

**SEGMENTASI PEMASARAN PRODUK FUNDING
DI PT. BPRS KHASANAH UMMAT PURWOKERTO**



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Diajukan Kepada Jurusan Syari'ah STAIN Purwokerto Untuk
Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya**

Oleh :

**NADIYA
102324028**

**PROGRAM DIPLOMA III
MANAJEMEN PERBANKAN SYARI'AH
JURUSAN SYARI'AH
STAIN PURWOKERTO
PURWOKERTO
2013**

S

**SEGMENTASI PEMASARAN PRODUK FUNDING
DI PT. BPRS KHASANAH UMMAT PURWOKERTO**



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Diajukan Kepada Jurusan Syari'ah STAIN Purwokerto Untuk
Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Abli Madya**

Oleh :
NADIYA
102324028

**PROGRAM DIPLOMA III
MANAJEMEN PERBANKAN SYARI'AH
JURUSAN SYARI'AH
STAIN PURWOKERTO
PURWOKERTO
2013**


PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Nadiya
NIM : 102324028
Jenjang : Diploma III (D III)
Jurusan : Syari'ah
Program Studi : Manajemen Perbankan Syari'ah

Menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 05 Juli 2013

METERAI
TEMPEL
REPUBLIK INDONESIA
100
AC716AAF400782308
6000 DJP
nyatakan

Nadiya
NIM. 102324028



KEMENTERIAN AGAMA

**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
JURUSAN SYARI'AH**

Alamat : Jl.Jend.A.Yani No.40A PURWOKERTO 53126
Tlp.0281-635624, 628250 fax.0281-636553 www.stainpurwokerto.ac.id

REKOMENDASI UJIAN TUGAS AKHIR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Tugas Akhir dari mahasiswa :

Nama : Nadiya
NIM : 102324025
Jurusan/ Program/Semester : Syari'ah/ D III MPS/ VII
Judul Tugas Akhir : **SEGMENTASI PEMASARAN PRODUK FUNDING DI PT. BPRS KHASANAH UMMAT PURWOKERTO**

Menerangkan bahwa Laporan Tugas Akhir mahasiswa tersebut telah siap untuk diujikan setelah yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan akademik yang telah ditetapkan.

Demikian Rekomendasi ini dibuat untuk menjadikan maklum dan mendapatkan penyelesaian sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Dibuat di : Purwokerto
Pada Tanggal : 05 Juli 2013



Mengetahui,
Ketua Jurusan,

Drs. H. Syufa'at, M.Ag.
NIP. 19630910 199203 1 005

Dosen Pembimbing

Yoiz Showfa Shafrani, SP,M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027



KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO

Alamat: Jl.Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto, 53126
Telp. 0281- 635624, 628250 Fax. 0281- 636553 www.stainpurwokerto.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir

berjudul:

**SEGMENTASI PEMASARAN PRODUK FUNDING DI PT. BPRS KHASANAH UMMAT
PURWOKERTO**

yang disusun oleh saudara/i: **Nadiya**, NIM. **102324028**, Program Studi: **D III Manajemen Perbankan Syari'ah**, Jurusan Syari'ah STAIN Purwokerto, telah diujikan pada tanggal **29 Juli 2013** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Ahli Madya** oleh **Sidang Dewan Penguji Tugas Akhir**.

Ketua Sidang/Penguji I,

Drs. H. Syufa'at, M.Ag.
NIP. 19630910 199203 1 005

Sekretaris Sidang/ Penguji II,

H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.
NIP. 19741217 200312 1 006

Pembimbing/Penguji III,

Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si
NIP. 19781231 200801 2 027

Purwokerto, 29 Juli 2013

Mengetahui,

Ketua Jurusan Syari'ah,



Drs. H. Syufa'at, M.Ag.
NIP. 19630910 199203 1 005

Ketua Program Studi,

H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.
NIP. 19741217 200312 1 006

MOTTO

Jadi diri sendiri, cari jati diri, dan dapetin hidup yang mandiri
optimis, karena hidup terus mengalir dan kehidupan terus berputar
sesekali liat ke belakang untuk melanjutkan perjalanan yang tiada berujung...



PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Ayahanda Abdillah dan Ibunda Aminah tercinta, yang telah membesarkan, membimbing dan mendo'akanku dengan penuh kesabaran dan kasih sayang.
2. Saudari Sakinah saudara Ali al Hadi terimakasih telah memberikan dorongan semangat dan inspirasi.
3. Kepada Keluarga Besar Husein Alatas dan Hasan Alatas yang selalu memberi dukungan dan motivasi yang tiada henti.
4. Semua Guru-guruku baik dari guru dalam pendidikan resmi ataupun tidak resmi, terima kasih atas ilmu dan wejangan yang telah diberikan.
5. Sahabat-sahabat penulis vitri terima kasih karena selama 3 tahun terakhir ini kalian telah menjadi sahabat yang begitu berarti bagi kehidupan penulis. Semoga persahabatan ini terus berlanjut sampai masa nanti.
6. Teman-teman D III MPS Angkatan 2010. Semoga kebersamaan dan persahabatan yang kita lalui selalu menyatu dalam indahnya persaudaraan.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim.....

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan taufik-Nya kepada kita semua. Serta sholawat dan salam yang selalu tercurah kepada Nabi junjungan kita, Nabi Muhammad Saw. beserta keluarga, para sahabat beliau dan para pengikut mereka sampai hari akhir.

Maksud dan tujuan dari penulisan Laporan Tugas Akhir ini adalah sebagai salah satu persyaratan guna menyelesaikan studi pada program Diploma III Manajemen Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa penulisan Laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pengetahuan, waktu dan literatur. Oleh karena itu semua saran dan kritik yang sifatnya membangun akan diterima dengan segala kerendahan hati.

Penulis menyadari bahwa Laporan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan karena bantuan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Untuk itu perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah sudi memberikan saran, nasihat dan kritikan dan bantuan baik yang bersifat moril maupun materiil, sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan, Ucapan terima kasih ini penulis sampaikan, terutama, kepada :

1. Dr. Lutfi Hamidi, M. Ag Ketua STAIN Purwokerto.
2. Drs. Rohmad, M. Pd., selaku Pembantu Ketua I STAIN Purwokerto.
3. Drs. H. Ansori, M. Ag., selaku Pembantu II STAIN Purwokerto.
4. Dr. Abdul Basit, M. Ag., selaku Pembantu Ketua III STAIN Purwokerto.
5. Drs. H. Syufa'at, M.Ag selaku Ketua Jurusan Syari'ah
6. H. Akhmad Faozan, Lc, M.Ag selaku Ketua Prodi Manajemen Perbankan Syari'ah.
7. M. Bahrul Ulum, S.H.M.H selaku Pembimbing Akademik Manajemen Perbankan Syari'ah.
8. Yoiz Shofwa Shafrani, SP, M.Si. selaku Pembimbing Laporan Tugas Akhir.
9. Firdaus Effendi, SH selaku Direktur Utama PT. BPRS Khasanah Ummat yang telah menyediakan tempat Praktik Kerja bagi kami sehingga kami dapat pelajaran yang sangat berharga.
10. Titin Rachmasari, SE selaku Direktur dan Pembimbing Lapangan dari PT. BPRS Khasanah Ummat yang telah memberikan bimbingan dan arahan di dunia lapangan kerja khususnya bidang perbankan.
11. Seluruh Dosen Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto atas ilmu yang diberikan selama masa perkuliahan.
12. Seluruh Karyawan PT. BPRS Khasanah Ummat yang selalu memberikan pengarahan selama Praktik Kerja.

Penulis telah berusaha semaksimal mungkin dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini, namun penulis menyadari bahwa Laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang ada.

Sehingga penulis berharap, semoga penulisan Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi masyarakat pada umumnya, dan bagi para mahasiswa Diploma III Manajemen Perbankan Syari'ah STAIN Purwokerto pada khususnya.

Purwokerto, 2013

Penulis,



Nadiya

NIM. 102324028

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 158 tahun 1987 Nomor 0543 b/u/1987 tanggal 10 September 1987 tentang pedoman transliterasi Arab-Latin dengan beberapa penyesuaian menjadi berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	sa	s	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	er
ز	za	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain'	koma terbalik ke atas
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef
ق	qaf	q	ki
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	wawu	w	we
ه	ha	h	ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	ya	y	ye

2. Vokal

1) Vokal tunggal (monofong)

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
—	fathah	a	a
—	Kasrah	i	i
—	damah	u	u

Contoh: كَتَبَ - *kataba*

يَذْهَبُ - *yazhabu*

فَعَلَ -fa'ala

سُئِلَ -su'ila

2) Vokal rangkap (diftong)

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
اِيْ	Fathah dan ya	ai	a dan i
اُوْ	Fathah dan wawu	au	a dan u

Contoh: كَيْفَ - kaifa

هَوْلَ - haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا...ا...	fathah dan alif	ā	a dan garis di atas
اِيْ...	kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
اُوْ...	ḍammah dan wawu	ū	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla

قِيلَ - qīla

رَمَى - ramā

يَقُولُ - yaqūlu

4. Ta Marbūṭah

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua:

1) *Ta marbūṭah* hidup

ta marbūṭah yang hidup atau mendapatkan *ḥarakatfathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah /t/.

2) *Ta marbūṭah* mati

Ta marbūṭah yang mati atau mendapat *ḥarakat sukun*, transliterasinya adalah /h/.

3) Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *tamarbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h)

contoh:

روضة الأطفال	<i>Raudāh al-Atfāl</i>
المدينة المنورة	<i>al-Madīnah al-Munawwarah</i>
طلحة	<i>Ṭalḥah</i>

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

رَبَّنَا - *rabbānā*

نَزَّلَ - *nazzala*

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* dengan kata sandang yang diikuti huruf *qamariyyah*.

- 1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah*, kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
- 2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyyah*, ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf *syamsiyyah* maupun huruf *qamariyyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung atau hubung.

Contoh:

الرجل - al-rajulu

القلم - al-qalamu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. Namun itu, hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila Hamzah itu terletak di awal kata, ia dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Hamzah di awal	اكل	<i>Akala</i>
Hamzah di tengah	تأخذون	<i>ta'khuzūna</i>
Hamzah di akhir	النوء	<i>an-nau'u</i>

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dua cara; bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan. Namun penulis memilih penulisan kata ini dengan perkata.

Contoh:

وان الله هو خير الرازقين : *wa innallaḥa lahuwa khair ar-raziqin*
فاوفوا الكيل والميزان : *fa aufū al-kaila wa al-mizan*

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan arab huruf kapital tidak dikenal, transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandang.

Contoh:

وما محمد الا رسول : *Wa mā Muḥammadun illā rasūl.*
ولقد راه بالافق المبين : *Wa laqad raāhu bi al-ulfuq al-mubīn*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN REKOMENDASI UJIAN TUGAS AKHIR	iii
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	x
DAFTAR ISI.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir	7
D. Maksud dan Tujuan Penulisan Tugas Akhir.....	8
E. Metode Penulisan Laporan	9
F. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja	10
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PRAKTEK KERJA	
A. Sejarah Singkat PT. BPRS Khasanah Ummat.....	11
B. Organisasi dan Kelembagaan	11
C. Visi-Misi dan Tujuan Pendirian PT. BPRS Khasanah Ummat	13
D. Jumlah, Jenis dan Lokasi Kantor	13
E. Struktur Organisasi PT. BPRS Khasanah Ummat.....	15
F. Sistem Operasional dan Produk PT. BPRS Ummat Purwokerto	33
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Pengertian, Manfaat, dan Tujuan Segmentasi Pemasaran	42
1. Pengertian Segmentasi Pasar	43
2. Manfaat Segmentasi Pasar	44
3. Tujuan Sementasi Pasar	44

B. Segmentasi Pemasaran di PT. BPRS Khasanah Ummat Purwokerto.....	51
C. Analisis Segmentasi Pemasaran di PT. BPRS Khasanah Ummat Purwokerto.....	56

BAB IV SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	62
B. Saran	62

DAFTAR PUSTAKA



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masyarakat di negara maju dan berkembang sangat membutuhkan bank sebagai tempat untuk melakukan transaksi keuangannya. Mereka menganggap bank merupakan lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan. Aktivitas uang di negara maju dan negara berkembang antara lain aktivitas penyimpanan dan penyaluran dana.¹

Bank syariah merupakan lembaga keuangan syariah, yang berorientasi pada laba (*profit*). Laba bukan hanya untuk kepentingan pemilik atau pendiri, tetapi juga sangat penting untuk pengembangan usaha bank syariah. Laba bank syariah terutama diperoleh dari selisih antara pendapatan atas penanaman dana dan biaya-biaya yang dikeluarkan selama periode tertentu. Untuk memperoleh hasil yang optimal bank syariah dituntut untuk melakukan pengelolaan dananya secara efisien dan efektif, baik atas dana-dana yang dikumpulkan dari masyarakat (dana pihak ketiga), serta dana modal pemilik atau pendiri bank syariah maupun atas pemanfaatan atau penanaman dana tersebut.²

Peristilahan hukum tentang perbankan dan bank telah dituangkan dalam undang-undang nomor 10 tahun 1998 tentang perubahan undang-undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan. Pengertian perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan

¹ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm. 29.

² Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), hlm. 101.

proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.³ Kegiatan usaha perbankan syariah diterjemahkan menjadi produk perbankan syariah.

Kegiatan usaha perbankan syariah diterjemahkan menjadi produk perbankan syariah. Bank Indonesia telah mengeluarkan PBI no. 10/17/PBI/2008 tentang produk bank syariah dan unit usaha yang mengatur proses kelahiran produk perbankan syariah. Produk bank, yang selanjutnya disebut produk, adalah produk yang dikeluarkan bank baik di sisi penghimpunan dana maupun penyaluran dana serta pelayanan jasa bank yang sesuai dengan prinsip syariah, tidak termasuk produk lembaga keuangan bukan bank yang sebagai agen pemasaran.⁴

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.⁵ Bank sebagai salah satu lembaga keuangan memiliki fungsi menghimpun dana dari masyarakat. Kegiatan bank mengumpulkan dana disebut dengan kegiatan funding. Sama seperti halnya dengan perusahaan lainnya, kegiatan pihak perbankan secara sederhana dapat kita katakan sebagai tempat melayani segala kebutuhan para nasabahnya. Hal ini sesuai dengan kegiatan usaha bank yaitu menghimpun dana melalui simpanan dan dana yang diperoleh dari penghimpunan tersebut akan disalurkan kembali dalam bentuk pinjaman.

³Jundiani, *Pengaturan hukum perbankan di Indonesia*, (Malang: Malang Press, 2009), hlm.

