompetitif
- Bisa dijadikan jaminan pembiayaan
- Nisbah (proposisi) bagi hasil lebih besar

**Ketentuan:**

- Setoran minimal Rp 500.000
- Jangka waktu yang fleksibel: 1, 3, 6, 9, 12 dan 24 bulan



**TABUNGAN MUDA BERJANGKA**  
*Cara Investasi Mudah, Menguntungkan Dan Meneleh*

Tabungan berjangka khusus dengan manfaat asuransi santunan rawat inap in kemitaman.

**Akad ;**

- Tabungan diakad berdasarkan prinsip syariah *mudharabah musy* dengan nisbah 45% Anggota : 55% BMT

**Manfaat dan keuntungan :**

- GRATIS Tabarru' asuransi
- Mendapatkan santunan Rawat Inap sebagai berikut :
  - Rawat inap rumah sakit Rp.200.000. Perhari ( maksimal 180 hari se
  - Rawat ICU Rp.400.000. -perhari (maksimal 10 hari setahun )
  - Santunan biaya operasi Rp 2 juta ( dalam setahun )
- Mendapatkan santunan kematian sebagai berikut :
  - Santunan meninggal kecelakaan Rp 10 juta
  - Santunan meninggal bukan kecelakaan Rp 5 juta

**Ketentuan:**

- Jangka waktu tabungan 36 bulan
- Nominal tabungan mulai dari Rp 25 juta dan berlaku kelipatan sampai c Rp 100 juta (santunan rawat inap dan kematian juga berlaku kelipatan)
- Tidak boleh ditarik sebelum berakhirnya masa kontrak kecuali ada udzu
- Prosedur Klaim sesuai dengan ketentuan PT Asyik Sarana Sejahtera

**Persyaratan :**

- Harus menjadi anggota koperasi BMT UGT.
- Membuka rekening tabungan umum syariah.
- Mengisi formulir tabungan berjangka plus.
- Menyerahkan foto copy KTP.

**DEFINISI AKAD**

Mudharabah Musytarakah adalah bentuk akad Mudharabah di mana pengelola (*mudharib/BMT*) menyertakan modalnya dalam kerjasama investasi tersebut.

**Ketentuan Akad**

- Akad ini merupakan perpaduan dari akad Mudharabah dan Musytarakah.
- BMT sebagai mudharib menyertakan modal atau dananya de investasi bersama Anggota.
- BMT sebagai pihak yang menyertakan dananya (*musytarik*) memperoleh bagian keuntungan berdasarkan porsi modal ya disertakan.
- Anggota sebagai Shohibul Mal juga memperoleh bagian keuntungan sesuai dengan nisbah yang tertera di tabel.
- Apabila terjadi kerugian maka BMT sebagai musytarik menanggung kerugian sesuai dengan porsi modal yang diser dan BMT boleh Tabarru' menanggung kerugian anggota sesti porsi modal anggota



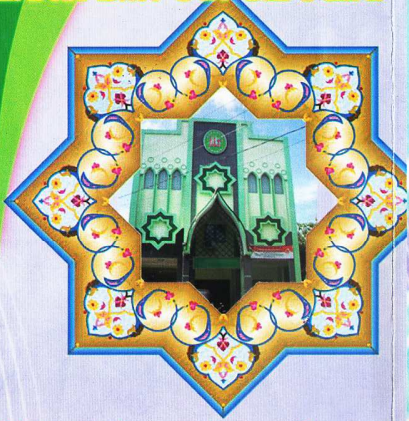
PERASI INDONESIA



BADAN HUKUM:  
09/BH/KWK. 13/VI/2000

## ODUK PEMBIAYAAN

## OPERASI BMT UGT SIDOGIRI



*Memelihara Amanah  
Meraih Barokah*

### KANTOR PUSAT:

Jl. Sidogiri Barat RT. 03 RW. 02 Sidogiri Kraton Pasuruan 67151 Jawa Timur  
Telp. 0343-423251 Fax. 0343-423571 e-mail: bmt.ugt.pusat@gmail.com  
website: www.bmtugtsidogiri.co.id

## UGT GGS (Gadai Emas Syariah)

*Solusi Tepat Mendapatkan  
Dana Cepat*

Adalah Fasilitas pembiayaan dengan agunan berupa emas, ini sebagai alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat dan mudah

