...YA PENINGKATAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN HAJI TERWUJUD ...TAHAJUD) PADA BMT AGAM MADANI NAGARI KAPAU KAB. AGAM

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk salah satu syarat mendapatkan gelar ahli madya diploma tiga(DIII) pada program studi perbankan syariah

Acc Gab 3 & 4
2/10 - 2019

IAIN
BUKITTINGGI

Acc untuk disunggasakan
6/10 - 2018

Oleh:

IQLIMA FEBI YOLLA
NIM. 3116.099

PROGRAM STUDI DIII PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI
2019

KATA PENGANTAR

Puji syukur ucapkan atas kehadirat allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul **"Upaya Peninkatan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Terwujud (TAHAJUD) Pada BMT Agam Madani Nagari Kapau"**. Shalawat dan salam tak lupa kita ucapkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari alam kebodohan sampai ke alam yang berilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan pada saat ini.

Penulisan tugas akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Ahli Madya (A.Md) pada jurusan DIII Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi. Dalam penulisan dan penjelasan tugas akhir penulis tidak terlepas dari berbagai kesulitan karena keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang penulis miliki. Namun dengan Rahmat Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini melalui bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada semua yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini, penghargaan yang tak terhingga penulis berikan kepada Ibu **Efniwati** dan Ayah **Dhonil Sepria Hendri** yang telah membesarkan dan mendidik penulis agar kelak menjadi anak yang berguna serta memberikan dorongan moril serta materil agar dapat menyelesaikan pendidikan di tingkat ini, terimakasih yang tak terhingga Ibu Ayah. Selanjutnya, penulis sampaikan ucapan yang tak terhingga kepada :

1. Ibu **Ridha Ahida, M.Hum**, Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi.
2. Bapak **Dr. Iiz Izmuddin, MA,** Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi.
3. Ibu **Novera Martilova, SE,ME ,** Selaku Ketua Jurusan DIII Pebankan Syariah.
4. Ibu **Rahmi, MA**, Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang dengan sabar memberikan masukan yang sangat bermanfaat kepada penulis.
5. Ibu**, Sofia Ridha, M.Ag** Selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta mengarahkan penulis sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Dosen-dosen Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis dari semester I hingga semester akhir, semoga menjadi berkah dan amal jariyah untuk Bapak/Ibu.
7. Pimpinan serta para karyawan dan karyawati BMT Agam Madani Nagari Kapau, yang bersedia di repotkan serta di cerewetkan penlis dalam melakukan penelitian.
8. Untuk seluruh teman teman seperjuangan **Jurusan DIII Perbankan syariah Terkhusus untuk DIII PS C tahun angkatan 2016** yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, semoga kita selalu dipertemukan nantinya dan kita bisa sama sama sukses kedepannya. Amin.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan Saran dari Semua pihak yang ingin memberikan saran baiknya demi perkembangan positif bagi penulis.

Demikian tugas akhir ini penulis susun, semoga dapat bermanfaat bagi semua pihak dan penulis sendiri. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Bukittinggi, 08 Oktober 2019

IQLIMA FEBI YOLLA

3116099

ABSTRAK

Tugas akhir ini disusun oleh Iqlima Febi Yolla, NO BP/NIM 3116.099 Program Study DIII Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negri (IAIN) Bukittinggi dengan judul" **Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Terwujud (TAHAJUD) Pada BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam**"

Latar belakang diangkatnya judul ini karena melihat Pada dasarnya masyarakat yang ada di nagari kapau khususnya 100% beragama islam, mereka sadar akan kewajibannya sebagai umat muslim untuk melaksanakan haji, tetapi banyak dari mereka yang tidak sanggup karna faktor dana / keuangan tidak mencukupi untuk melakukan pembiayaan tersebut. BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam menyediakan salah satu produk untuk membantu masyarakat dalam memudahkan mereka mengumpulkan dana keberangkatan haji yaitu produk tabungan haji terwujud (TAHAJUD). Tetapi pada kenyataannya tidak banyak masyarakat yang menabung atau memanfaatkan produk tersebut, artinya BMT belum direspon sebagaiamana mestinya, padahal BMT tersebut menyediakan produk TAHAJUD agar memudahkan mereka