⁴Zubair Hasan, *Undang-Undang Perbankan Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hlm. 88

⁵Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah.*, (Jakarta: Grasindo, 2005), hlm. 1

Jenis usaha bank sebagai lembaga keuangan perantara (*intermediary*) secara simple dapat dijalankan ke dalam pendanaan (*funding*) dan pembiayaan (*financing*) atau lending, serta jasa. Pendanaan disebut juga dengan sisi liability atau beban kewajiban yang harus dibayar oleh pihak bank kepada pihak lainnya (nasabah) penabung atau investor pada produk deposito. Dana deposito tersebut sering disebut dengan DPK (Dana Pihak Ketiga). Pembiayaan disebut juga dengan assets, dikarenakan dana yang dipergunakan untuk pembiayaan merupakan assets (kekayaan) bank tersebut. Meskipun dana yang digunakan pembiayaan tersebut juga bersumber dari dana pihak ketiga. Sebagaimana pada lembaga bank secara umum, dalam penghimpunan dana bank syariah mempraktikkan produk tabungan dan giro (*saving and current accounts*) dan deposito.⁶

Praktik pendanaan (*funding*) bank syariah pada dasarnya diadopsi dari produk tabungan atau simpanan serta deposito pada bank konvensional. Akan tetapi terdapat perbedaan mendasar, bank syariah melandasi setiap transaksi dalam tabungan dan deposito dengan akad yang sesuai dengan syariah, undang-undang atau peraturan lainnya.⁷ Dalam tabungan, bank syariah mengembangkan dua akad yaitu wadi'ah dan mudharabah. Dalam tabungan yang menggunakan akad wadi'ah, bank syariah mengakomodir transaksi tabungan wadi'ah biasa dan tabungan wadi'ah dalam bentuk giro. Berdasarkan undang-undang 10 tahun 1998 yang dimaksud dengan tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat

⁶Ahmad Dahlan. *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik*, (Yogyakarta: Teras, 2012), hlm. 124.

⁷*Ibid*, hlm. 136.

ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.⁸

Sumber dana yang berasal dari masyarakat luas merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasi bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai operasinya dari sumber dana ini. Untuk memperoleh dana dari masyarakat luas bank dapat menggunakan beberapa macam jenis simpanan salah satunya yaitu simpanan tabungan jenis simpanan ini memiliki keunggulan tersendiri dari simpanan lainnya. Simpanan tabungan digunakan untuk umum dan lebih banyak digunakan oleh perorangan. Simpanan tabungan juga memiliki syarat-syarat tertentu bagi pemegangnya dan persyaratan masing-masing dari bank berbeda satu sama lain. Dana yang telah dikumpulkan oleh bank syariah dari titipan dana pihak ketiga atau titipan lainnya, perlu dikelola dengan penuh amanah dan istiqomah. Dengan harapan dana tersebut mendatangkan keuntungan yang besar, baik untuk nasabah maupun untuk bank.

Adapun ketentuan umum produk penghimpunan dana (*funding*) yaitu:

1. Keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana menjadi hak milik atau ditanggung bank, sedang pemilik dana tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian. Bank dimungkinkan memberikan bonus kepada pemilik dana sebagai suatu insentif untuk menarik dana masyarakat namun tidak boleh diperjanjikan di muka.
2. Bank harus membuat akad pembukaan rekening yang isinya mencakup izin penyaluran dana yang disimpan dan persyaratan lain yang disepakati selama

⁸Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 345.

tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Khusus bagi pemilik rekening giro, bank dapat memberikan buku cek, bilyet giro, dan debit card.

3. Terhadap pembukaan rekening ini bank dapat mengenakan pengganti biaya administrasi untuk sekedar menutupi biaya yang benar-benar terjadi.
4. Ketentuan-ketentuan lain yang berkaitan dengan rekening giro dan tabungan tetap berlaku selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah.⁹

Pasar untuk suatu produk atau jasa perbankan sangatlah luas. Perusahaan tidak mudah untuk memasuki pasar yang demikian luas dan walaupun bisa kemungkinan berhasil sangat kecil. Pasar yang demikian luas ini jika tidak membagi pasar menjadi beberapa bagian akan menyulitkan perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasarannya. Karena pasar yang demikian luas maka sebelum memasarkan produknya produsen harus lebih dulu melakukan riset pasar. Tujuannya adalah untuk mengetahui seberapa besar pasar yang akan dimasuki, siapa yang menjadi konsumen produk tersebut, dan seberapa besar saingan kita. Tentu saja semua ini tergantung kemampuan suatu perusahaan. Segmentasi pasar akan memberikan kemudahan kepada bank untuk menentukan pasar sasaran atau konsumen yang akan dituju. Segmentasi pasar adalah membagi sebuah karakteristik, atau perilaku yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang terpisah.¹⁰ Segmentasi pasar dapat dilakukan berdasarkan geografi, demografi, psikografi, atau berdasarkan perilaku.¹¹

Dalam melakukan segmentasi pasar, maka akan diperoleh beberapa segmen yang diinginkan. Pertimbangan untuk memilih segmen yang akan dipilih

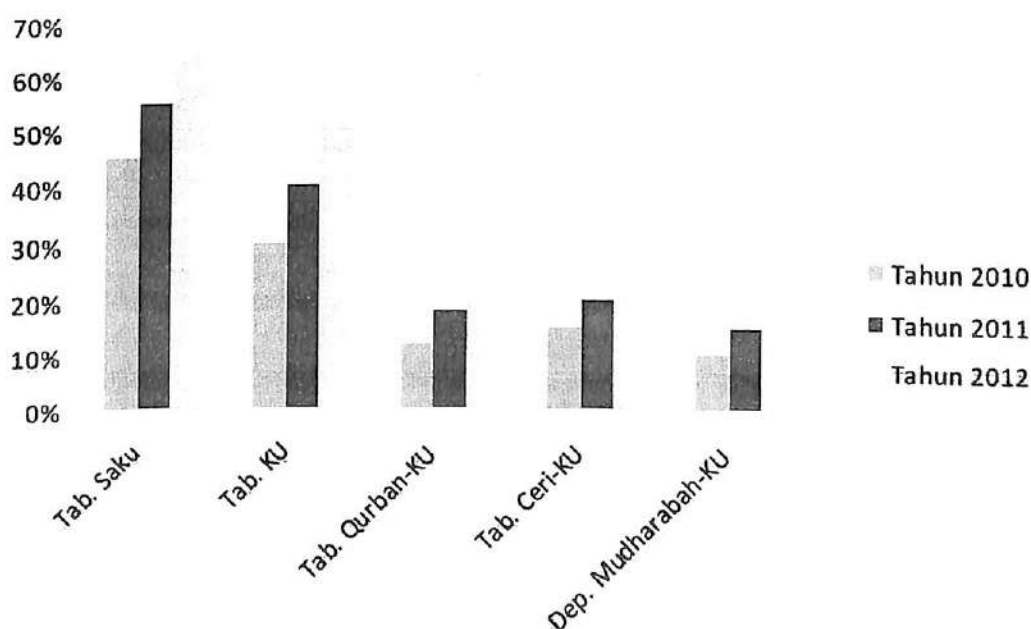
⁹ Adiwarmam Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, hlm. 108.

¹⁰ Philip Kotler, *Manajemen dan Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1984), hlm. 135.

¹¹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), hlm. 113.

dan luasnya segmen. Pada prakteknya yang terdapat pada materi perkuliahan dan di lokasi PKL ditemukan persamaan diantaranya beberapa produk penghimpunan dana (*funding*) khususnya produk tabungan yang ada di PT. BPRS Khasanah Ummat menggunakan segmen yang berbeda beberapa dari produk funding di PT. BPRS Khasanah Ummat telah menggunakan segmen sebagai cara untuk mengelompokkan nasabahnya agar lebih mudah dalam menjalankan strategi pemasaran yang ada di PT. BPRS Khasanah Ummat.

Segmentasi pasar perlu dilakukan mengingat di dalam suatu pasar terdapat banyak pembeli yang berbeda keinginan dan kebutuhannya sendiri. Setiap perbedaan memiliki potensi untuk menjadi pasar tersendiri. Kesesuaian segmentasi yang ditujukan untuk setiap produk tabungan yang ada di PT. BPRS Khasanah Ummat telah mengalami peningkatan yang cukup signifikan setiap tahunnya ini dibuktikan dengan table berikut ini :



Gambar 1.1 Grafik Prosentase kesesuaian Produk di PT. BPRS Khasanah Ummat

Pada Grafik di atas dapat dilihat adanya kenaikan setiap tahunnya pada produk tabungan dan deposito yang ada di PT. BPRS Khasanah Ummat.¹² Yang disediakan untuk berbagai kalangan dengan cara menyesuaikan produk tersebut sesuai dengan kebutuhan atau ketertarikan nasabah pada satu produk tabungan yang di PT. BPRS Khasanah Ummat. Untuk kemudian disegmenkan ke dalam beberapa produk tabungan yang telah disesuaikan dengan faktor-faktor seperti usia, gaya hidup, dan faktor lainnya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan pengkajian lebih dalam lagi mengenai segmentasi atau pengelompokan penghimpunan dana yang dilakukan oleh perbankan syariah khususnya pada PT. BPRS Khasanah Ummat. Sehingga melalui tugas akhir ini penulis mengambil judul "Segmentasi Pemasaran Produk Funding di PT. BPRS Khasanah Ummat".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut : Bagaimana Segmentasi Pemasaran untuk Produk Funding di PT. BPRS Khasanah Ummat?

C. Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir

Untuk memberikan gambaran yang jelas secara menyeluruh dalam memahami rencana laporan tugas akhir ini, maka peneliti menyusun sistematika penulisan sebagai berikut :

¹²Sumber Data :Wawancara dengan Doni Eko Radityoselaku Account Officer PT. BPRS Khasanah Ummat Purwokerto, pada tanggal 15 Mei 2013.

Sistematika penulisan ini, penulis bagi empat bab setelah itu tambahan formalitas yang berisikan halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman kata pengantar, daftar isi, dan lampiran-lampiran lainnya jika dibutuhkan.

Bab I pendahuluan memuat tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II menjelaskan tentang gambaran PT. BPRS Khasanah Ummat Purwokerto, visi dan misi instansi, struktur organisasi, dan produk-produk PT. BPRS Khasanah Ummat Purwokerto.

Bab III Bab ketiga membahas hasil analisis data-data yang diperoleh selama PKL.

Bab ke IV meliputi kesimpulan, saran-saran dan kata penutup.

D. Maksud dan Tujuan Penulisan Tugas Akhir

Tujuan penulisan laporan Tugas Akhir adalah untuk mengembangkan kemampuan mahasiswa dalam menulis laporan pelaksanaan praktek kerja, sehingga mahasiswa dapat memaparkan secara mendetail pelaksanaan praktek kerja yang dilakukannya, dan menyajikannya dalam bentuk karya tulis ilmiah sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Program DIII MPS Jurusan Syariah STAIN Purwokerto.

Selain itu tujuan dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis bermaksud untuk menambah pengetahuan mengenai segmentasi pemasaran produk pendanaan (*funding*). Disini, penulis mencoba untuk membuktikan teori-teori

yang diperoleh di bangku kuliah pada realita lembaga keuangan perbankan syariah. Dalam hal ini penulis melakukan observasi langsung di PT. BPRS Khasanah Ummat Purwokerto.

E. Metode Penulisan Laporan

1. Metode Penulisan

Metode penulisan yang digunakan penulis dalam menyusun Laporan Tugas Akhir ini adalah metode analisis deskriptif. Analisis deskriptif yaitu metode yang digunakan terhadap data yang dikumpulkan, kemudian disusun dan dijelaskan apakah telah sesuai dengan materi.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi yaitu proses pencatatan pola perilaku subyek (orang), obyek (benda) atau kejadian yang sistemik tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.¹³ Selain itu observasi biasa diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada obyek penelitian. Dalam penelitian observasi ini dilakukan dengan pengamatan langsung mengenai sistem operasional dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan di PT. BPRS Khasanah Ummat Purwokerto. Data yang diperoleh berdasarkan teknik observasi adalah data-data yang nyata berdasarkan pengamatan dengan kata lain, target data yang diperoleh berupa catatan keseharian yang terjadi pada objek yang akan diobservasi.

¹³Nur Indrianto & Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen* (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta 2002), hlm. 157.

b. Wawancara

Teknik ini adalah cara mengumpulkan data yang mengharuskan seorang peneliti mengadakan kontak langsung secara lisan atau tatap muka (*face to face*) dengan sumber data, baik dalam situasi yang sebenarnya maupun dalam situasi yang sengaja dibuat untuk keperluan tersebut.¹⁴ Teknik ini penulis gunakan untuk menggali informasi data yang berkaitan dengan segmentasi pemasaran produk *funding* yang ada di PT. BPRS Khasanah Ummat Purwokerto.

c. Dokumentasi

Teknik ini adalah cara mengumpulkan data yang dilakukan dengan kategorisasi dan klasifikasi bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah penelitian, baik dari sumber dokumen maupun buku-buku, koran, majalah dan lain-lain.¹⁵ Teknik ini penulis gunakan untuk mendapatkan data-data dalam bentuk tulisan yang isinya akan dimasukkan ke dalam Laporan Tugas Akhir ini.

F. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja

Lokasi PKL yaitu di PT. BPRS Khasanah Ummat dengan kantor pusat di Jalan Sunan Bonang No.27 Tambaksari, Kembaran Banyumas. Kemudian secara bergantian (*rolling*), kami juga ditempatkan di beberapa kantor kas yaitu kantor kas Purwokerto Barat Jl. Kertawibawa No.9 Karanglewas Purwokerto, dan kantor kas Cerme Jalan Raya Beji No 3A Purwosari Baturaden. Adapun waktu pelaksanaannya yaitu mulai dari tanggal 14 Januari 2013 hingga 22 Maret 2013.

¹⁴Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1998), hlm. 95.

¹⁵*Ibid*, hlm. 95.



BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PRAKTEK KERJA

A. Sejarah Singkat PT. BPRS Khasanah Ummat

Beroperasinya lembaga keuangan syariah di Indonesia tidak terlepas dari aspek legalitas yang berlaku beberapa tahun terakhir, seperti misalnya UU No.7/1992 tentang perbankan dan kemudian menyusul UU No.10/1998. Secara tersurat UU No.7/1992 tentang lembaga keuangan tersebut memberikan peluang bagi sebuah lembaga keuangan untuk beroperasi dengan sistem bagi hasil (*profit-sharing system*). Potensi dan prospek lembaga keuangan syariah di Indonesia sesungguhnya sangat baik mengingat penduduk di Indonesia yang berjumlah sekitar 200 juta orang mayoritas beragama Islam.

Kabupaten Banyumas merupakan salah satu wilayah kabupaten di bagian selatan Jawa Tengah, yang notabene mayoritas penduduknya beragama Islam. Dengan pertumbuhan ekonomi rata-rata 12,32% pertahun dengan jumlah penduduk mayoritas beragama Islam. Ini merupakan potensi yang cukup besar bagi pengembangan PT. BPRS Khasanah Ummat.