### Akad:

- Akad yang digunakan adalah akad Rahn dan Ijarah
- Akad Rahn adalah akad pemberian pinjaman dari BMT untuk anggota yang disertai dengan penyerahan agunan barang milik anggota, bila anggota tdk bisa melunasi pinjamannya maka barang agunan tersebut sebagai pelunasan pinjaman.
- Akad Ijarah adalah akad sewa menyewa antara anggota sebagai penyewa dengan BMT sebagai yg menyewakan jasa dan tempat penitipan barang agunan dg imbal jasa sesuai kesepakatan

### Keuntungan dan manfaat

- Proses cepat dan mudah
- Pembiayaan langsung cair tanpa survey
- Ujrah lebih murah dan kompetitif
- Perhitungan Ujrah sistem harian
- Transaksi sesuai syariah

### Ketentuan:

1. Jangka waktu maksimal 4 bulan dan bisa diperpanjang maksimal 2 kali
2. Pembayaran Ujrah bisa dilakukan sesuai kesepakatan maksimal setiap bulan
3. Maksimal pinjaman gadai syariah 5 rekening aktif

### Persyaratan:

1. Foto Copi KTP Suami Istri
2. Foto Copi Kartu keluarga
3. Agunan berupa emas.

## UGT MUB (Modal Usaha Barokah)

*Pilihan Cerdas Meraih Barokah*

Adalah fasilitas pembiayaan modal kerja bagi anggota yang mempunyai usaha mikro dan kecil

### Akad Pembiayaan:

- Akad yang digunakan adalah akad yang berbasis bagi hasil (Mudharabah/Musyarakah) atau jual beli (Murabahah)
- Akad mudharabah adalah bentuk kerjasama antara BMT dan anggota dimana BMT (shahibul maal) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan anggota menjadi pengelola (mudharib) dengan pembagian hasil sesuai kesepakatan
- Akad musyarakah adalah akad kerja sama usaha patungan antara BMT dan anggota sebagai pemilik modal (syarik/shahibul maal) untuk membiayai suatu jenis usaha yang halal dan produktif dengan pembagian hasil sesuai kesepakatan.
- Akad murabahah adalah akad jual beli antara BMT dan anggota, dimana BMT membeli barang yang dibutuhkan oleh anggota dan menjualnya kepada anggota sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan yang disepakati.

### Keuntungan dan Manfaat:

- Membantu anggota untuk memenuhi kebutuhan modal usaha dengan sistem yang mudah, adil dan masalah

- Anggota bisa sharing risiko dengan BMT sesuai dengan pendapat usaha anggota.
- Terbebas dari Riba dan Haram

### Ketentuan;

- Jenis pembiayaan adalah pembiayaan modal usaha komersial dan kecil
- Peruntukan pembiayaan adalah perorangan atau badan usaha
- Jangka waktu pembiayaan maksimal 36 bulan
- Maksimum plafon pembiayaan sampai dengan Rp 500 juta

### Persyaratan:

- Anggota harus membuat laporan penggunaan dana setiap 1 (satu) (khusus untuk akad yang berbasis bagi hasil)
- Usaha sudah berjalan minimal 1 tahun
- Menyerahkan laporan perhitungan hasil usaha 3 bulan terakhir
- Menyerahkan Dokumen yang diperlukan:
  1. Fotokopi KTP pemohon
  2. Fotokopi KTP suami/istri/wali
  3. Fotokopi Kartu Keluarga
  4. Fotokopi Surat Nikah (bila sudah menikah)
  5. Fotokopi rekening Tabungan 3 bulan terakhir
  6. Fotokopi rekening listrik atau PDAM 3 bulan terakhir
  7. Fotokopi Agunan (SHM/SHGB/BPKB)
  8. Fotokopi legalitas Usaha; NPWP, TDP dan SIUP (untuk badan usaha)

## UGT MTA (Multiguna Tanpa Agunan)

*Wujud Kepedulian Untuk Sa...*

Adalah Fasilitas pembiayaan tanpa agunan untuk memenuhi kebutuhan anggota.