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi dan upaya peningkatan jumlah nasabah tabungan haji terwujud (TAHAUD) di BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan mengetahui upaya peningkatan jumlah nasabah tabungan haji terwujud (TAHAJUD) pada BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) yang bersifat deskriptif kualitatif, dengan melihat Upaya dalam meningkatkan jumalah nasabah produk tabungan haji terwujud (TAHAJUD) pada BMT Agam Madani Nagari Kapau, sedangkan dalam menentukan landasan teori digunakan data studi kepustakaan dengan mempelajari buku-buku literature dan sumber yang berhubungan dengan masalah yang akan di bahas, Dalam mengumpulkan data penelitian ini, penulis melakukan wawancara dengan pihak Manager BMT Agam Madani Nagari Kapau berkaitan dengan uapaya apa yang dilakukan dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa Upaya peningkatan jumalah nasabah tabungan haji BMT Agam Madani Nagari Kapau yaitu dengan mengandalkan system jemput bola dan menggunakan strategi pemasaran dengan melakukan promosi produk dan tempat melalui brosur, melakukan sosialisasi secara lansung untuk promosi kepada nasabah, menentukan target baru atau sasaran baru, mempertahankan hubungan baik kepada nasabah dan tetap mempertahankan pendekatan kepada calon nasabah yang belum *closing*, selalu bersilaturrahmi kepada nasabah dan calon nasabah, stuktur pimpinan juga harus ikut survey ke lapangan.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR i

ABSTRAK ii

DAFTAR ISI iii

LEMBARAN PERSETUJUAN PEMBIMBING iv

LEMBARAN PENGESAHAN TIM PENGUJI v

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1

B. Identifikasi Masalah 8

C. Rumusan Masalah 8

D. Batasan Masalah 8

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian 9

F. Penjelasan Judul 10

G. Kajian Terdahulu 11

H. Metode Penelitian 13

I. Sistematika Penulisan 15

BAB II LANDASAN TEORI

A. Ibadah Haji 17

B. Tabungan Haji 18

C. Pemasaran 21

BAB III HASIL PENELITIAN

A. Monografi BMT Agam Madani Nagari Kapau 32

1. Sejarah berdirinya BMT Agam Madani Nagari Kapau 32

2. Visi dan Misi BMT Agam Madani Nagari Kapau 34
3. Produk-Produk BMT Agam Madani Nagari Kapau 34
4. Struktur Organisasi BMT Agam Madani Nagari Kapau..... 40

B. Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Terwujud (TAHAJUD) Pada BMT Agam Madani Nagari Kapau . 42
1. Strategi Pemasaran 44
2. Upaya Meningkatkan Pemasaran di BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam 46
3. Target Dari Strategi Pemasaran BMT Agam Madani Nagari Kapau 47
4. Evaluasi Strategi Pemasaran BMT Agam Madani Nagari Kapau 48
5. Analisa..... 48
6. Akad Tabungan Haji Terwud di BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam 49
7. Analisa Penulis..... 52

BAB IV PENUTUP

A. KESIMPULAN 53
B. SARAN 54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Tugas Akhir atas nama **Iqlima Febi Yolla NIM.3116.099** dengan judul **"Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Terwujud (TAHAJUD) Pada BMT Agam Madani Nagari Kapau"** memandang bahwa tugas akhir yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat di setujui untuk di ajukan ke sidang munaqasah pada jurusan DIII Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Bukittinggi, 08 Oktober 2019
Pembimbing

Sofia Ridha M, Ag
NIP:197008272002122001

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan baru dalam dunia perbankan di Indonesia menunjukkan prospek lebih baik. Sejak ditetapkannya Undang-undang No. 7 tahun 1992 tentang perbankan dikuatkan dengan Undang-undang No. 10 tahun 1998, tatanan system kelembagaan keuangan di Indonesia mengalami perubahan secara mendasar. Diantara hasil perubahan tatanan system lembaga keuangan syariah tersebut adalah :