B. Organisasi dan Kelembagaan

PT. BPRS Khasanah Ummat berkedudukan di Jl. Sunan Bonang No. 27 Tambaksari Kecamatan Kembaran Kabupaten Banyumas, didirikan sesuai akta pendirian No.56 tanggal 24 Pebruari 2005, yang dibuat oleh Notaris Nuning Indraeni, SH dan mendapatkan pengesahan dari Departemen Hukum dan HAM Republik Indonesia No.C-09130 HT01.01.TH 2005 tanggal 15 April 2005 dan

ijin usaha sesuai keputusan Gubernur Bank Indonesia No.7/41/KEP.GBI/2005 tanggal 13 Juli 2005.¹⁶

Berikut ini adalah susunan dan kepengurusan PT. BPRS Khasanah Ummat:

1. Dewan Komisaris :

- a. Nama : IR. H. Oentoeng Edy Djatmiko, MP
Jabatan : Komisaris Utama
- b. Nama : IR. H. Purnama Sukardi, Ph.D
Jabatan : Komisaris
- c. Nama : Drs. H. Arif Wahidin, M.Si.
Jabatan : Komisaris

2. Dewan Pengawas Syariah :

- a. Nama : KH. Misbahussurur, Lc
Jabatan : Ketua
- b. Nama : H. Muhibbin Bahrur, Lc
Jabatan : Anggota
- c. Nama : Dr. A Luthfi Hamidi, M.Ag.
Jabatan : Anggota

3. Direksi :

- a. Nama : Firdaus Effendi, SH
Jabatan : Direktur Utama
- b. Nama : Titin Rachmasari, SE
Jabatan : Direktur

¹⁶ Standar Operasional Perbankan PT. BPRS Khasanah Ummat

C. Visi, Misi dan Motto PT. BPRS Khasanah Ummat¹⁷

1. Visi

Menjadi BPRS yang amanah dan professional dalam rangka mengembangkan ekonomi syariah.

2. Misi

- a. Menerapkan dan mengembangkan sistem perbankan syariah
- b. Mendukung pengembangan ekonomi umat melalui perluasan jaringan kerja.

3. Motto / Slogan PT. BPRS Khasanah Ummat

“Lebih amanah dalam bermuamalah”

D. Jumlah, Jenis dan Lokasi Kantor

1. Jumlah kantor 4 (empat) sebagai kantor pusat atau induk dan kantor kas

2. Lokasi Kantor :¹⁸

a. Kantor Pusat

Jalan Sunan Bonang No. 27 Tambaksari, Kebharan, Banyumas

53182

Telp 7617960 / 6843115 Fax.0281-6843115

b. Kantor Kas Purwokerto Barat

Jalan Kartawibawa No.9 Purwokerto Barat

Telp. 0281-6840207

¹⁷Standar Operasional Perbankan PT. BPRS Khasanah Ummat.

¹⁸Standar Operasional Perbankan PT. BPRS Khasanah Ummat.

c. Kantor Kas Sumpiuh

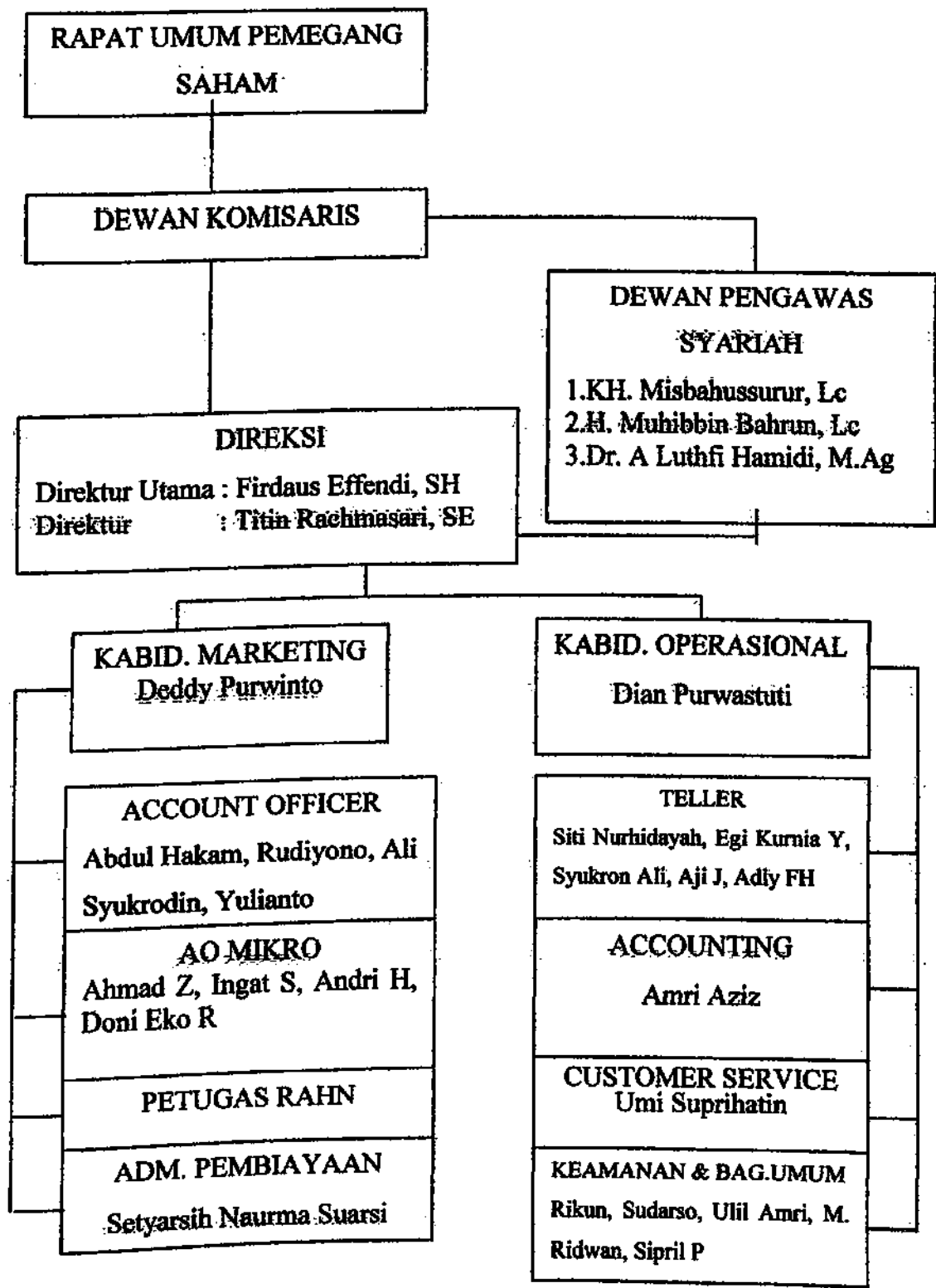
Kios Pasar Sumpiuh No.26 Sumpiuh, Banyumas Telp 0282-
497794

d. Kantor Kas Cerme

Jalan Raya Beji No.3A Purwosari, Baturraden¹⁹

¹⁹*Brosur* PT. BPRS Khasanah Ummat.

E. Struktur Organisasi PT. BPRS Khasanah Ummat Purwokerto



Gambar 2.1 Struktur organisasi PT. BPRS Khasanah Ummat

Berikut ini penjelasan tugas dan wewenang struktur organisasi PT. BPRS Khasanah Ummat:

1. Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)

Dengan adanya keputusan RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham) yang antara lain menyangkut Laporan Pertanggungjawaban Direksi serta Rencana Kerja selanjutnya maka Bank Syariah dapat mengadakan langkah kebijaksanaan serta operasionalisasi selanjutnya.

2. Dewan Pengawas Syariah (DPS)

Dewan Pengawas Syariah bertugas memberikan Fatwa Agama terutama dalam produk-produk Bank Syariah.

3. Dewan Komisaris

Komisaris Utama bertugas dalam pengawasan *intern* Bank Syariah, mengarahkan pelaksanaan yang dijalankan oleh Direksi agar tetap mengikuti kebijaksanaan Perseroan dan ketentuan yang berlaku.

4. Dewan Direksi

a. Direktur Utama

- 1) Mewakili Direksi atas nama perseroan
- 2) Memimpin dan mengelola perseroan sehingga tercapai tujuan perseroan
- 3) Bertanggung jawab terhadap operasional perseroan khususnya dalam hubungan dengan pihak ekstern perusahaan
- 4) Bertanggung jawab terhadap Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

b. Direktur

- 1) Mewakili Direktur Utama atas nama Direksi
- 2) Membantu Direktur Utama dalam mengelola perseroan sehingga tercapai tujuan perseroan
- 3) Bertanggung jawab atas nama perseroan, khususnya dalam hubungan dengan pihak intern perusahaan.
- 4) Bersama-sama Direktur Utama bertanggung jawab kepada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)

5. Bidang Marketing

a. Kepala Bagian *Marketing*

Kepala Bagian *Marketing* merupakan organ organisasi yang bertanggung jawab untuk bidang *marketing* untuk penghimpunan dan penyaluran dana serta pengadministrasiannya. Melakukan supervisi atas Supervisor, *Account Officer*, ADMP, *Legal Officer*, *Funding Officer*, dan Remedial.²⁰

Tugas Kepala Bagian *Marketing*:

- 1) Membantu terlaksananya tugas Direksi dan bagian-bagian lainnya dalam menjalankan operasional bank yang berkaitan dengan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pengadministrasiannya.
- 2) Mengkoordinasikan tugas-tugas yang berhubungan langsung dengan bagian *marketing*.

²⁰Standar Operasional Perbankan PT. BPRS Khasanah Ummat.

- 3) Menyusun taktik dan strategi pemasaran produk perbankan kepada masyarakat dan dunia usaha setempat.
- 4) Membuat dan mengevaluasi program kerja/target kerja *marketing* untuk penghimpunan dan penyaluran dana.
- 5) Membuat target dan melakukan evaluasi terhadap kerja Supervisor, *Account Officer (AO)*, *ADMP*, *Funding Officer (FO)*, *Legal Officer (LO)*, Gadai Emas, dan Remedial.
- 6) Melakukan penilaian terhadap potensi pasar dan pengembangan pasar.
- 7) Memimpin rapat dan bertanggung jawab dalam proses pengajuan pembiayaan (komite pembiayaan) sesuai dengan limitasi yang ditentukan.
- 8) Menyelesaikan pembiayaan bermasalah (kurang lancar, diragukan dan macet) bersama dengan *Account Officer (AO)* dan Remedial.
- 9) Menyelenggarakan rapat *marketing* dan terselesaikannya masalah-masalah yang ada di bagian *marketing*:
 - a) Membuat jadwal rutin rapat *marketing* dan memastikan agenda-agenda untuk dibahas.
 - b) Memimpin rapat bagian *marketing*.
 - c) Menyelesaikan masalah-masalah yang ada/berkembang dalam rapat.
 - d) Memastikan *notulasi* rapat dibuat dan terdokumentasi dengan baik.
- 10) Menilai dan mengevaluasi kinerja bagian *marketing*.

11) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan Direksi.

Tugas-tugas Pokok Bidang Marketing:

- a. Melakukan koordinasi serta pelaksanaan tugas-tugas marketing dalam pembiayaan (kredit) dari unit atau bagian yang berada di bagian yang berada di bawah supervisinya.
- b. Melakukan monitoring, evaluasi, review dan supervisi terhadap pelaksanaan tugas.
- c. Bertindak sebagai komite pembiayaan dalam upaya pengambilan keputusan pembiayaan (kredit).

6. Account Officer (A/O)

A/O atau Pembina Pembiayaan bertugas memproses calon nasabah permohonan pembiayaan sehingga menjadi debitur. Selanjutnya membina debitur tersebut agar memenuhi kesanggupannya terutama dalam pembayaran kembali pembiayaannya serta menyelesaikan kasus atau masalah debitur yang perlu dilakukan penanggulangan kemungkinan terjadinya masalah, sehingga sejauh mungkin dihindari secara preventif.

Tugas Account Officer:

- a. Melakukan analisa terhadap kelayakan usaha nasabah/debitur yang mengajukan pembiayaan dengan selalu memperhatikan prinsip kehati-hatian dan prinsip syariah:
 - 1) Melayani pengajuan pembiayaan dan memberikan penjelasan mengenai produk pembiayaan.

- 2) Melakukan pengumpulan informasi mengenai calon nasabah melalui kegiatan wawancara dan on the spot (kunjungan lapangan)
 - 3) Melengkapi persyaratan pembiayaan yang diajukan oleh nasabah.
 - 4) Membuat analisis pembiayaan secara tertulis dari hasil wawancara dan kunjungan lapangan.
 - 5) Memberikan penjelasan secara jelas dan lengkap atas pertanyaan dan saran peserta komite.
- b. Memonitor pembiayaan yang telah diberikan kepada nasabah/debitur dan menyelesaikan pembiayaan bermasalah:
- 1) Melakukan peringatan baik secara lisan maupun secara tertulis berdasarkan data dari ADMP atas keterlambatan angsuran nasabah.
 - 2) Melakukan analisis bersama Kepala Bagian *Marketing* dan Remedial atas pembiayaan bermasalah (*Non Performance Finance*).
 - 3) Bersama Remedial menyelesaikan pembiayaan bermasalah (*Non Performance Finance*).
 - 4) Melakukan monitoring *pasca dropping*, untuk melihat ketepatan alokasi dana pembiayaan
- c. Mengembangkan pasar pendanaan dan pembiayaan:
- 1) Memberikan masukan untuk pengembangan pasar dengan memberikan gambaran mengenai potensi pasar yang ada.
 - 2) Menghimpun data-data yang diperlukan yang relevan dengan kebutuhan untuk pengembangan pasar.

- 3) Melakukan langkah-langkah secara terencana dan terkoordinasi dengan Kepala Bagian *Marketing* dan *Funding Officer* dalam kaitannya dengan pengembangan pasar.

7. A/O Mikro

A/O Mikro bersama dengan Support Pembiayaan mengadakan penilaian Pemohon Pembiayaan sehingga memenuhi kriteria dan persyaratannya. A/O dalam memproses calon Debitur dalam kendalannya (kelayakannya), sedangkan bagian support pembiayaan dari segi keabsahannya, seperti kebenaran lampiran, usaha maupun penggunaan pembiayaan, dan lain-lain keabsahan.

8. Petugas Rahn

9. Administrasi Pembiayaan

Di dalam proses pembiayaan terdapat administrasi yang ditangani oleh A/O ataupun bagian Support Pembiayaan. Di samping itu setelah pemohon menjadi Debitur mulai dari pencairan dananya sampai pelunasan ataupun pembayaran-pembayaran debitur akan ditangani oleh Bagian Administrasi Pembiayaan.

Tugas Administrasi Pembiayaan:

- a. Menyiapkan administrasi pencairan pembiayaan (*dropping*) dan melakukan proses *dropping*:
 - 1) Memeriksa kelengkapan administrasi nasabah atau debitur yang akan *didropping*.

- 2) Membuat akad pembiayaan, tanda terima jaminan, kartu angsuran dan pengawasan.
 - 3) Membacakan akad bersama Account Officer(AO) kepada nasabah pembiayaan.
 - 4) Mengisikan buku registrasi nasabah pembiayaan secara lengkap.
- b. Mengarsipkan berkas pembiayaan :
- 1) Memeriksa kelengkapan administrasi pembiayaan untuk diarsipkan.
 - 2) Mengarsipkan akad pembiayaan serta berkas pendukung lainnya sesuai dengan nomor rekening.
 - 3) Menyimpan kartu pengawasan sesuai dengan nomor urut atau nomor rekening nasabah pembiayaan.
 - 4) Mengeluarkan berkas pada saat dibutuhkan dengan bukti catatan pengeluaran dan memastikan berkas yang telah selesai digunakan telah dikembalikan pada tempatnya.
- c. Menyimpan dan mengarsipkan jaminan pembiayaan :
- 1) Memastikan jaminan telah diperiksa dan disetujui pihak yang berwenang (AO dan Direksi) dengan bukti tanda tangan yang tertera pada lembar penerimaan jaminan.
 - 2) Memberikan lembaran tanda terima jaminan asli kepada nasabah, dan mencatatnya pada buku registrasi jaminan.
 - 3) Menyimpan tanda terima jaminan copy dengan surat jaminan ke dalam brankas jaminan.