### Akad Pembiayaan:

1. Akad yang digunakan adalah akad yang berbasis jual beli (Murabahah) atau berbasis sewa (Ijarah, Kafalah dan Hiwalah) atau Qardhul Hasan
2. Murabahah adalah akad jual beli antara BMT dan anggota, dimana pembeli barang yang dibutuhkan oleh anggota dan menjualnya kepada anggota sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan yang disepakati.
3. Ijarah Paralel adalah akad sewa menyewa antara anggota sebagai pemunya dengan BMT sebagai mu'jir (yang menyewakan atas ma'nu' sewa) dimana objek sewa itu milik pihak ketiga, untuk mendapatkan itas barang/jasa yang disewakannya.
4. Kafalah adalah akad dimana BMT sebagai Kafil memberikan jaminan menanggung hutang / kewajiban anggota sebagai Makful 'anhu k pihak ketiga (Makful alaih) dengan dikenakan biaya penjamin (upah/Ujroh).
5. Hawalah adalah akad pemindahan beban hutang atau piutang Ang sebagai muhi (orang yang berhutang atau berpiutang) r tanggungan BMT sebagai muhal 'alaih (orang yang berkewajiban membayar hutang atau menagih piutang anggota) dan mendapatkan Upah (imbalan) atas jasa penagihan atau penag hutang.
6. Qardhul Hasan adalah akad pinjaman kebajikan dari BMT kepada anggota untuk tambahan modal usaha dan harus dikembalikan d jumlah yang sama, anggota boleh memberikan keuntungan kepada dengan syarat tidak mengikat dan tidak ditentukan waktu akad.

### Penggunaan:

- Modal usaha (Murabahah atau Qardul Hasan)
- Biaya sekolah/pendidikan (Akad Ijarah Paralel atau Kafalah)
- Biaya rawat inap rumah sakit (Akad Ijarah Paralel atau Kafalah)

- Pembelian perabot rumah tangga (Akad Murabahah)
- Pembelian alat-alat elektronik (akad Murabahah)
- Melunasi tagihan Hutang (Hiwalah)

### Keuntungan dan Manfaat:

Membantu mempermudah anggota memenuhi kebutuhan dana untuk modal usaha dan konsumtif dengan mudah dan cepat  
Anggota tidak perlu menyerahkan agunan yang diletakkan di BMT

### Keuntungan:

- Jenis pembiayaan adalah pembiayaan modal usaha dan Konsumtif
- Peruntukan pembiayaan adalah perorangan
- Jangka waktu pembiayaan maksimal 1 tahun
- Harus aktif menabung minimal setiap kali angsuran
- Maksimum plafon pembiayaan sampai dengan Rp 1.000.000

### Persyaratan:

- Fotokopi KTP pemohon
- Fotokopi KTP dan Surat persetujuan dari suami/istri/wali
- Fotokopi Kartu Keluarga
- Fotokopi Surat Nikah (bila sudah menikah)
- Fotokopi rekening listrik atau PDAM 3 bulan terakhir

## KBB (Kendaraan Bermotor Barokah)

*Sarana Mudah Meraih Barokah*

Adalah fasilitas pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor.

### Akad Pembiayaan:

Akad yang digunakan adalah akad yang berbasis jual beli (Murabahah) atau akad Ijarah Muntahiah Bilal-Tamlik. Akad murabahah adalah akad jual beli antara BMT dan anggota, dimana BMT membeli kendaraan bermotor yang dibutuhkan oleh anggota dan menjualnya kepada anggota sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan yang disepakati.

### Keuntungan dan Manfaat:

- Membantu anggota dalam memiliki kendaraan bermotor dengan mudah dan barokah.
- Bisa memilih kendaraan sesuai keinginan
- Nilai angsuran tetap sampai berakhirnya fasilitas Pembiayaan KBB
- Kendaraan di cover asuransi Syariah (Kehilangan dan Kerusakan diatas 75%)
- Terbebas dari Riba dan Haram

### Keuntungan:

- Jenis pembiayaan adalah pembelian kendaraan berupa Mobil atau motor Baru maupun bekas.
- Peruntukan pembiayaan adalah perorangan
- Jangka waktu pembiayaan maksimal 5 tahun (baru) sedangkan kendaraan bekas maksimal 3 tahun
- Umur kendaraan maksimal 10 tahun untuk mobil dan 5 tahun untuk motor pada saat jatuh tempo fasilitas KBB
- Pemohon harus mempunyai pekerjaan dan/atau pendapatan yang tetap.
- Usia pemohon pada saat pengajuan KBB minimal 18 tahun dan maksimal 55 tahun pada saat jatuh tempo fasilitas KBB.
- Maksimum plafon pembiayaan sampai dengan Rp 100 juta untuk kendaraan bekas dan Rp 200 juta untuk kendaraan baru
- Uang muka minimal 25%