1. Perbankan Islam (Bank Umum) / BPR Syariah.
2. Asuransi Takaful
3. Pegadaian Syariah
4. Reksadana Syariah
5. BMT Koperasi Syariah[1]

Sektor keuangan di Indonesia merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan penting dalam mendorong kegiatan perekonomian nasional dan ekonomi masyarakat.Perkembangan dan kemajuan pada sektor keuangan, baik perbankan maupun bukan perbankan perlu di pertahankan dan di lanjutkan.Dalam aspek kelembagaan, organisasi, regulasi (kebijakan) maupun Sumber Daya Manusia (SDM) perlu adanya

[1]Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah,* (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2012), hlm.39.

peningkatan dan perbaikan, khususnya pada lembaga keuangan bukan bank.

Lembaga keuangan yang menyediakan dana atau modal bagi usaha skala mikro dan badan usaha kecil sangatlah penting. Lembaga keuangan skala mikro ini memang hanya difokuskan pada usaha-usaha masyarakat yang bersifat mikro. Lembaga Keuangan Berskala Mikro ini di kenal dengan Lembaga Keuangan Mikro (LKM), seperti yang tercantum dalam Undang-undang No. 1 tahun 2013 pada pasal 1 ayat (1) yaitu "Lembaga Keuangan Mikro yang selanjutnya disingkat LKM adalah lembaga keuangan yang khusus didirikan untuk memberikan jasa pengembangan usaha dan pemberdayaan masyarakat, baik melalui pinjaman atau pembiayaan dalam usaha skala mikro kepada anggota dan masyarakat, pengelola simpanan, maupun pemberian jasa konsultasi pengembangan usaha yang tidak semata-mata mencari keuntungan".

LKM dibentuk berdasarkan semangat yang terdapat pada pasal 33 ayat (1), dan ayat (4) serta pasal 27 ayat (2) UUD 1945. Keberadaan LKM pada prinsipnya sebagai lembaga keuangan yang menyediakan jasa keuangan skala mikro, untuk memberikan pelayanan di bidang keuangan secara luas kepada masyarakat, memperluas lapangan pekerjaan, dan dapat berperan sebagai proses pemerataan dan pendapatan masayarakat, serta

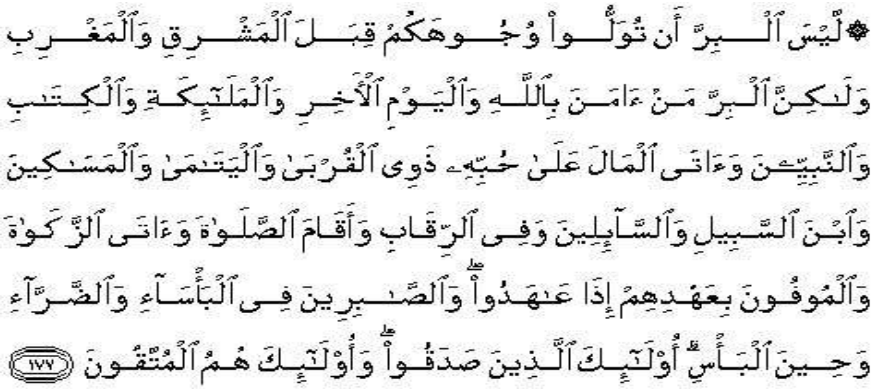
meningkatkan kesejahteraan masyarakat miskin atau berpenghasilan rendah.[2]

Berdasarkan hal tersebut, untuk memenuhi kebutuhan layanan keuangan terhadap masyarakat miskin atau berpenghasilan rendah, sehingga perlu disusun suatu undang-undang tentang lembaga keuangan mikro untuk memberikan landasan hukum dan kepastian hukum terhadap kegiatan layanan jasa keuangan mikro yaitu Undang-undang No. 1 tahun 2013.