- 4) Mengeluarkan jaminan apabila diperlukan atas sepengetahuan Direksi secara tertulis.
 - 5) Melakukan kontrol atas jaminan-jaminan yang ada.
- d. Mengadministrasikan dan melakukan pendebitan angsuran dan pelunasan pembiayaan.
- e. Pembuatan laporan pembiayaan sesuai dengan periode laporan :
- 1) Laporan *dropping* perbulan dan total *dropping* selama pertahun.
 - 2) Laporan lengkap PYD (Pembiayaan Yang Dilempar).
 - 3) Laporan PYD yang akan jatuh tempo.
 - 4) Laporan kolektibilitas (tingkat kelancaran pembiayaan).
 - 5) Daftar nasabah yang harus ditagih.
- f. Membuat surat teguran dan peringatan kepada nasabah yang melakukan tunggakan angsuran serta yang akan dan telah jatuh tempo :
- 1) Membuat dan mengirimkan surat pemberitahuan atau teguran atau peringatan pada nasabah yang melakukan tunggakan dan yang telah jatuh tempo kordinasi dengan AO dan Kolektor.
 - 2) Melakukan kontrol atas tindak lanjut surat pemberitahuan atau teguran atau peringatan yang dikirimkan kepada nasabah.
- g. Mengatur peminjaman arsip dokumen nasabah atau debitur dan menjaga agar tidak terjadi kerusakan dan kehilangan atas dokumen-dokumen tersebut.
- h. Melakukan monitoring atas masa berlakunya asuransi nasabah pembiayaan

- i. Melakukan pengamanan atas data-data pembiayaan serta arsip-arsip pendukungnya.
- j. Menyiapkan data atau bahan yang diperlukan untuk rapat *marketing*.

10. Bidang Operasional

Tugas Bidang Operasional:

- a. Membantu terlaksananya tugas Direksi dan bagian-bagian lainnya dalam menjalankan operasional bank.
- b. Mengkoordinasikan tugas-tugas yang berhubungan langsung dengan bagian operasional.
- c. Menjalankan operasional bank dengan pelayanan yang memuaskan (*service excellent*) kepada nasabah:
 - 1) Melakukan supervisi dan pengawasan terhadap pekerjaan Pembukuan, *Teller*, Deposito dan *Customer Service* atas pelayanan yang diberikan kepada nasabah.
 - 2) Memberikan masukan dan arahan pada hal-hal yang berkenaan dengan pelayanan untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah.
 - 3) Memperhatikan masukan serta keluhan nasabah atas pelayanan Bank dan membahasnya pada tingkat rapat operasional untuk mencari jalan keluar.
 - 4) Menyelesaikan secepatnya apabila ada kasus yang berkaitan dengan nasabah.
- d. Melakukan kontrol dan evaluasi bagian operasional melalui kegiatan supervisi dan rapat rutin:

- e. Mengagendakan dan memimpin rapat operasional bulanan untuk membahas rencana kerja operasional, target kerja dan evaluasi secara keseluruhan serta permasalahan-permasalahan yang terjadi pada bagian operasional.
- f. Mendokumentasikan hasil rapat bulanan sebagai bahan rujukan atas aktivitas selanjutnya.
- g. Melakukan kontrol terhadap kesepakatan dan keputusan yang diambil dalam rapat.
- h. Menerbitkan laporan keuangan, laporan perkembangan pembiayaan dan laporan mengenai penghimpunan dana masyarakat secara lengkap, akurat dan sah baik harian, bulanan maupun sesuai dengan periode yang dibutuhkan:
 - 1) Memeriksa laporan harian, bulanan dan mengesahkannya (*otorisasi*).
 - 2) Memeriksa laporan mengenai perkembangan pembiayaan, tingkat kelancaran pembiayaan dan laporan mengenai nasabah yang bermasalah.
 - 3) Membuat dan mengirimkan laporan keuangan bank atas persetujuan Direksi kepada pihak-pihak yang berkepentingan.
 - 4) Mengarsipkan seluruh dokumen-dokumen keuangan, dokumen lembaga, serta dokumen penting lainnya
 - 5) Mengatur dan mengawasi sistem pengarsipan seluruh bagian di operasional.

- 6) Membuat mekanisme/sistem peminjaman untuk dokumen-dokumen bank bila dibutuhkan.
- i. Menilai dan mengevaluasi kinerja bagian operasional.
- j. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan Direksi.

11. Teller

Teller selaku kuasa bank untuk melakukan pekerjaan yang berkaitan dengan penerimaan dan penarikan pembayaran uang. Tugas Teller juga mengatur dan memelihara saldo/posisi uang kas yang ada dalam tempat khasanah bank.

Tugas Teller:

- a. Mengelola dan membuat laporan kas harian:
 - 1) Menerima dan mengeluarkan transaksi tunai sesuai dengan batas wewenangnya.
 - 2) Melakukan pengesahan pada bukti transaksi baik paraf maupun validasi.
 - 3) Menyusun bukti-bukti transaksi keluar dan masuk dan memberikan nomor bukti.
 - 4) Membuat rekapitulasi transaksi masuk dan keluar dan meminta validasi dari pihak yang berwenang.
 - 5) Melakukan *cross check* antara rekapitulasi kas dengan mutasi vault dan neraca.

b. Menjaga keamanan kas:

- 1) Melakukan penghitungan kas pada pagi dan sore hari saat akan dimulainya hari kerja dan akhirnya hari kerja yang harus disaksikan oleh petugas yang berwenang.
- 2) Meneliti setiap uang masuk akan keaslian uang agar terhindar dari uang palsu.
- 3) Menjaga ruang dari pihak-pihak yang tidak berkepentingan.
- 4) Mengarsipkan laporan mutasi *vault* pada tempat yang aman.
- 5) Melakukan *cross check* antara *vault* dengan neraca dan rekapitulasi kas.

c. Menyediakan laporan arus kas pada akhir bulan untuk keperluan evaluasi:

- 1) Membuat laporan kas masuk dan keluar pada setiap akhir bulan untuk setiap akun-akun yang penting
- 2) Meminta pengesahan laporan arus kas dari yang berwenang sebagai laporan yang sah.

d. Menerima setoran tabungan:

- 1) Menerima slip setoran, buku tabungan dan uang dari nasabah.
- 2) Memeriksa kelengkapan dan kebenaran pengisian slip setoran (dalam slip setoran harus tertera nilai uang dalam bentuk angka dan huruf dengan nilai yang sama, cocokkan antara buku tabungan dengan slip pengambilan yaitu nomor rekening dan nama nasabah, pengisian slip harus ditulis dengan jelas).

- 3) Mencocokkan antara nominal uang yang tertera pada slip setoran fisik uang yang diterima dari nasabah.
 - 4) Meng-input di menu "Setoran Tunai Tabungan Dengan Buku": (a) nomor rekening, (b) nomor dokumen, (c) nominal.
 - 5) Mencetak: (a) validasi slip setoran, (b) buku tabungan.
 - 6) Memberikan buku tabungan dan *copy* slip setoran kepada nasabah, sebagai bukti penerimaan setoran.
- e. Menerima penarikan tabungan dan pembiayaan:
- 1) Memeriksa kelengkapan dan kebenaran pengisian slip pengambilan (dalam slip setoran harus tertera nilai uang dalam bentuk angka dan huruf dengan nilai yang sama, cocokkan antara buku tabungan dengan slip pengambilan yaitu nomor rekening dan nama nasabah, pengisian slip harus ditulis dengan jelas).
 - 2) Mencocokkan tanda tangan yang tertera pada slip dengan *specimen* di komputer serta cocokkan saldo tabungan pada buku tabungan nasabah dengan tabungan nasabah bersangkutan yang ada di komputer, bila terjadi selisih maka bagian ini harus mencatat tambahan itu terlebih dahulu baru kemudian mencatat ke dalam buku tabungan dan kartu tabungan nasabah.
 - 3) Meminta persetujuan pejabat yang berwenang untuk pengambilan di atas batas wewenangnya (paraf pada slip pengambilan), atas pengambilan tabungan tersebut (perhatikan saldo yang tersisa harus memenuhi ketentuan yang ada).

- 4) Meng-*input* di menu "Penarikan Tunai Tabungan Dengan Buku" yaitu:
 - (a) nomor rekening, (b) nomor dokumen, dan (c) nominal.
 - 5) Membubuhkan stempel pada slip setelah dimasukkan ke dalam komputer.
 - 6) Mencetak: (a) validasi slip pengambilan, (b) buku tabungan.
 - 7) Mengambil uang dan memeriksa, kemudian memberikan uang serta buku tabungan kepada nasabah.
 - 8) Menyerahkan semua slip setoran dan pengambilan kepada bagian pembukuan setelah tutup kas.
- f. Menerima setoran administrasi (Pembiayaan Yang Dilempar dan lainnya):
- 1) Menerima slip setoran dari nasabah (administrasi, asuransi, materai, zakat/infak, notaris, dan kelengkapan lain yang diberikan dari bagian ADMP).
 - 2) Menghitung jumlah setoran.
 - 3) Menerima uang dengan jumlah yang tertera pada slip setoran.
 - 4) Meng-*input* pada menu "setoran Tunai dari Bank": (a) Nomor Slip Biaya-Biaya, (b) Nomor Dokumen, (c) Nominal.
 - 5) Mensisihkan uang dan slip yang diterima untuk diberikan kepada ADMP pembina nasabah tersebut uang: (a) Materai, (b) Notaris, (c) Asuransi.
 - 6) Memberikan bukti setoran kepada nasabah.

12. Accounting (Bagian Pembukuan)

Bagian Pembukuan bertugas di dalam pembuatan Neraca, membuat daftar Rugi/Laba. Disamping itu Bagian Pembukuan juga bertugas dalam pembuatan Laporan ke Bank Indonesia dan tugas lain yang sesuai dengan policy Perusahaan.

13. Customer Service

Sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan dan menawarkan produk bank kepada setiap calon nasabah yang datang ke bank.

Tugas Costumer Service:

- a. Memberikan penjelasan kepada nasabah/calon nasabah mengenai produk-produk BPRS, berikut syarat-syarat maupun tata cara prosedurnya.
- b. Melayani nasabah untuk melakukan pembukaan dan penutupan rekening tabungan dan deposito:

- 1) Meminta nasabah untuk melengkapi persyaratan menjadi nasabah, yaitu mengisi formulir aplikasi nasabah yang meliputi basic data (nama sesuai KTP, nama versi *System Information Data base*, nama gadis ibu kandung, jenis badan hukum, NPWP, struktur *customer*, group *Costumer Information File*, tempat & tanggal lahir, jenis kelamin, agama, status perkawinan, no. telepon, no. fax, pendidikan, pendapatan perbulan & sumber dana), Identitas Diri (jenis ID, nomor ID, tanggal penerbitan, tanggal jatuh tempo, penerbit), alamat, kode pos, kode wilayah, sandi lokasi, pekerjaan, keluarga, *specimen* tanda

- tangan, *spectroline* (contoh tanda tangan), menyerahkan tanda pengenal, mengisi slip setoran awal.
- 2) Mencari nomor base (*Costumer Information File*) bagi nasabah yang sudah terdaftar atau membukakan nomor (*Costumer Information File*) baru bagi nasabah yang baru (belum terdaftar di komputer).
 - 3) Menerima kelengkapan nasabah, memeriksa dan memberikan penjelasan mengenai produk tabungan, deposito atau pembiayaan.
 - 4) Menggali informasi mengenai riwayat calon nasabah dalam perbincangan ringan dan menanyakan sumber dana yang diperoleh dari nasabah.
 - 5) Menandatangani *form* permohonan pembukaan tabungan dan aplikasi pembukaan deposito calon nasabah.
 - 6) Menyerahkan kembali berkas persyaratan dan slip-slip pada bagian pembukuan.
 - 7) Membuatkan buku dan memberikan nomor rekening kepada nasabah yang baru.
 - 8) Menyerahkan *form* pernyataan sumber dana yang harus di tanda tangani oleh nasabah untuk transaksinya di atas Rp.100.000.000,- (seratus juta rupiah).
 - 9) Melakukan/membuat registrasi tabungan baik di komputer maupun di buku registrasi.
 - 10) Menyerahkan buku tabungan kepada nasabah.

- 11) Menyimpan *form* aplikasi pembukaan tabungan/deposito ke dalam tempat yang telah ditentukan.
 - c. Melakukan Pengarsipan Tabungan:
 - 1) Melakukan pengarsipan untuk permohonan tabungan pada binder khusus sesuai tanggal (Norek Tabungan)
 - 2) Melakukan pengarsipan untuk kartu contoh tanda tangan (*specimen*) nasabah sesuai dengan nomor rekening.
 - d. Melayani penutupan rekening tabungan baik atas permintaan nasabah sendiri, karena ketentuan BPRS maupun karena peraturan Bank Indonesia.
 - e. Melayani nasabah dan memberikan penjelasan tentang produk- produk BPRS dan jasa-jasa perbankan lainnya.
 - f. Melayani nasabah yang membutuhkan informasi tentang saldo dan mutasi rekening.
 - g. Melayani nasabah atas laporan tabungan/warkat deposito yang hilang dan memintakan pendapat kepada Kepala Bidang Operasional untuk penanganan selanjutnya.
 - h. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan atasan.
 - i. Mengutamakan prinsip kehati-hatian (*prudential banking*)
14. Bagian Keamanan dan Bagian Umum
 - a. Bagian Keamanan bertugas mengamankan kekayaan kantor serta pemeliharannya.

- b. Bagian Umum bertugas mempersiapkan sarana serta perlengkapan kantor. Dapat pula diberi tugas sesuai policy perusahaan.

F. Sistem Operasional dan Produk PT. BPRS Khasanah Ummat Purwokerto²¹

1. Sistem Operasional

a. Internal Audit

Internal Audit merupakan organ organisasi yang melakukan pengawasan atau kontrol (*double checker*) pelaksanaan operasional BPRS yang sesuai dengan Standar Operasional dan Prosedur yang telah ditetapkan.²²

Tugas Internal Audit:

1) Pembiayaan

- a) Memastikan proses pembiayaan telah melalui analisa 5C (*Character, Capacity, Capital, Collateral, Condition*) termasuk aspek legalitas, aspek marketing serta aspek keuangan.
- b) Mengawasi limitasi kewenangan pemberian pembiayaan.
- c) Melakukan verifikasi dan pemeriksaan atas laporan analisa calon nasabah di lapangan serta evaluasi nilai agunan, keaslian dokumen dan pengikatan agunan.
- d) Memastikan proses, persyaratan dan dokumentasi pencairan pembiayaan telah dilakukan dengan akurat dan tertib.

²¹ Standar Operasional Perbankan PT. BPRS Khasanah Ummat.

²² Dokumentasi PT. BPRS Khasanah Ummat.

e) Monitoring dan evaluasi secara berkala terhadap nasabah dan posisi kolektabilitas pembiayaan.

2) Kas

a) Memastikan penyimpanan kas dengan aman melalui pengambilan dan penyimpanan secara *dual custody*.

b) Memeriksa keakuratan *cash opname* secara berkala.

c) Memastikan pengaturan limitasi keuangan pada masing-masing *teller* sesuai kewenangan.

d) Monitoring asuransi terhadap keadaan kas serta memastikan pengamanan antar jemput uang dari nasabah.