### Persyaratan:

- Fotokopi KTP pemohon
- Fotokopi KTP dan Surat persetujuan dari suami/istri/wali

3. Fotokopi Kartu Keluarga
4. Fotokopi Surat Nikah (bila sudah menikah)
5. Fotokopi rekening Tabungan 3 bulan terakhir
6. Slip gaji yang disahkan oleh instansi/perusahaan tempat pemohon bekerja.
7. Fotokopi rekening listrik atau PDAM 3 bulan terakhir
8. Keterangan mengenai kendaraan bermotor yang akan dibeli meliputi jenis kendaraan, tahun pembuatan, fotocopy BPKB, STNK, nama pemilik sebelumnya dan harga kendaraan (untuk kendaraan bekas)

## UGT PBB (Pembelian Barang Elektronik)

*Pilihan Cermat Belanja Hemat*

Adalah fasilitas pembiayaan yang ditujukan untuk pembelian barang elektronik.

### Jenis barang elektronik yang bisa diajukan adalah:

1. Barang elektronik yang dijual secara legal (Baru atau bekas)
2. Bergaransi (Pabrik atau Toko)
3. Barangnya marketable spt Laptop, Komputer, TV, Audio, Kulkas, dan lain-lain

### Akad Pembiayaan:

1. Akad yang digunakan adalah akad yang berbasis jual beli (Murabahah) atau akad Ijarah Muntahiah Bilal-Tamlik.
2. Akad murabahah adalah akad jual beli antara BMT dan anggota, dimana BMT membeli kendaraan bermotor yang dibutuhkan oleh anggota dan menjualnya kepada anggota sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan yang disepakati.
3. Ijarah Muntahiah bitamlik (IMBT) adalah Akad sewa yang diakhiri dengan pemindahan kepemilikan barang; sejenis perpaduan antara kontrak jual beli dan sewa atau lebih tepatnya akad sewa yang diakhiri dengan kepemilikan barang di tangan Anggota sebagai penyewa

### Keuntungan dan Manfaat:

1. Membantu anggota dalam memiliki barang elektronik dengan mudah dan barokah
2. Bisa memilih barang elektronik sesuai keinginan
3. Nilai angsuran tetap sampai berakhirnya fasilitas Pembiayaan
4. Terbebas dari Riba dan Haram

### Ketentuan Umum:

1. Pemohon harus mempunyai pekerjaan dan/atau pendapatan yang tetap.
2. Jangka waktu maksimal sesuai jangka waktu garansi
3. Jaminan bisa berupa barang yang diajukan atau jaminan berharga yang lain spt BPKB dan sertifikat tanah.
4. DP atau uang muka 25% dari ketentuan harga
5. Usia pemohon pada saat pengajuan minimal 18 tahun dan maksimal 55 tahun pada saat jatuh tempo.
6. Maksimum plafon pembiayaan sampai dengan Rp 10 juta
7. Pengajuan dapat dilakukan sendiri-sendiri atau dikordinir secara kolektif oleh instansi dimana pemohon bekerja.

### Persyaratan:

1. Fotokopi KTP pemohon
2. Fotokopi KTP dan Surat persetujuan dari suami/istri/wali
3. Fotokopi Kartu Keluarga
4. Fotokopi Surat Nikah (bila sudah menikah)
5. Fotokopi rekening Tabungan 3 bulan terakhir
6. Slip gaji yang disahkan oleh instansi/perusahaan tempat pemohon bekerja.
7. Fotokopi rekening listrik atau PDAM 3 bulan terakhir

8. Keterangan mengenai barang elektronik yang akan dibeli meliputi merk dan spesifikasi yang penting.

## UGT PKH (Pembiayaan Kafalah)

*Pilihan Cara Mudah Menuju*

UGT PKH adalah fasilitas pembiayaan konsumtif bagi anggota memenuhi kebutuhan kekurangan setoran awal Biaya Penyelenggaraan Haji (BPHI), yang ditentukan oleh Kementerian Agama mendapatkan nomor seat porsi haji.

### Akad Pembiayaan:

1. Akad yang digunakan adalah akad Kafalah bil Ujrah
2. Kafalah adalah akad dimana BMT sebagai Kafil memberikan Kafalah (Talangan) kekurangan Biaya pendaftaran haji sebagai Makful 'anhu kepada pihak ketiga (Makful alaih), Kementerian Agama, dengan dikenakan biaya (upah/Ujroh).