Baitil Mal Wa Tamwil (BMT) merupakan salah satu lembaga ekonomi dan keuangan yang dikenal luas pada masa-masa awal. Baitul mal yang berkembang pada masa-masa awal kejayaan islam berfungsi sebagai institusi keuangan publik, yang oleh sebagian pengamat ekonomi disejajarkan dengan lembaga yang menjalankan fungsi perekonomian.

Lembaga BMT ini berkembang bersamaan dengan pengembangan masyarakat muslim dan pembentukan Negara islam (masyarakat madani) oleh Rasulullah kala itu. Landasan keberadaan institusi keuangan public secara normatif adalah adanya anjuran al-Qur'an untuk menyantuni orang miskin secara sukarela,seperti yang terdapat dalam surat al-baqarah ayat 177 :

[2]*Undang-Undang Lembaga Keuangan Mikro*, (Jakarta : Sinar Grafika, 2013)



Artinya :

"Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. Mereka itulah orang-orang yang benar (imannya)dan mereka itulah orang-orang yang bertakwa".

Baitul Mal Wa at-Tamwil (BMT) atau Balai Usaha Mandiri Terpadu, adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuh-kembangkan bisnis usaha mikro dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin, ditumbuhkan atas prakarsa dan modal awal dari tokoh-tokoh masyarakat setempat dengan berlandaskan pada system ekonomi islam: keselamatan (berintikan keadilan), kedamaian, dan kesejahteraan.

Keberadaan BMT merupakan representasi dari kehidupan masyarakat dimana BMT itu berada, dengan jalan ini BMT mampu mengkoordinir kepentingan ekonomi masyarakat. Peran umum BMT yang

dilakukan adalah melakukan pembinaan dan pendanaan yang berdasarkan sistem syariah. Peran ini menegaskan arti penting prinsip-prinsip syariah dalam kehidupan ekonomi masyarakat. Sebagai lembaga keuangan syariah yang bersentuhan lansung dengan kehidupan masyarakat kecil yang serba cukup, maka BMT mempunyai tugas penting dalam mengemban misi ke-islaman dalam segala aspek kehidupan masyarakat.

BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam berdiri pada akhir tahun 2008 dan mulai beroperasi pada awal januari 2009. Dari hasil survey penajaman data pada tahun 2006, kurang lebih 85% sangat membutuhkan modal usaha, sumber modalnnya yaitu :

- Modal dasar : Rp. 39.570.000,
  - Simpanan pkok khusus : Rp. 33.150.000.00,-
  - Simpanan pokok : Rp. 2.150.000.00,-
  - Simpanan wajib : Rp. 4.270.000.00,-
- Modal penyertaan PemKab : Rp. 300.000.000.00,-

PemKab Agam menyadari pada perlunya pola pemberdayaan dan pendampingan melalui lembaga keuangan professional sesuai dengan kultur masyarakat, dengan menetapkan kebijakan Program Penanggulangan Kemiskinan Berbasis Masjid (PPKBM) melalui Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) pola Baitul Maal Wa Tamwil (BMT), yang merupakan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Pada dasarnya masyarakat yang ada di nagari kapau khususnya 100% beragama islam,mereka sadar akan kewajibannya sebagai umat muslim untuk melaksanakan haji, tetapi banyak dari mereka yang tidak sanggup karna faktor dana / keuangan tidak mencukupi untuk melakukan pembiayaan tersebut. BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam menyediakan salah satu produk untuk membantu masyarakat dalam memudahkan mereka mengumpulkan dana keberangkatan haji yaitu produk tabungan haji terwujud (TAHAJUD). Tetapi pada kenyataannya tidak banyak masyarakat yang menabung atau memanfaatkan produk tersebut, artinya BMT belum direspon sebagaiamana mestinya, padahal BMT tersebut menyediakan produk TAHAJUD agar memudahkan mereka dalam mengumpulkan uang tabungan haji, tetapi tidak terlalu diminati oleh masyarakat kapau khususnya dan hal ini bisa menyebabkan BMT kurang berjalan atau tidak berkembang.