3) Tabungan

a) Memastikan prosedur pembukaan, penyeteroran dan penarikan rekening tabungan telah dilakukan sesuai Sistem Operasional Prosedur Bank.

b) Mengawasi dan memeriksa kelengkapan dan keakuratan dokumen serta administrasi data-data nasabah.

c) Memeriksa *input* data dalam system berikut perhitungan bagi hasil dan distribusinya.

d) Mengontrol dan memastikan kebenaran atas verifikasi tanda tangan nasabah dengan *specimen* pada arsip.

e) Memastikan kebenaran pencatatan saldo pada tabungan nasabah dengan sistem komputerisasi.

f) Monitoring secara berkala ketersediaan buku tabungan

g) Memastikan pada setiap koreksi dengan langkah jurnal buku bukan dengan coretan.

4) Deposito

a) Memastikan setiap *bilyet* deposito telah memiliki *number control* dan pengeluarannya telah disetujui pihak berwenang.

b) Memeriksa kelengkapan data dan identitas nasabah pada setiap aplikasi pembukaan deposito.

c) Monitoring proses *input* data dalam sistem secara benar dan lengkap.

d) Mengawasi setiap pencairan deposito berikut bagi hasilnya serta memastikan bahwa keabsahan *bilyet* deposito telah diketahui dan disetujui oleh pejabat berwenang.

e) Monitoring secara berkala porsi bagi hasil berikut distribusinya.

f) Monitoring secara berkala persediaan *bilyet* deposito.

5) Aktiva Tetap

a) Mengontrol ketersediaan dan kelayakan inventaris kantor

b) Melakukan *stock opname* inventaris secara berkala guna memastikan kesesuaian administrasi dengan fisik inventaris

c) Memastikan pengamanan inventaris kantor dari risiko kecurian atau kebakaran dengan upaya pengasuransian ke lembaga Asuransi.

d) Mengontrol upaya perawatan dan perbaikan atas inventaris sesuai kebutuhan.

e) Melakukan kontrol efektifitas penggunaan inventaris kantor.

- f) Monitoring atas rencana dan realisasi inventaris pada aktiva tetap sesuai aturan intern Bank maupun ketentuan Bank Indonesia.
- g) Memberikan laporan hasil pemeriksaan terhadap tiket yang dibuat oleh bagian operasional, bagian umum dan personalia serta melakukan administrasi tiket.
- h) Memberikan laporan hasil pemeriksaan terhadap kunjungan langsung (*on the spot*) ke kantor kas dan kantor cabang.
- i) Memberikan opini/saran hasil pemeriksaan yang telah dilakukan kepada pejabat masing-masing untuk dilakukan perbaikan dan melaporkannya kepada Direksi.
- j) Memberikan usulan dan saran kepada Direksi sehubungan dengan perbaikan sistem dan prosedur/kebijakan yang telah ditentukan.
- k) Melaksanakan tugas lain yang diberikan Direksi.

2. Produk PT. BPRS Khasanah Ummat

a. Produk Funding

PT.BPRS Khasanah Ummat menawarkan berbagai macam produk tabungan dan deposito sesuai dengan kebutuhan masyarakat diantaranya :

1) Tabungan Sa-Ku

Tabungan yang dapat ditarik sewaktu-waktu dan akan memperoleh bonus yang menarik setiap bulannya. Tabungan ini dapat dipakai sebagai jaminan pembiayaan dan setoran awal minimal Rp 20.000.

2) Tabungan KU

Tabungan untuk perorangan dengan syarat mudah dan ringan yang diterbitkan guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan setoran awal minimal Rp. 10.000.

3) Tabungan Kurban KU

Merupakan tabungan yang dikhususkan untuk perencanaan kurban. Dengan setoran awal minimal Rp. 10.000 dan setoran selanjutnya disepakati bank dan nasabah. InsyaAllah niat anda berkorban di hari raya Idhul Adha akan dapat terlaksana. Anda juga akan mendapatkan bagi hasil yang menarik tiap bulannya.

4) Tabungan Ceria KU²³

Merupakan tabungan khusus pelajar dan mahasiswa dengan setoran awal minimal Rp. 10.000 dan akan memperoleh bagi hasil yang kompetitif setiap bulannya.

5) Deposito Mudharabah KU

Merupakan simpanan dana pihak ketiga yang hanya dapat ditarik berdasarkan jangka waktu 1, 3, 6 atau 12 bulan dan dapat diperpanjang otomatis (Automatic Roll Over). Setoran awal minimal Rp. 500.000. nasabah akan memperoleh bagi hasil yang menarik setiap bulannya dan dapat dijadikan jaminan pembiayaan.

²³Standar Operasional Perbankan PT. BPRS Khasanah Ummat

6) Dana ZIS KU

Selain berinvestasi untuk masa depan anda dan keluarga tercinta, anda juga dapat berinvestasi untuk masa depan akhirat nanti. Anda para ahlinya yang peduli akan keadaan saudara-saudara kita yang kekurangan, BPRS KU siap membantu untuk menyalurkan harta yang disisihkan melalui zakat, infak, dan shadaqah. Setoran dapat dilaksanakan secara incidental maupun berkala melalui rekening dana ZISKU no rek. 21.0184.010805.

7) Investasi Khasanah Ummat (IKU)

Bermanfaat sebagai jaminan hari depan anda dan keluarga, untuk persiapan biaya pendidikan buah hati anda. Sebagai investasi yang dapat menjadi jaminan pembiayaan menggunakan konsep *Mudārabah*, penarikan hanya dapat dilakukan sesuai jangka waktu yang telah disepakati oleh bank dan nasabah. Iuran minimal Rp 25.000, biaya pendaftaran sebesar Rp 12.000.

Syarat dan ketentuan pembukaan rekening :

- a) Menyerahkan fotocopy identitas (KTP/SIM/Kartu Pelajar/identitas lainnya).
- b) Mengisi dan menandatangani aplikasi permohonan pembukaan rekening baru.

b. Produk Financing²⁴

1) Pembiayaan iB Jual Beli Barang

Menggunakan akad murabahah adalah jual beli barang sebesar harga pokok barang ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati.

Manfaat :

Nasabah akan memiliki barang yang diinginkan melalui pembiayaan dari bank.

2) Pembiayaan iB Modal Kerja

Menggunakan akad musyarakah merupakan akad kerjasama antara bank dan nasabah dengan menggabungkan modal yang hasilnya akan dibagi sesuai nisbah yang disepakati. Apabila mengalami kerugian ditanggung oleh para pihak sebesar partisipasi modal.

Manfaat :

Membantu nasabah dalam pengembangan usaha dengan bagi hasil yang adil dan transparan.

3) Pembiayaan iB Multijasa²⁵

Menggunakan akad ijarah atau kafalah merupakan penyediaan dana atau tagihan berdasarkan kesepakatan antara bank dengan nasabah yang mewajibkan nasabah melunasi hutangnya sesuai akad.

²⁴ Brosur Produk-Produk PT. BPRS Khasanah Ummat

²⁵ Brosur Produk-Produk PT. BPRS Khasanah Ummat

Manfaat :

Sebagai sumber dana bagi nasabah untuk biaya pendidikan, kesehatan dan jasa lainnya yang dibenarkan secara syariah.

Persyaratan pengajuan pembiayaan.

Adapun persyaratan dalam pengajuan pembiayaan adalah sebagai berikut :

- a) Fotocopy KTP suami istri
- b) Fotocopy Kartu Keluarga
- c) Surat Keterangan Usaha
- d) Membuka tabungan di BPRS Khasanah Ummat
- e) SIUP dan TDP
- f) Akte Pendirian dan perubahannya
- g) NPWP
- h) Memenuhi persyaratan lainnya

c. Produk Jasa²⁶

1) Pinjaman iB Talangan

Menggunakan akad Qardh adalah penyediaan dana sebagai pinjaman kepada nasabah tanpa imbalan dengan kewajiban pihak peminjam mengembalikan pokok pinjaman sesuai jangka waktu yang disepakati.

²⁶ Brosur Produk-Produk PT. BPRS Khasanah Ummat

Manfaat :

Sebagai sumber pembiayaan bagi nasabah yang membutuhkan dana talangan sebagai pinjaman yang bersifat nonkomersial.

2) Gadai Emas Syariah (Rahn Emas)

Merupakan perjanjian gadai dimana pihak yang menggadaikan (rahin) menyerahkan barang gadai berupa emas kepada pihak bank sebagai penerima gadai (murtahin) dalam rangka memperoleh pinjaman uang.

Persyaratan mudah dan cukup ringan cukup dengan menyerahkan :

- a) Fotocopy KTP
- b) Kwitansi pembelian emas
- c) Perhiasan emas yang digadaikan

Manfaat :

- a) Membantu masyarakat yang membutuhkan dana cepat dan mudah sesuai syariah.
- b) Memberantas praktik ribawi, rentemir dan ijon yang memberatkan masyarakat.
- c) Untuk dana talangan.

Mekanisme :

- a) Nasabah menyerahkan barang berupa emas kepada bank.
- b) Nasabah membayar sewa penyimpanan barang.
- c) Pengembalian pokok pinjaman dapat diangsur sesuai kesepakatan.²⁷

²⁷ Brosur Produk-Produk PT. BPRS Khasanah Ummat



BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengertian, Manfaat, dan Tujuan Segmentasi Pemasaran

1. Pengertian

Pasar terdiri dari banyak dari pembeli, dan pembeli berbeda dalam banyak hal baik dalam motif, perilaku, maupun kebiasaan pembelian. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa pasar suatu produk tidak homogen, tetapi heterogen. Hal inilah yang mendorong perusahaan melakukan segmentasi pasar. Menurut Hermawan Kartajaya (2003) dalam bukunya *Rethinking Marketing* segmentasi berarti melihat pasar secara kreatif. Segmentasi merupakan seni mengidentifikasi serta memanfaatkan peluang-peluang yang muncul di pasar.²⁸

Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran, dan konsumsi. Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi. Banyak ahli telah memberikan definisi atas pemasaran. Perbedaan yang diberikan para ahli disebabkan karena adanya perbedaan dalam memandang dan meninjau pemasaran.²⁹ Pada pemasaran dalam suatu lembaga keuangan seperti bank

²⁸ Deliyanti Oentoro, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: LaksBang PRESSindo, 2012), hlm. 35.

²⁹ Nandan Limakrisna, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), hlm. 3.

segmentasi merupakan kegiatan memilah atau membagi kelompok pembeli yang terbedakan dengan kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku, yang mungkin membutuhkan produk yang berbeda. Pasar sangat luas dan heterogen, pemasar perlu memilah pasar produk yang dihadapi.³⁰

Segmentasi pasar adalah dibaginya sebuah pasar dalam elemen-elemen yang khusus dan dapat diidentifikasi, yang masing-masing memiliki syarat-syarat khusus tentang suatu produk dan yang masing-masing menunjukkan adanya kebiasaan-kebiasaan berbeda yang mempengaruhi daya serapnya terhadap media periklanan. Faktor-faktor pemasaran lain, seperti misalnya harga optimum, kualitas kemasan atau pembungkusan, dan distribusi kiranya berbeda dari segmen yang satu ke segmen yang lain. Segmentasi pasar merupakan kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk dan ramuan pemasaran tersendiri. Bank dalam menjual produknya ke nasabah membagi pasar menjadi beberapa jenis sesuai dengan kriteria yang mereka inginkan.³¹

Lingkungan pemasaran diartikan sebagai kekuatan yang ada di dalam dan di luar perusahaan yang mempengaruhi kemampuan manajemen pemasaran untuk mengembangkan dan mempertahankan produk-produk bank yang ada. Lingkungan pemasaran juga diartikan sebagai kemampuan

³⁰Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hlm.

³¹Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenada Media, 2005) hlm. 181.

manajemen pemasaran untuk mengembangkan dan mempertahankan transaksi-transaksi yang berhasil dengan pelanggan-sasarannya.³²

2. Manfaat

- a. Para penjual atau produsen akan berada dalam posisi yang lebih baik untuk memilih kesempatan-kesempatan pemasaran.
- b. Penjual atau produsen dapat menggunakan pengetahuannya terhadap respons pemasaran yang berbeda-beda. Sehingga dapat mengalokasikan anggarannya secara lebih tepat pada berbagai segmen.
- c. Penjual atau produsen dapat mengatur produk lebih baik dengan daya tarik pemasarannya, sehingga benar-benar cocok dengan permintaan pasar.³³

3. Tujuan

Tujuan utama segmentasi pasar (*Market Segmentation*) adalah untuk merangsang semua pelanggan yang berpotensi. Pemasaran (*marketing*) yang tidak memiliki target adalah sia-sia, karena ada banyak kelompok pelanggan yang mungkin tidak tertarik untuk membeli jasa yang dijual. Inti dari suatu pemasaran (*marketing*) yang baik adalah mengambil satu segmen yang paling menarik dalam pelayanan yang spesifik dan mengaplikasikan unsur-unsur pemasaran terhadap segmen tersebut.³⁴

Tujuan perusahaan melakukan segmentasi pasar antara lain:

- a. Supaya mudah dilakukan analisis pasar
- b. Supaya pasarnya lebih mudah dibedakan

³² Kasmir, *Pemasaran Bank*, hlm. 174.

³³ Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CAPS, 2012), hlm.

³⁴ Phillip Kotler, *Prinsip-Prinsip Marketing*, (Jakarta: Erlangga, 1984), hlm. 300.

- c. Supaya pelayanan kepada pembeli lebih baik
- d. Supaya tujuan pemasaran lebih efektif dan efisien, yaitu hasil penjualan lebih besar dan biaya relatif kecil atau murah.³⁵

Adapun syarat syarat dalam melakukan segmentasi pasar sebagai berikut:

- 1) Dapat diukur (*measurable*), artinya karakteristik yang dipergunakan untuk mengkategorikan konsumen harus dapat dikuantifikasikan.
- 2) Mudah diperoleh atau dicapai (*accessible*), artinya perusahaan harus dapat menembus dan mengkoordinasi pada segmen tertentu.

Agar segmentasi dapat sesuai dengan produk yang akan kita luncurkan maka, terdapat tahap-tahap yang harus dilalui yaitu:

- 1) Mensegmentasi pasar menggunakan variabel-variabel permintaan, seperti kebutuhan pelanggan, keinginan pelanggan, manfaat yang dicari (*benefits sought*) solusi atas masalah yang dihadapi, situasi pemakaian, dan lain-lain.
- 2) Mendeskripsikan segmen pasar yang diidentifikasi menggunakan variabel-variabel yang bisa memberikan bagaimana memahami cara melayani kebutuhan pelanggan tersebut.³⁶

³⁵Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Marketing*, (Jakarta: Erlangga, 1984), hlm. 63.

³⁶Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012), hlm. 150.