### Keuntungan dan Manfaat:

- Proses lebih cepat dengan persyaratan yang mudah.
- Pembayaran angsuran melalui debet rekening secara otomatis dapat dilakukan di seluruh Kantor Layanan BMT UGT
- Dapat dipenuhinya kebutuhan dana untuk menutupi kekurangan sebagai persyaratan dalam memperoleh porsi haji.
- Solusi terbaik serta lebih berkah untuk mewujudkan langg Batulillah karena pembiayaan sesuai syariah.
- Pembiayaan tanpa agunan.
- Jangka waktu sampai 5 (lima) tahun.
- Proses pendaftaran ke kantor KEMENAG didampingi oleh petugas UGT.

### Ketentuan:

- Biaya legalisasi surat kuasa pembatalan porsi di Notaris sebesar 100.000,- (tergantung masing 2 notaris setempat)
- Maksimal dana Kafalah sebesar 90% dari biaya setoran awal untuk mendapatkan nomor seat porsi haji.
- Sistem Angsuran;
  1. Secara tetap (pokok + ujrah kafalah) setiap bulan.
  2. Angsuran pokok kafalah secara musiman (panenan) dari Kafalah dibayar diawal.

### Persyaratan:

- Telah memiliki rekening Tabungan Haji al-Haromain
- Melampirkan copy identitas diri yang masih berlaku (KTP per suami/istri), calon haji (uang hanggi)
- Melampirkan copy surat nikah dan kartu keluarga (KK)
- Melampirkan surat kuasa pembatalan porsi haji dan surat kuasa rekening tabungan haji di Bank Syariah atas nama CJH

### Nb:

Semua Pembiayaan di Koperasi BMT UGT Sidogiri dicover Asuransi sampai Rp. 100 juta (sesuai ketentuan yang berlaku) secara tabaru/Asuransi GRATIS.



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Identitas Diri

Nama : **Cihwanul Kirom, Lc.**  
TTL : Tuban 19 Oktober 1984  
Status : Belum Menikah (Lajang)  
Tinggi / Berat Badan : 175cm / 79kg  
Alamat Asal : RT/RW : 010/002 Desa. Klutuk, Kecamatan Tambakboyo, Kabupaten Tuban, Jawa Timur  
Alamat Sekarang : Tegal Lawas, Dlingo, Bantul, Yogyakarta.  
Nama ayah : Panadi  
Nama ibu : Mastik

### Riwayat Pendidikan

1. SD Negeri Klutuk 2, Klutuk, Kecamatan Tambakboyo, Kabupaten Tuban, Lulus 1997
2. MTS Manbaul Huda, Klutuk, Tambakboyo, Tuban, Jawa Timur, Lulus 2000
3. Madrasah Aliyah Keagamaan (MAK) Ponpes Manba'ussholihin, Suci, Manyar, Gresik, Lulus 2004.
4. S1 Dakwah, Komunikasi Penyiaran Islam, INKAFA Gresik, (2 Semester)
5. S1 Fakultas Hukum Islam, Universitas Al-Azhar, Kairo, Mesir, Lulus 2011

### Kursus yang pernah diikuti

1. 2007 Kepenulisan Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI ) Kairo, Mesir
2. 2007-2008 Tim Beasiswa dan Asrama Mahasiswa Baru Indonesia Universitas Al-Azhar Mesir
3. 2011 Kursus Photoshop Gabungan Masyarakat Jawa Timur (GAMAJATIM ) Kairo, Mesir
4. 2012 Kursus Bahasa Inggris kelas Grammar dan Toefl di El-Fast, Pare Kediri

### Pengalaman Kerja

1. Pengajar Ponpes Amanatul Ummah, Siwalankerto, Surabaya, Jawa Timur.
2. Pembina Asrama SMA Islam Terpadu Abu bakar, Yogyakarta
3. Pengajar di Lembaga Al-Quran AMM, Kotagede, Yogyakarta.
4. Pengajar di Stikes Surya Global, Kotagede, Yogyakarta
5. Pengajar Al-Quran di Budi Mulia dua, Maguwoharjo, Yogyakarta..

Yogyakarta, 05 Juni 2015  
Hormat saya,

( **Cihwanul Kirom, Lc.** )