Berlatar belakang persaingan antar lembaga keuangan yang semakin ketatdalam menarik nasabah, maka dibutuhkan upaya lebih baiksehingga tujuan yang diharapkan oleh lembaga tersebut akan tercapai.

Dari uraian di atas Penulis tertarik mengkaji lebih dalam bagaimana upaya yang harus dilakukan untuk dapat meningkatkan jumlah nasabah dengan menggunakan salah satu produk BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam yaitu produk Tabungan Haji Terwujud (TAHAJUD).Produk ini merupakan produk tabungan haji yang menggunakan prinsip *mudharabah* yaitu simpanan pihak ketiga yang

penarikkan hanya dapat dilakukan pada saat nasabah akan menunaikan ibadah haji atau pada saat tertentu sesuai dengan perjanjian. Simpanan ini menerapkan titipan dan imbalan dengan sistem bagi hasil *mudharabah.*

Semenjak produk ini beroperasi, Tabungan Haji Terwujud (TAHAJUD) belum bisa dikategorikan sebagai produk yang diminati masyarakat kapau khususnya, hal tersebut digambarkan pada tabel berikut:

Tabel 1.1

Perkembangan Jumlah Data Nasabah Haji

BMT AGAM MADANI NAGARI KAPAU

Tahun	Jumlah Anggota
2010	3 Orang
2011	2 Orang
2013	1 Orang
2016	1 Orang
2017	1 Orang
2018	1 Orang

(***Sumber : Laporan Keuangan BMT Agam Madani Nagari Kapau)***

Dari Tabel tersebut BMT Agam Madani Nagari Kapau mengalami berfluktuasi pada jumlah nasabahnya,nasabahnya dari tahun ke tahun masih sedikit peminatnya, beberapa kendala mungkin dirasa dalam produk ini dan perlu adanya pembenahan secara menyeluruh, melihat produk ini masih lemah untuk bersaing dengan produklainya, dari segi pelayanan maupun kenyamanan.Penulis jugamerasa mungkin ada suatu kekurangan yang terdapat pada produk ini, maka berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai **"Upaya**

Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Terwujud di BMT Agam Nagari Kapau Kab. Agam".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang masalah diatas, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Masyarakat Nagari Kapau belum terlalu berminat untuk menggunakan produk tabungan haji terwujud *(TAHAJUD)* pada BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab.Agam.
2. Masih banyak masyarakat yang belum mengenal produk TAHAJUD.

C. Pembatasan Masalah dan Rumusan Masalah

1. Pembatasan Masalah

   Berdasarkan identifikasi masalah yang sudah dipaparkan di atas peneliti membatasi pada " Upaya peningkatan jumlah nasabah tabungan haji terwujud di Baitul maal wal tamwil (BMT) Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam".

2. Rumusan Masalah

   Berdasarkan latar belakang masalah diatas, perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut : bagaimana strategi danupaya peningkatan jumlah nasabah tabungan haji terwujud (TAHAUD) di BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat diketahui tujuan penelitian yaitu: untuk menelaskan dan mengetahui upaya peningkatan jumlah nasabah tabungan haji terwujud (TAHAJUD) pada BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam.

2. Kegunaan Penelitian

   a. Kegunaan bagi peneliti

      Untuk memenuhi persyaratan akademis dalam menyelesaikan studi jurusan diploma III untuk mendapatkan gelar ahli madya (AMD) di IAIN Bukittinggi

   b. Bagi akademis

      Untuk memperkaya serta menambah kajian pustaka serta menambah ilmu pengetahuan tentang upaya dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji.

   c. Bagi BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam

      Menjadi salah satu informasi yang dapat dijadikan masukan bagi BMT mengenai pengetahuan tentang upaya peningkatan njumlah jumlah nasabah tabungan haji.

   d. Peneliti selanjutnya

      Sebagai bahan peneliti selanjutnya pada program studi perbankan syariah di Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi (IAIN)