Prosedur segmentasi pasar secara umum mencakup tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Tahap *survey*: peneliti menyelenggarakan wawancara untuk mencari penjelasan dan memusatkan perhatian pada kelompok untuk memperoleh pandangan terhadap motivasi konsumen, sikap, dan perilaku.
2. Tahap *analisis*: periset menggunakan analisis faktor pada data untuk membuang variabel yang berkorelasi tinggi. Kemudian periset menggunakan analisis kelompok untuk menghasilkan penetapan jumlah segmen maksimum.
3. Tahap Pembentukan: masing-masing kelompok sekarang dibentuk dengan persyaratan perbedaan sikap, perilaku, demografi, psikografi, dan kebiasaan konsumsi media mereka.³⁷

Variable utama untuk melakukan segmentasi pasar konsumen terdiri dari berbagai sudut pandang seperti:³⁸

1. Segmentasi Geografi

Segmentasi ini membagi pasar menjadi unit-unit geografi yang berbeda, seperti negara, propinsi, kabupaten, kota, wilayah, daerah atau kawasan. Jadi dengan segmentasi ini, pemasar memperoleh kepastian kemana atau dimana produk ini harus dipasarkan.

2. Segmentasi Demografi

Segmentasi ini terdiri dari pembagian pasar ke dalam kelompok atas dasar variabel kependudukan seperti usia, jenis kelamin, pendidikan agama, ras, jumlah anggota keluarga, siklus kehidupan keluarga seperti anak-anak,

³⁷ Daryanto, *Pendidikan Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Gava Media, 2012), hlm. 123.

³⁸ Philip Kotler, *Manajemen dan Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1984), hlm. 135.

remaja, dewasa, kawin atau belum kawin, keluarga muda dengan satu anak, keluarga dengan dua anak, keluarga yang anak-anaknya sudah bekerja dan seterusnya. Memberikan gambaran bagi pemasar kepada siapa produk ini harus ditawarkan.³⁹

3. Segmentasi Psikografi

Pada segmentasi ini pembeli dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan:

- a. Status sosial, misalnya: pemimpin masyarakat, pendidik, golongan elite, golongan menengah, golongan rendah.
- b. Gaya hidup misalnya: modern, tradisional, kuno, boros, hemat, mewah dan sebagainya.
- c. Kepribadian, misalnya: penggemar, pecandu atau pemerhati suatu produk.

4. Segmentasi Tingkah Laku

Segmentasi tingkah laku mengelompokkan pembeli berdasarkan pada pengetahuan, sikap, penggunaan atau reaksi mereka terhadap suatu produk.

Banyak pemasar yakin bahwa variabel tingkah laku merupakan awal paling baik untuk membentuk segmen pasar. Segmentasi perilaku dapat diukur menggunakan indikator sebagai berikut:

- a. Manfaat yang dicari salah satu bentuk segmentasi yang ampuh adalah mengelompokkan pembeli menurut manfaat berbeda yang mereka cari dari produk. Segmentasi manfaat menuntut ditemukannya manfaat utama yang dicari orang dalam kelas produk, jenis orang yang mencari setiap

³⁹Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Marketing*, (Jakarta: CV. Intermedia, 1984), hlm. 289.

- manfaat dan merek utama yang mempunyai setiap manfaat. Perusahaan dapat menggunakan segmentasi manfaat untuk memperjelas segmen manfaat yang mereka inginkan, karakteristiknya serta merek utama yang bersaing. Mereka juga dapat mencari manfaat baru dan meluncurkan merek yang memberikan manfaat tersebut.
- b. Status Pengguna pasar dapat disegmentasikan menjadi kelompok bukan pengguna, mantan pengguna, pengguna potensial, pengguna pertama kali dan pengguna regular dari suatu produk. Pengguna potensial dan pengguna regular mungkin memerlukan imbuhan pemasaran yang berbeda.
- c. Tingkat Pemakaian pasar dapat juga disegmentasikan menjadi kelompok pengguna ringan, menengah dan berat. Jumlah pengguna berat sering kali hanya persentase kecil dari seluruh pasar, tetapi menghasilkan persentase yang tinggi dari total pembelian. Pengguna produk dibagi menjadi dua bagian sama banyak, sebagian pengguna ringan dan sebagian lagi pengguna berat menurut tingkat pembelian dari produk spesifik.
- d. Sebuah pasar dapat juga disegmentasikan berdasarkan loyalitas konsumen. Konsumen dapat loyal terhadap merk, toko dan perusahaan. Pembeli dapat dibagi menjadi beberapa kelompok menurut tingkat loyalitas mereka. Beberapa konsumen benar-benar loyal, mereka selalu membeli satu macam merk. Kelompok lain agak loyal, mereka loyal pada dua merk atau lebih dari satu produk atau menyukai satu merk tetapi kadang-kadang membeli merk lain. Pembeli lain tidak menunjukkan

4) Perusahaan manufaktur industry, membagi pasar-pasar mereka, seperti yang dilakukan organisasi nirlaba dan media.

5) Badan-badan amal, seperti Palang Merah memfokuskan usaha-usaha pengumpulan dana pada "para penyumbang besar".

6) Beberapa Pusat Seni Drama, Musik, dan Seni Tari, membagi para pelanggan atas dasar pencarian manfaat dan telah berhasil meningkatkan pengunjung melalui daya tarik promosi khusus.

Penetapan target pasar, artinya mengevaluasi keaktifan setiap segmen,

kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani.

Kegiatan menetapkan pasar sasaran meliputi :⁴⁰

1. Mengevaluasi segmen pasar
 - a. Ukuran dan pertumbuhan segmen
 - b. Daya tarik struktural segmen
 - c. Tujuan dan sumber daya perusahaan
2. Memilih strategi peliput pasar
 - a. Sumber daya yang dimiliki perusahaan
 - b. Tahapan produk dalam daur hidup
 - c. Homogenitas pasar
 - d. Strategi pemasaran yang dilakukan pesaing.

⁴⁰ Philip Kotler, *Manajemen dan Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1984), hlm. 275

B. Segmentasi Pemasaran Produk Funding di PT. BPRS Khasanah Ummat

Purwokerto

Segmentasi pemasaran pada PT. BPRS Khasanah Ummat adalah sebuah metode bagaimana memandang pasar secara kreatif. Segmentasi sangatlah penting di dalam menjalankan strategi pemasaran yang ada di PT. BPRS Khasanah Ummat, walaupun kita tidak boleh membagi-bagi pasar terlalu kecil, segmentasi pasar tetaplah suatu hal yang harus dipelajari dalam membangun sebuah usaha, bukan hanya lembaga keuangan seperti bank dalam menjalankan usaha apapun tetap ada segmen-segmen tersendiri pada setiap produk.⁴¹

Adapun peranan segmentasi dalam marketing di PT. BPRS Khasanah

Ummat terdapat 4 point yaitu:

1. Memungkinkan untuk lebih fokus masuk ke pasar sesuai keunggulan kompetitif PT. BPRS Khasanah Ummat.
2. Mendapatkan input mengenai peta kompetisi dan posisi PT. BPRS Khasanah Ummat di pasar.
3. Merupakan basis bagi PT. BPRS Khasanah Ummat untuk mempersiapkan strategi marketing PT. BPRS Khasanah Ummat selanjutnya.
4. Faktor kunci mengalahkan pesaing dengan memandang pasar dari sudut unik dan cara yang berbeda.⁴²

Segmentasi pemasaran pada PT. BPRS Khasanah Ummat itu biasanya dilihat dari beberapa faktor tertentu dimana faktor ini dapat dilihat dari sebagai berikut:⁴³

⁴¹Sumber Data : Wawancara dengan Doni Eko Radityo selaku Account Officer PT. BPRS Khasanah Ummat Purwokerto, pada tanggal 15 Mei 2013.

⁴²Standar Operasional Perbankan PT. BPRS Khasanah Ummat.

1. Faktor geografis

Pada faktor ini PT. BPRS Khasanah Ummat menyesuaikan dengan melihat dimana nasabah itu tinggal dengan cara menggunakan strategi pemasaran jemput bola agar nasabah tidak perlu pergi ke bank untuk menabung jika tempat tinggal nasabah jauh dari PT. BPRS Khasanah Ummat dan cabangnya berada. Segmentasi geografis merupakan strategi yang berguna bagi banyak pelaku pemasaran. Menemukan berbagai perbedaan berdasarkan geografis relatif mudah untuk berbagai produk. Di samping itu, segmen geografis dapat dicapai dengan mudah melalui media lokal, yang mencakup surat kabar, TV, radio, dan majalah.

2. Faktor Demografi

Pada faktor ini PT. BPRS Khasanah Ummat telah membagi produk fundingnya ke dalam beberapa produk berdasarkan faktor usia, jenis kelamin. Faktor Demografis membantu menemukan pasar target atau sasaran. Informasi demografis merupakan cara yang paling efektif dari segi biaya dan paling mudah diperoleh untuk mengenali target. Data-data demografis lebih mudah diukur daripada berbagai variabel segmentasi lain. Berbagai variabel demografis mengungkapkan kecenderungan yang memberikan isyarat berbagai peluang bisnis, seperti pergeseran usia, jenis kelamin, dan distribusi penghasilan.

⁴³Sumber data : Wawancara dengan Bapak Dedy Purwinto selaku Kepala Marketing PT. BPRS Khasanah Ummat Purwokerto, pada tanggal 18 Januari 2013.

3. Faktor Psikografi

Faktor ini dapat dilihat dari bagaimana PT. BPRS Khasanah Ummat dapat mengenali berbagai aspek yang relevan mengenai kepribadian, motif membeli, minat, sikap, kepercayaan, dan nilai-nilai calon nasabahnya.

Untuk mencapai suatu target untuk penyesuaian segmentasi pada produk funding di PT. BPRS Khasanah Ummat maka perlu adanya persyaratan supaya segmentasi lebih efektif dalam prakteknya PT. BPRS Khasanah Ummat memiliki syarat sebagai berikut :

a. Terukur

Pada syarat ini PT. BPRS Khasanah Ummat telah mengukur suatu produk yang disegmenkan untuk satu nasabah. Produk apa yang sesuai dengan karakteristik nasabah.

b. Dapat dijangkau

Pada poin ini artinya nasabah dapat menjangkau produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah tersebut yang dilihat dari pendapatan yang nantinya akan disisakan untuk penyeteroran ke bank.

c. Substansial

Pada point ini PT. BPRS Khasanah Ummat tetap mengedepankan nilai kemanusiaan dalam menciptakan produk barunya dengan melihat kemampuan calon nasabahnya dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

d. Dapat dibedakan

Pada prakteknya, produk yang ada di PT. BPRS Khasanah Ummat memiliki ciri khas tersendiri. Hal ini yang membuat adanya perbedaan

pada suatu produk dan berbeda pula segmen yang ditentukan untuk produk itu.

Pengusaha yang melakukan segmentasi pasar akan berusaha mengelompokkan konsumen ke dalam beberapa segmen yang secara relatif memiliki sifat-sifat homogen dan kemudian memperlakukan masing-masing segmen dengan cara atau pelayanan yang berbeda.

Tujuan adanya segmentasi pasar PT. BPRS Khasanah Ummat adalah sebagai berikut :

- a. Menyalurkan uang dan usaha ke pasar potensial yang paling menguntungkan
- b. Merencanakan produk yang dapat memenuhi permintaan pasar
- c. Menentukan cara-cara promosi yang paling tepat bagi perusahaan
- d. Memilih media advertensi yang lebih baik dan menemukan bagaimana mengalokasikan secara baik.
- e. Mengatur waktu yang sebaik-baiknya dalam promosi
- f. Para penjual atau perusahaan akan berada dalam posisi yang lebih baik untuk menempatkan (mengarahkan) serta membandingkan kesempatan-kesempatan atau harapan-harapan dalam pemasaran sehingga dapat mempelajari kebutuhan tiap segmen.
- g. Para penjual dapat menggunakan pengetahuannya untuk menanggapi usaha pemasaran yang berbeda-beda sehingga dapat mengalokasikan anggarannya dengan lebih tepat terhadap berbagai segmen.

h. Penjual dapat mengatur lebih baik produksnya dengan cara pemasarannya.⁴⁴

Di dalam strategi pemasaran PT. BPRS Khasanah Ummat terdapat 6 (enam) point penting yang menjadi panutan PT. BPRS Khasanah Ummat untuk menjalankan pemasaran produknya yaitu:

a. *Proactive Marketing*

Para marketing harus bersikap proaktif, harus mampu melihat kedepan kemana arah kecenderungan pasar. Dimana penelitian akan kebutuhan pasar sangat perlu dilakukan.

b. *Creative marketing*

Tenaga pasar harus selalu mengekspresikan ide-ide baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Dengan melihat wawasan nasabah akan menjadi bahan utama dalam penerapan ide-ide tersebut.

c. *Just in time marketing*

Pemasaran yang didasarkan pada ketepatan waktu.

d. *Valued based marketing*

Tenaga pemasaran harus memberitahukan kelebihan produk dibandingkan dengan pesaing namun, tidak menjatuhkan produk pesaing terlalu memojokkan pesaing akan merusak citra sendiri, karena nasabah akan menilai diri kita sebagai pembohong atau penghasut.

⁴⁴Standar Operasional Perbankan PT. BPRS Khasanah Ummat.

e. *Leading edge marketing*

Tenaga pemasaran harus menguasai pasar agar keuntungan yang diraih semakin besar.

f. *Network marketing*

Memperkuat jaringan dengan lembaga lain juga diperlukan untuk lebih mengembangkan PT. BPRS Khasanah Ummat maka lembaga-lembaga yang potensial dari segi dana juga produktif harus dijalin kemitraannya.⁴⁵

Sebagaimana diketahui bahwa konsumen memiliki berbagai dimensi yang dapat digunakan sebagai dasar untuk melakukan segmentasi pasar. Penggunaan dasar segmentasi yang tepat dan berdaya guna akan lebih dapat menjamin keberhasilan suatu rencana strategis pemasaran. Salah satu dimensi yang dipandang memiliki peranan utama dalam menentukan segmentasi pasar adalah variabel-variabel yang terkandung dalam segmentasi itu sendiri, dan oleh sebab itu perlu dipelajari.

C. **Analisis Segmentasi Pemasaran Produk funding di PT. BPRS Khasanah Ummat**

Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Hanya saja sebagian pelaku pemasaran tidak atau belum mengerti ilmu pemasaran, tetapi sebenarnya mereka telah melakukan usaha-usaha pemasaran. Hal ini terjadi karena pelaku

⁴⁵Standar Operasional Perbankan PT. BPRS Khasanah Ummat.

pemasaran belum pernah mempelajari ilmu pemasaran. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga dapat dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat. Para pesaing justru semakin gencar melakukan usaha pemasaran dalam rangka memasarkan produknya.

Dalam melakukan kegiatan pemasaran PT. BPRS Khsanah Ummat telah memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut hati konsumen terutama untuk produk yang baru diluncurkan. Sedangkan dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis.

Bagi PT. BPRS Khsanah Ummat yang merupakan badan usaha yang merupakan badan usaha yang berorientasi pada profit, kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan utama dan sudah merupakan suatu keharusan untuk dijalankan. Tanpa kegiatan pemasaran jangan diharapkan kebutuhan dan keinginan para nasabahnya akan terpenuhi. Oleh karena itu, PT. BPRS Khsanah Ummat perlu mengemas kegiatan pemasarannya secara terpadu dan terus-menerus melakukan riset pasar.

Dalam merencanakan dan menjalankan kegiatan pemasaran PT. BPRS Khsanah Ummat juga sama dengan kegiatan pemasaran di perusahaan lainnya. Salah satunya adalah harus memperhatikan lingkungan pemasaran yang akan

dimasuki. Lingkungan pemasaran ini sangat menentukan strategi yang akan dijalankan, karena lingkungan pemasaran sangat mempengaruhi sukses tidaknya kegiatan pemasaran yang akan dijalankan nantinya.