E. Penjelasan Judul

Upaya Peningkatan : Usaha, akal, ikhtiar untuk mencapai suau maksud, memecahkan persoalan mencari jalan keluar.[3]

Upaya untuk menambah derajat, tingkat dan kualitas maupun kuantitas.Penigkatan juga dapat berarti penambahan keterampilan dan kemampuan agar menjadi lebih baik. Selain itu, peningkatan juga berarti pencapaian dalam proses, ukuran, sifat, dsb.[4]

Jumlah Nasabah : Nasabah adalah seseorang ataupun badan usaha (korporasi) yang mempunyai rekening simpanan dan pinjaman dan melakukan transaksi simpanan dan pinjaman tersebut pada sebuah bank.[5]

Tabungan Haji : Investasi dana untuk perencanaan haji yang dikelola sesuai dengan sistem syari'ah dengan akad *mudharabah mutlaqah* dengan sistem setoran bebas dan bulanan.[6]

BMT Agam Madani : Lembaga keuangan yang menganut prinsip syariah islam yang berlamat di Nagari

---

[3]Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), hlm. 1250.

[4]*http://www.duniapelajar.com/2014/08/08/pengertian-peningkatan-menurut-para-ahli*

[5]*Komaruddin, Kamus Perbankan* (Jakarta : CV Rajawali, 1994), hlm. 163.

[6]BMT Agam Madani Nagari Kapau.

kapau, Kecamatan Tilatang Kamang, Kabupaten Agam.

Jadi maksud dari upaya peningkatan jumlah nasabah tabungan haji terwujud di BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam adalah suatu proses upaya peningkatan nasabah yang ditempuh oleh BMT Agam Madani Nagari Kapau dalam produk tabungan haji terwujud dan perencanaan yang akan dijalankan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon nasabah dan membentuk suatu pemahaman kepada calon nasabah terhadap produk sehingga calon nasabah akan mencoba produk yang kita tawarkan.

F. Kajian Terdahulu

Berdasarkan dari judul yang dibahas mengenai " Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Terwujud di BMT Agam Nagari Kapau Kab. Agam", maka didapatkan beberapa kajian terdahulu yang mengkaji tentang promosi tabungan adalah sebagai berikut :

1. Oktavia Fatmawati melakukan penelitian yang berjudul "Prosedur dan strategi pemasaran tabunganhaji di Bank Muamalat Indonesia (BMI) cabang pembantu Salatiga periode 2015". Hasil penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi pemasaran Tabungan Haji Arafah iB di BMI Capem Salatiga.

2. Ika Oktawulansari melakukan penelitian yang berjudul "Strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah di BMT Fajar Mulia cabang Bandung periode 2012". Hasil penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi pemasaran di BMT Fajar Mulia mengandalkan pola pemasaran dengan system jemput bola, melakukan promosi melalui brosur, melakukan sosialisasi secara lansung untuk promosi kepada nasabah, dan menentukan target baru.
3. Wiji Ardiastuti melakukan penelitian yang berjudul "Strategi Pemasaran Tabungan Haji di Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Ajibarang periode 2017". Hasil penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi pemasaran Tabungan Haji BRI Syariah KCP Ajibarang.

Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis focus kepada "Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Terwujud (TAHAJUD) Pada BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam". Penulis ingin meneliti tentang bagaimana upaya dalam meningkatkan jumlah nasbah produk tabungan haji pada BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam tersebut.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deksriptif yaitu pendekatan yang dilakukkan dengan cara

mengambarkan kejadian yang terjadi di lapangan atau penelitian yang mencoba mengambarkan, menunjukkan, manafsirkan, suatu fenomena yang berkembang pada masa sekarang. Jenis data penelitian ini bersifat kualitatif, sebagai prosedur yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis maupun lisan. Dalam penelitian ini penulis mendeskripsikan mengenai upaya dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji terwujud di BMT Agam Madani Nagari KapauKab. Agam

a. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah BMT Agam Madani Nagari Kapau, kecamatan Tilatang Kamang, Kab. Agam.Penelitian ini dilakukan pada 03 Januari 2019 sampai dengan disetujuinya untuk sidang munaqasyah.

b. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data dari penelitian ini menggunakan dua jenis data dalam membantu memecahkan masalah yang diteliti yaitu:

1) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber tanpa perantara dengan melakukan pertanyaan pada responden terpilih melalui wawancara.Dalam penelitian ini, pertanyaan ditujukan pada responden terpilih serta melakukan wawancara dengan pertanyaan terbuka kepada pengurus BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam.

2) Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari hasil studi perpustakaan baik berupa bahan-bahan bacaan maupun data angka yang memungkinkan. Data sekunder diperoleh dari buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini dan dari data-data yang mendukung atas permasalahan mengenai bagaimana upaya dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji di BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, peneliti melakukan:

a. Observasi

Observasi yang dilakukan adalah dengan mengamati lansung terhadap gejala-gejala yang di teliti ke tempat penelitian, dilakukan dari tanggal 1 s/d 5 April di BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam.

b. Wawancara

Wawancara adalah menemukan informasi secara lisan dalam hubungan tatap muka dengan narasumber.Melakukan hubungan tatap muka antara pewawancara dengan yang diwawancara.

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan mewawancarai petugas BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam yang sangat

mengerti dengan masalah yang ingin diteliti, yang berkaitan dengan masalah meningkatkan jumalah nasabah tabungan haji.

5. Teknik Analisis Data

Berdasarkan inti penyusunan di atas, maka dalam melaksanakan penganalisaan penyusunan penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif.Metode deskriptif kualitatif yaitu pendekatan yang dilakukan untuk meneliti suatu peristiwa yang terjadi, kemudian menurut kejadian tersebut kita dapat mengetahui faktor-faktor yang menimbulkan kejadian tersebut.

Dari pendekatan deskriptif kualitatif ini penulis ingin memberikan gambaran tentang upaya dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam

H. Sistematika Penulisan

Supaya memiliki hubungan yang kuat diantara keseluruhan pembahasan perlu dibuat sistematika penulisan yaitu :

BAB I :PENDAHULUAN

Merupakan pendahuluan yang berisikan dasar pemikiran lahirnya masalah yaitu menguraikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan dan batasan masalah, tujuan penelitian, keguanaan penelitian, penjelasan judul,kajian terdahulu, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Merupakan landasan teoritis yang terdiri dari bagian pertama tentang upaya dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji BMT Agam Madani Nagari Kapau.

BAB III : HASIL PENELITIAN

Terdiri dari sejarah BMT Agam Madani Nagari Kapau, Visi dam Misi BMT Agam Madani Nagari Kapau, Motodan slogan BMT Agam Madani Nagari Kapau, Profil BMT Agam Madani Nagari Kapau, struktur organisasi BMT Agam Madani Nagari Kapau,serta upaya dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji pada BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam.

BAB IV : PENUTUP

Berisikan penutup kesimpulan dan saran.

BAB II

Landasan Teori

A. Ibadah Haji

1. Pengertian Haji

Menurut bahasa,haji berasal dari bahasa Arab *(al-haji)* berarti ziarah atau berkunjung. Sedangkan menurut istilah syar'i, haji adalah berziarah (berkunjung) ke Ka'bah di Makkah *al-Makramah* untuk beribadah kepada Al;lah SWT dengan melakukan ihram, tsawaf, sa'i, wukuf di Arafah, mabit di Mudzalifah dan Mina, melontar jamarat, dan tahalul.