Hampir seluruh pendanaan yang ada di PT. BPRS Khasanah Ummat berasal dari anggota masyarakat, yang menggambarkan bahwa begitu besar peranan yang dimasukkan oleh para nasabah terhadap PT. BPRS Khasanah Ummat. PT. BPRS Khasanah Ummat menyadari bahwa besar kecilnya peran nasabah biasanya terwujud dalam ketersediaan mereka untuk menabung di PT. BPRS Khasanah Ummat sangat bergantung pada kualitas pelayanan dan produk yang diberikan kepada mereka, maka dengan demikian kebijakan mengenai pengelolaan nasabah haruslah diatur sebaik mungkin. Oleh karena itu, diperlukan perumusan segmentasi pemasaran agar para nasabah yang hendak menabung di PT. BPRS Khasanah Ummat lebih mudah dalam menentukan produk yang akan digunakan khususnya pada produk penghimpunan dana (*funding*). Perumusan ini juga ditujukan agar nasabah tidak berpaling ketempat lain atau lembaga keuangan lainnya. Keberhasilan segmentasi pemasaran pada sebuah produk sangat tergantung pada kualifikasi produk itu sendiri.

Dengan kata lain, produk yang banyak diminati dan sesuai dengan segmentasi terhadap konsumen atau nasabah PT. BPRS Khasanah Ummat akan mampu menjual dirinya sendiri, sebaliknya produk yang tidak diminati dan tidak sesuai segmentasi terhadap nasabahnya sulit untuk laku, meskipun dengan cara merendahkan harga jual, maupun dengan program iklan dan promosi secara besar-besaran.

Di PT. BPRS Khasanah Ummat Segmentasi Pemasaran merupakan salah satu unsur penting sebagai strategi persaingan. Segmentasi pasar berdasarkan produk penghimpunan (*funding*) dalam bentuk tabungan dan deposito dimana tindakan mengidentifikasi dan membentuk kelompok nasabah atau konsumen secara terpisah. Dalam konteks ini PT. BPRS Khasanah Ummat melakukan segmentasi pasar dengan melihat kondisi lingkungan secara umum dimana PT. BPRS Khasanah Ummat ini berdiri dengan membedakan dari umur atau usia dan semua jenjang pendidikan.

Memilih segmen pasar PT. BPRS Khasanah Ummat telah menciptakan produknya dengan melihat berbagai sasaran pasar yang ada. Memilih segmen pasar adalah menentukan satu atau lebih segmen yang memiliki nilai tinggi bagi perusahaan dibagi menjadi:

1. Pemasaran serbasama

Melayani semua pasar dan tawaran pasar dalam arti tidak ada perbedaan-perbedaan yang ada pada setiap segmen pasar, dan masuk ke pasar secara keseluruhan dengan satu tawaran.

Pada kenyataannya PT. BPRS Khasanah ummat dalam beberapa produk fundingsnya telah memisahkan atau membedakan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabahnya untuk menggunakan salah satu produk funding di PT. BPRS Khasanah ummat khususnya pada produk tabungan.

2. Pemasaran serba aneka

Merancang tawaran untuk semua pendapatan, tujuan, atau kepribadian. PT. BPRS Khasanah ummat telah membagikan atau

membedakan kebutuhan nasabahnya sesuai dengan kebutuhan bukan darimana seorang nasabah memperoleh pendapatannya.

3. Pemasaran terpadu

Khusus untuk sumber daya yang terbatas.

Dalam bukunya, Kotler (1984) menyatakan syarat-syarat dalam melakukan segmentasi pasar terdapat beberapa point. Salah satunya yaitu dapat diukur (*measurable*). Begitu juga dengan syarat-syarat yang ada di PT. BPRS Khasanah Ummat salah satu syaratnya yaitu terukur. Point ini dimaksudkan untuk mengukur suatu produk yang disegmenkan untuk setiap nasabah. Selain itu juga terdapat point yang dinyatakan Kotler (1984) yaitu dapat dicapai (*accessible*), pada prakteknya PT. BPRS Khasanah Ummat juga terdapat point dapat dijangkau. Pada point ini dimaksudkan agar produk yang ada di PT. BPRS Khasanah Ummat dapat dijangkau atau dicapai oleh para nasabahnya.

PT. BPRS Khasanah Ummat telah dapat mendesain program pemasaran yang terpisah untuk setiap nasabahnya. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya nasabah yang menyimpan dananya di PT. BPRS Khasanah Ummat dari berbagai kalangan masyarakat yang ada dilingkungan sekitar PT. BPRS Khasanah Ummat berdiri. Segmentasi pasar juga perlu dilakukan mengingat adanya perbedaan tingkah laku nasabah PT. BPRS Khasanah Ummat. Sehingga, bank tentunya harus mempunyai strategi berbeda untuk menjangkau jenis-jenis nasabah tertentu.

Pada teorinya, segmentasi pasar juga dapat dilihat dari beberapa faktor diantaranya faktor yang ada didalam produk penghimpunan dana seperti

tabungan yang ada di PT. BPRS Khasanah Ummat faktor psikografi dimana faktor ini PT. BPRS Khasanah Ummat melihat orang-orang yang memiliki usia, penghasilan, pendapatan dan pendidikan yang sama berbeda dalam merespon suatu produk tabungan. Hal ini telah sesuai dengan apa yang ada pada teori yang saya dapatkan dibangku perkuliahan seorang nasabah yang melihat seberapa besar pendapatan yang dia dapatkan dan seberapa besar pula yang dia keluarkan. Dengan cara ini PT. BPRS Khasanah Ummat dapat melihat produk apa yang sesuai dengan calon nasabahnya.

Pada kenyataannya, produk-produk penghimpunan dana (*funding*) yang ada PT. BPRS Khasanah Ummat telah mencapai semua jenis nasabah. Karena pada segmentasi terdapat variabel-variabel yang telah sesuai pembagian atau pengelompokkan segmen dengan produk yang di PT. BPRS Khasanah Ummat. Dan tentunya tidak meninggalkan prinsip-prinsip islami yang ada di PT. BPRS Khasanah Ummat.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

Di PT. BPRS Khasanah Ummat terdapat tujuan-tujuan segmentasi pasar yang dapat seberapa besar tingkat keberhasilan kesesuaian produk untuk para nasabahnya. Hal ini, juga ada pada lembaga keuangan atau perusahaan lainnya. Karena segmentasi pasar Segmentasi Pemasaran merupakan salah satu unsur penting sebagai strategi persaingan. Segmentasi pasar berdasarkan produk pengumpulan (*funding*) dalam bentuk tabungan dan deposito dimana tindakan mengidentifikasi dan membentuk kelompok nasabah atau konsumen secara terpisah.

Berdasarkan hasil analisis dari pihak bank, jika nasabah telah memenuhi syarat-syarat untuk membuka tabungan atau deposito di PT. BPRS Khasanah Ummat. Untuk kemudian dicocokkan dengan produk yang ada di PT. BPRS Khasanah Ummat sesuai dengan karakteristik dari nasabahnya.

B. Saran

1. PT. BPRS Khasanah Ummat perlu strategi untuk segera mengisi kekosongan di segmen pasar yang ada di masyarakat dengan melihat sejauh mana masyarakat melihat atau mengetahui produk-produk yang ada di PT. BPRS Khasanah Ummat khususnya produk pengumpulan dana (*funding*).

2. PT. BPRS Khasanah Ummat juga perlu melakukan terobosan pasar yang dapat dilakukan antara lain memberikan rangsangan kepada calon nasabah yang sudah ada untuk lebih banyak menggunakan produk penghimpunan dana yang ada di PT. BPRS Khasanah Ummat dengan cara menonjolkan kegunaan dan manfaatnya.
3. PT. BPRS Khasanah Ummat juga harus mengisi relung-relung pasar yang masih kosong, tidak perlu dengan cara meluncurkan produk baru, tetapi bisa juga dengan cara lebih aktif dalam mempromosikan produk yang telah ada di PT. BPRS Khasanah Ummat.
4. PT. BPRS Khasanah Ummat harus bisa lebih meningkatkan citra bank maupun produknya dengan jalan melakukan program-program promosi lewat media baik media cetak, atau melalui fasilitas jejaring sosial.



DAFTAR PUSTAKA

- Dahlan, Ahmad, *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik*, Yogyakarta: Teras, 2012.
- Daryanto, *Pendidikan Kewirausahaan*, Yogyakarta: Gava Media, 2012.
- Hasan, Zubair, *Undang-Undang Perbankan Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Indrianto, Nur & Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2002.
- Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2004), hlm. 345.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011
- Kotler, Philip, *Manajemen dan Strategi Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 1984
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Prenada Media, 2005.
- Kotler, Philip, *Prinsip-Prinsip Marketing*, Jakarta: Erlangga, 1984.
- Limakrisna, Nandan *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012.
- Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Yogyakarta: Ekonisia, 2004.
- Nawawi, Hadari, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1998.
- Oentoro, Deliyanti, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: LaksBang PRESSindo, 2012.
- Sunyoto, Danang, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: CAPS, 2012.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012.
- Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, Jakarta: Grasindo, 2005.

Lampiran-lampiran

ORIENTASI PENGENALAN AKADEMIK DAN KAMPUS

Purwokerto, 26 - 30 Agustus dan 18-19 September 2010

DIBERIKAN KEPADA :

Nadiya

Sebagai :

Peserta

Dengan Nilai: **B**

Intelektual	Keaktifan	Orsenik	Atribut	Presensi	Tugas	Postes	Ketaatan	Kerapihan	Kedisiplinan	Total
8	8	8	8	8	7	7	8	8	8	78

"Moralitas dan Mahasiswa : Pencapaian Diri yang Struggle. Idealis dan Beretika terhadap Tantangan Globalisasi"

DEWAN EKSEKUTIF MAHASISWA (DEMA)
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO

Mengetahui,

PK III STAIN Purwokerto

Presiden DEMA ST

Panitia OPAK



Dr. Abdul Basit, M. Ag.

NIP. 19691219 199803 1 001

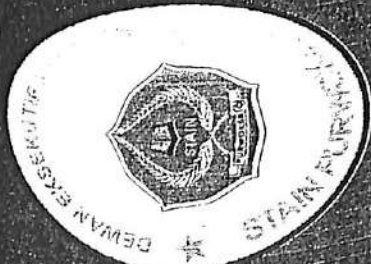
H. Muliawan

Heri Kurniawan

NIM. 062632016



PAIN NIM: 082338077



وزارة الشؤون الدينية
الجامعة الإسلامية الحكومية بورونوكرتو
مركز اللغة والثقافة

الشهادة

Nomor: Stt. ٢٧/PBB/PP.٠٠٠١/R.A/٠٢.٠٢/٢٠١٢

يشهد مركز اللغة والثقافة بأن :

(السيد / السيدة) : فاديا، رقم القيد : ١٠٢٣٢٤٠٢٨

قد استحققت الحصول على شهادة اجادة اللغة العربية بجميع مهاراتها على المستوى المتوسط وذلك بعد اتمام الدراسة في مركز اللغة و الثقافة وفق المنهج المقرر بتقدير :

٧٠.٥
١٠٠
(جيد)

بورونوكرتو، ٣ فبراير ٢٠١٢
رئيس مركز اللغة والثقافة
سوبرياتنو

Ls. M. SI

رقم الموظف : ١٩٧٤.٣٢٦١٩٩٠٣١٠٠١

MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS
STATE COLLEGE OF ISLAMIC STUDIES PURWOKERTO
LANGUAGE AND CULTURE CENTER

CERTIFICATE

Number: Su.23/PBB/PP.00.9/RI/10.622/II/2012


This is to certify that:

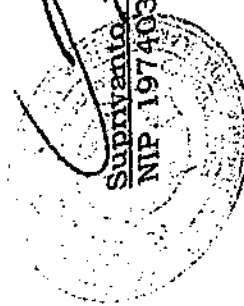
Name : Nadiya
Student Number : 102324028

Has completed an English Language Course in Intermediate level organized by Language and Culture Center with result as follows:

SCORE: 60 GRADE: FAIR

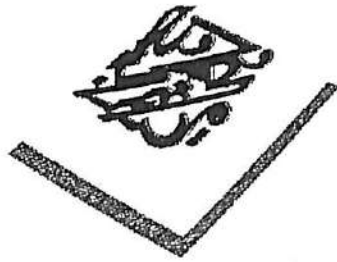
Purwokerto, February 18th 2012
Head of Language and Culture Center


Supriyanto, Lc. M.Si
NIP. 19740326 199903 1 001



PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
KHASANAH UMMAT

Lebih Amanah Dalam Bermuamalah



SERTIFIKAT

Nomor : 008/BPRS-KU / II /2013

Diberikan Kepada :

NADIYA

NIM : 102324028



Perbankan Syariah

Lahir pada tanggal : 02 Maret 1992 di Banyumas
Sebagai tanda yang bersangkutan telah mengikuti dan menempuh
Praktek Kerja Lapangan PKL

Pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah KHASANAH UMMAT Purwokerto.

Yang diselenggarakan oleh Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri STAIN Purwokerto
Prodi D3 Manajemen Perbankan Syariah
Pada tanggal 14 Januari - 22 Februari 2013

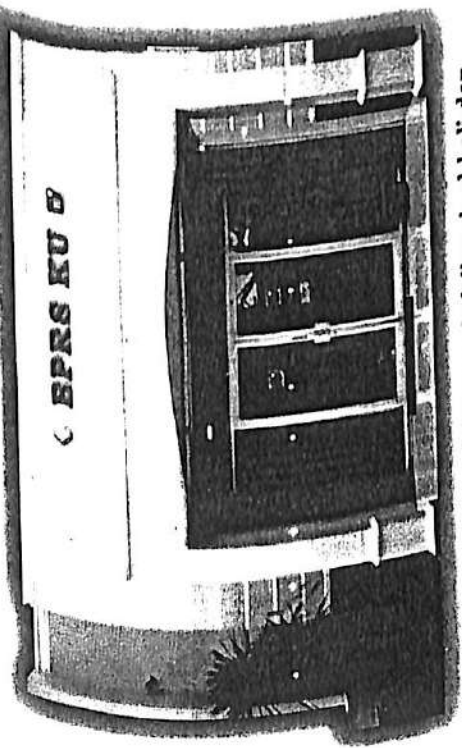
Purwokerto, 22 Februari 2013
Direktur-Utama


Firdaus Effendi

KHASANAH UMMAT

Lebih Amanah Dalam Bermuamalah

Tabungan untuk perorangan dengan syarat mudah dan ringan guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
Setoran Awal Minimal Rp. 20.000,-



Tabungan iB KURBANKU

Merupakan tabungan yang dikhususkan untuk perencanaan kurban dengan setoran awal minimal Rp. 10.000 dan setoran selanjutnya disepakati bank & nasabah insya Allah niat anda berkurban di Hari Raya Idul Adha akan dapat terlaksana anda juga mendapatkan bagi hasil yang menarik tiap bulannya

Tabungan iB CERIAKU

Merupakan tabungan khusus pelajar & mahasiswa dengan setoran awal minimal Rp. 10.000 dan akan memperoleh bagi hasil yang kompetitif setiap bulannya

Deposito iB-KU

Merupakan simpanan dana pihak ke tiga yang hanya dapat di tarik berdasarkan jangka waktu 1,3,6 atau 12 bulan dan dapat diperpanjang secara otomatis (Automatic-Roll Over).
Setoran awal minimal Rp. 500.000,-
Nasabah akan memperoleh bagi hasil yang menarik setiap bulannya dapat dijadikan jaminan pembiayaan.

Persyaratan

1. Membawa KTP/SIM/Paspor asli dan fotocopynya
2. Mengisi formulir pembukaan rekening tabungan / deposito

" Sesungguhnya Allah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba (QS. Al Baqarah 275)

- Jl. Sunan Bonang No.27 Tambaksari, Kembangan, Banyumas
Telp. (0281) 7617960, Fax. (0281) 6843115
Email : khasanahummata@yahoo.com
- Kantor Kas Karanglewes :
Jl. Kertosabawa No. 9 Purwokerto Barat
Telp. (0281) 6840207
- Kantor Kas Ceme :
Jl. Raya Beji No. 3A Purwosari Baturaden
Telp. (0281) 6841279
- Kios No. 26 Pasar Sumpiuh, Sumpiuh, Banyumas
Telp. (0282) 497794

Jam Layanan :
Senin - Jumat
08.00 - 14.30 WIB

PT. BPRS KHASANAH UMMAT MENAWARKAN BERBAGAI MACAM PRODUK TABUNGAN DAN DEPOSITO SESUAI DENGAN KEBUTUHAN ANDA

Tabungan iB SAKU

Tabungan yang dapat ditarik sewaktu waktu dan akan memperoleh bonus yang menarik setiap bulannya
Setoran Awal Minimal Rp. 10.000,-

Bismillahirrohmanirrohim

DATA PRIBADI (Customer Information File)

Nama
Nama Gadis Ibu Kandung
Tempat / Tgl Lahir
Alamat KTP / SIM / PASPOR
Alamat Surat Menyurat
Kode Pos
Kota
Telephone
Tanda Pengenal
NPWP
Pekerjaan
Status
Pendidikan Terakhir
Agama

NADIA
AMINAH
BANYUMAS 02031992
KAUMAN RT03RW01 COKARAJA
TENGAH BANYUMAS

Laki-laki Perempuan
 Penduduk Bukan Penduduk

Kode Pos
Handphone 08562622171
Facs
Ruman (0201) 624011 Kantor
 SIM No.

KTP No
 PASPOR No
Ada Tidak Ada
Pelajar / Mhs Ibu Rumah Tangga
Wirausaha Pedagang
Lajang Menikah
s/d SLTP SLTA
 Islam Protestan

Karyawan Swasta
 Profesional
 Janda / Duda
 Akademi
 Katolik

Pegawai Negeri / TNI
 Lainnya
 Sarjana
 Hindu
 Pasca Sarjana
 Budha

KHUSUS NASABAH BADAN HUKUM

Jenis Usaha Nasabah
Akte Pendirian Usaha
Ijin / Legalitas Usaha
Pengurus Perusahaan
Alamat Kantor

No	Nama	Jabatan	Alamat
1			
2			
3			

RT RW Kelurahan / Desa
Kec.
Telp.
Fax.
Kode Pos

DATA KEUANGAN

Tujuan Pembukaan Rekening
Penghasilan per Bulan
Sumber Dana
Rekening yang Dimiliki

Investasi / Menabung
s/d 1 juta 1 juta s/d 2,5 juta
Gaji Hasil Usaha
Simpanan / Tabungan Nama Bank

Transaksi / Bisnis
2,5 juta s/d 5 juta
Hibah / Wans

Keperluan Pribadi
5 juta s/d 10 juta
Lainnya

Pinjaman / Pembiayaan Nama Bank
 > 10 juta

DIISI OLEH BANK

Nama Unit Kerja
Nomor CIF

Banyumas 19 Februari 2013
Tanda Tangan / Nama Terang
Nadiah S.Ei. M.Ag



DATA NASABAH PERORANGAN

Laki-laki Perempuan
 Penduduk Bukan Penduduk

Nama: NAWIYA
 Nama Gadis Ibu Kandung: AWINAH
 Tempat / Tgl. Lahir: BANYUMAS 02051992
 Alamat KTP / SIM / PASPOR: _____
 Alamat Surat Menyurat: _____
 Kota: _____ Kode Pos: _____ Handphone: 08562622171 Facs: _____
 Rumah: (02017) 648111 Kantor: 02017 SIM No: _____
 KTP No _____ (copy terlampir) Tidak Ada
 PASPOR No _____
 Ada _____

DATA PENGHASILAN DAN SUMBER DANA

Pelajar / Mhs Ibu Rumah Tangga Karyawan Swasta Pegawai Negeri/TNI
 Wirausaha Pedagang Professional Lainnya
 Lajang Menikah Janda / Duda Sarjana Pasca Sarjana
 s/d SLTP SLTA Akademi Hindu Budha
 Islam Protestan Katolik Rp 2 s.d 3 juta > Rp 6 juta
 < Rp 0.5 juta Rp 0.5 juta s.d 1 juta Rp 1 juta s.d 2 juta Rp 5 juta s.d 6 juta Lainnya
 Rp 3 juta s.d 4 juta Rp 4 juta s.d 5 juta Hibah / Waris Lainnya
 Tabungan / Investasi Usaha / Bisnis

DATA NASABAH LEMBAGA / PERUSAHAAN / YAYASAN / INSTANSI

Jenis Usaha Nasabah: _____
 Aka Pendirian Usaha: _____
 Uraian / Legalitas Usaha: _____
 Penguus Perusahaan: _____
 No. _____ Nama _____ Jabatan _____ Alamat _____
 1 _____
 2 _____
 3 _____

DATA DEPOSITO

Jumlah Nominal: _____
 Jangka Waktu: _____
 1 bulan 3 Bulan 6 Bulan 12 bulan
 Diambil Tunai Dipindahbukukan pada Tabungan
 Pembayaran Bagi Hasil: _____
 Ya Tidak
 Diperpanjang Scr. Otomatis: _____
 Ya Tidak
 Pemotongan zakat/infak dari bagi hasil: _____
 Ya Tidak

AHLI WARIS YANG DITUNJUK

No	Nama	P / L	Tanggal Lahir	Hubungan dengan Penabung
1.				
2.				

Dengan ini saya mengajukan permohonan untuk menjadi penabung dengan Akad Muddharabah / Wadiah yau Dhomanah*) pada BPRS Khasanah Ummat. Sehubungan dengan permohonan ini saya menyatakan bahwa keterangan diatas adalah benar dan saya sanggup untuk memenuhi semua ketentuan -ketentuan yang tertera dibalik permohonan ini maupun perubahan-perubahan atas ketentuan tersebut

DISI OLEH BANK

Jenis Rekening: _____
 1. Tabungan Wadiah _____
 2. Tabungan Mudharabah _____
 Setoran pertama _____
 No. CIF: _____
 No. Rekening: _____
 No. Rekening: _____
 Rp. _____

Tanggal	Diproses	Disetujui

Tanda Tangan dan Nama Jelas

*) Coret yang tidak perlu



DATA NASABAH PERORANGAN

Nama: **NADIA YA**
 Nama Gadis Ibu Kandung: **AMINAH**
 Tempat / Tgl. Lahir: **BANYUWANG 02 03 1992**
 Alamat KTP / SIM / PASPOR: **KAUAMAN RT 03 RW 01 SUKARAJA**
 Alamat Surat Menyurat: **TEINGAH BANYUWANG**

Laki-laki Perempuan
 Penduduk Bukan Penduduk

Kota: _____ Kode Pos: _____ Handphone: **0856262171** Faks: _____
 Telephone: _____
 Tanda Pengenal: SIM No. _____
 KTP No. **12246670910112** (copy terlampir) Tidak Ada
 PASPOR No. _____
 Ada _____

DATA PENGHASILAN DAN SUMBER DANA

Pekerjaan: Karyawan Swasta Pegawai Negeri/TNI
 Profesional Lainnya
 Janjanda / Duda Sarjana Pasca Sarjana
 Akademik Hindu Budha
 Katolik Rp 2 s.d 3 juta
 Rp 1 juta s.d 2 juta > Rp 6 juta
 Rp 5 juta s.d 6 juta Lainnya
 Hibah / Waris Lainnya

Status: Pelajar / Mhs Ibu Rumah Tangga
 Wirasaha Pedagang
 Lajang Menikah
 sid SLTP SLTA
 Islam Protestan
 < Rp 0.5 juta Rp 0.5 juta s.d 1 juta
 Rp 3 juta s.d 4 juta Rp 4 juta s.d 5 juta
 Hasil Usaha Gaji Usaha / Bisnis
 Tabungan / Investasi

DATA NASABAH LEMBAGA / PERUSAHAAN / YAYASAN / INSTANSI

Jenis Usaha Nasabah: **Boutique Marga**
 Akta Pendirian Usaha: _____
 (In) / Legalisasi Usaha: _____
 Pengurus Perusahaan: _____

No	Nama	Jabatan	Alamat
1			
2			
3			

DATA DEPOSITO

Jumlah Nominal: **250.000.000,-**
 Jangka Waktu: 1 bulan 3 Bulan 6 Bulan 12 bulan
 Pembayaran Bagi Hasil: Dibayar pada Bank Rekening No. _____
 Diambil Tunai Dipindahbukukan pada Tabungan
 Diperpanjang Scr. Otomatis: Ya Tidak
 Pemotongan zakat/infaq dan bagi hasil: Ya Tidak

ARLI WARIS YANG DITUNJUK

No	Nama	P / L	Tanggal Lahir	Hubungan dengan Penabung
1.				
2.				

Dengan ini saya mengajukan permohonan untuk menjadi penabung dengan Akad Mudharabah / Wadi'ah yad Dhomanah*) pada SPRS Khasanah Ummat. Sehubungan dengan permohonan ini saya menyatakan bahwa keterangan diatas adalah benar dan saya sanggup untuk memenuhi semua ketentuan-ketentuan yang tertera dibalik permohonan ini maupun perubahan-perubahan atas ketentuan tersebut.

Banyuwangi, **19 Februari 2013**
 Penohon: *Nadia*
 Tanda Tangan dan Nama Jelas

DIISI OLEH BANK

Untuk Deposito
 No. CIF : _____
 No. Rek : _____
 No. Bilyet : _____

Tanggal	Diproses	Disetujui

Jangka Waktu : _____
 Nisbah Bank : _____
 Nisbah Nasabah : _____

*) Coret yang tidak perlu



BANK SYARIAH
KHASANAH UMMAT

BUKTI SETORAN
Tgl. 19 Februari 2013.

No. 0095954

Nomor Rekening :

2 4 0 2 0 3 1 9 9 2

Atas Nama :

Nadiya

Tabungan

Deposito

Rp. 500.000,-

Terbilang : Lima ratus ribu rupiah.

Setoran diatas Rp. 100.000.000,- agar mengisi data sebagai berikut :

Sumber Dana :

DIISI OLEH BANK

Checker

Back Office

Teller

[Signature]
Penyetor









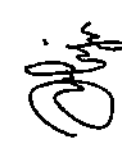



KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
JURUSAN SYARI'AH











Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Tlp. 0281- 635624, 628250 Fax. 0281- 636553 www.stainpurwokerto.ac.id






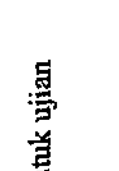
BLANKO/KARTU BIMBINGAN

Nama : Nadiya
NIM : 102324028
Smt./Prodi : VID III ManajemenPerbankanSyari'ah
Dosenpembimbing : Yoiz Shofwa Shafrani, SP, M.Si.
Judul Tugas Akhir : Segmentasi Pemasaran Produk Funding di PT. BPRS KHASANAH UMMAT PURWOKERTO.

No	Bulan/Tahun	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan*)	Tanda Tangan	
				Pembimbing	Mahasiswa
1	Mei, 2013	Senin, 20	Menyerahkan BAB I		
2	Mei, 2013	Selasa, 21	Mengambil kembali BAB I dan mendapat bimbingan : a. Untuk memberika cover T A b. Diperjelas latar belakangnya c. Terdapat kesalahan kata pada beberapa paragraf		

3	Mei, 2013	Kamis, 23	Menyerahkan hasil revisi BAB I		
4	Mei, 2013	Senin, 28	Mengambil kembali BAB I yang telah dikoreksi dan mendapat bimbingan: a. Tambahkan kalimat pada paragraf 2 halaman 2 b. Tambahkan pengertian Segmentasi Pasar c. Berikan prosentase keberhasilan segmen pada produk penghimpunan dana d. Menyicil BAB II		
5	Juni, 2013	Jum'at, 14	Menyerahkan hasil revisi BAB I dan II		
6	Juni, 2013	Senin, 17	Mengambil kembali BAB I, BAB II dan mendapat mendapat bimbingan: a. BAB I sudah cukup b. BAB II terdapat kesalahan pada referensi c. Nyicil BAB III		
7	Juni, 2013	Jum'at, 21	Menyerahkan BAB III		

8	Juni, 2013	Senin, 24	Mengambil BAB III dan mendapat bimbingan: a. Adanya kesalahan dalam sistematika penulisan hasil dan pembahasan b. Disarankan untuk melihat TA yang telah di ACC		
9	Juni, 2013	Rabu, 26	Menyerahkan dan mengambil kembali BAB III dan mendapat bimbingan: Membahas segmentasi secara teori, kemudian secara praktek di PT. BPRS Khasanah Ummat, untuk kemudian dianalisis perbandingannya.		
10	Juni, 2013	Jum'at, 29	Menyerahkan dan mengambil kembali dan mendapat bimbingan: Adanya kesalahan pada footnote.		
11	Juli, 2013	Senin, 01	Menyerahkan hasil revisi BAB III		
12	Juli, 2013	Selasa, 02	Mengambil kembali dan mendapat bimbingan untuk menyerahkan secara keseluruhan BAB I sampai BAB IV.		

13	Juli, 2013	Rabu, 03	Menyerahkan BAB I sampai IV		
14	Juli, 2013	Kamis, 04	Mengambil kembali BAB I sampai BAB IV dan mendapat bimbingan untuk menyerahkan secara keseluruhan.		
15	Juli, 2013	Jum'at 05	Menyerahkan secara keseluruhan dan ACC untuk ujian		

*Diisi Pokok-Pokok Bimbingan

**Diisi Setiap Selesai Bimbingan

Purwokerto, 05 juli 2013



Yoiz Shofwa Shafrani, SP, M.Si
NIP. 19781231 200801 2 027

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Nadiya
Tempat, tanggal lahir : Banyumas, 02 Maret 1992
Nomor Induk Mahasiswa : 102324028
Jurusan : Syari'ah
Jenis Kelamin : Perempuan
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Alamat : Kauman, RT 03/01, Sokaraja Kec. Sokaraja Tengah
Kab. Banyumas 53181
No. Telepon : 08562622171
Status Marital : Belum Kawin

Orang Tua
Nama Ayah : Abdillah Husein
Pekerjaan : Wiraswasta
Alamat : Kauman, RT 03/01, Sokaraja Kec. Sokaraja Tengah
Kab. Banyumas 53181

Nama Ibu : Aminah
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Kauman, RT 03/01, Sokaraja Kec. Sokaraja Tengah
Kab. Banyumas 53181

Purwokerto, 02 Maret 2013

Tanda tangan & nama lengkap


(Nadiya)