2. Tujuan Haji

Setiap Ibadah dalam islam, termasuk juga ibadah haji, memiliki tujuan *(maqashid)* dan hikmah besar yang seharusnya terwujud dan realisasikan oleh pelakunya. Namun umat islam seringkali melakukan ibadah, khususnya ibadah haji tanpa diiringi dengan pemahaman yang baik mengenai apa tujuan dari pelaksanaan ibadah haji tersebut. Diantara tujuan ibadah haji tersebut adalah :

1) Mentaati perintah Allah SWT dengan segala perintahnya sebagai ekspresi ketaqwaan.
2) Menunjukkan kebesaran Allah SWT
3) Memperbanyak ingat atau dzikir kepada Allah SWT
4) Memperoleh haji mabrur dan pahala surga.[7]

B. Tabungan Haji

1. Pengertian Tabungan Haji

Setiap umat muslim diseluruh dunia pasti mendambakan pergi haji ke Tanah Suci. Perasaan itu dialami pula oleh muslim yang ada di Indonesia. Tidak heran banyak sekali orang yang rela mengeluarkan uang dalam jumlah besar demi bisa menjalani ibadah haji. Biaya yang diperlukan memang tidak sedikit oleh sebab itulah tidak semua orang dapat pergi ke tanah haji. Masyarakat dengan dana yang terbatas dan memiliki banyak

[7]Ahmad Kartono & Sarmidi Husna, *Ibadah Haji Peremuan (menurut ulama fiqih),*(Jakarta : Siraja, 2013), hlm. 13-16

kebutuhan yang lain yang mesti dipenuhi harus jatuh bangun mengumpulkan uang belum tentu bisa melakukan ibadah haji.

Terkait dengan hasrat untuk menunaikan ibadah Haji yang merupakan bagian kewajiban dari rukun islam yang kelima, fakta yang terjadi menggambarkan bahwa banyak jamaah haji yang dapat menunaikan ibadah haji melalui cara menabung selama puluhan tahun yang dilakukan oleh masing-masing pribadi muslim. Dengan menabung dalam jangka panjang yang dilakukan penuh kesabaran dari setiap pribadi muslim itu telah membuahkan hasil dengan dapat dilaksanakan ibadah Haji-nya.[8]

Untuk membantu masyarakat yang mempunyai rencana menunaikan ibadah haji Lembaga Keuangan Syariah mengeluarkan inovasi baru berupa produk tabungan haji. Tabungan Haji adalah simpanan yang menggunakan akad mudharabah yang Penarikannya dapat dilakukan setelah jangka waktu yang telah disepakati atau anggota sudah siap untuk melaksanakan ibadah haji.

Tabungan menurut undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukaan menurut syarat tertentu yang di sepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.[9]

---

[8]Achmad Subianto, *Menata Kembali Manjamen Haji Indonesi,* (Jakarta:Yakamus,2016), hlm. 34.

[9] Kasmir, *Pemasaran Bank,* (Jakarta : Kencana, 2005), hlm. 303.

Menurut Fatwa DSN No.1 Tahun 2000 tentang tabungan, mekanisme tabungan yang dibenarkan bagi bank Syariah adalah tabungan yang berdasarkan prinsip *mudharabah* dan *wadiah.*[10]

Adapun Dasar hukum kewajiban dalam pelaksanaan haji yang terdapat dalam surat *Al-Baqarah* ayat 196 yaitu sebagai berikut:

Al-baqarah ayat 196 :



Artinya:

" *Dan sempurnakanlah Ibadah Haji dan Umroh karena Allah."*

Produk tabungan haji mengunakan akad *mudharabah*, yang mana *mudharabah* itu sendiri merupaka prinsip bagi hasil dan bagi kerugian ketika nasabah sebagai pemilik modal (*Shahibul maal*) menyerahkan uang nya kepada bank sebagai pengusaha (*mudarib)* untuk diusahakan. Keuntungan dibagi sesuai kesepakatan dan kerugian ditangung oleh pemilik dana atau nasab.[11]

2. Tujuan Tabungan Haji

Memberikan kemudahan bagi nasabah dalam memenuju panggilan Allah menuju *Baitullah.*

3. Manfaat Tabungan Haji

---

[10]Rizal Yahya dkk. , *Akutansi Perbankan Syariah*, (jakarta : Salemba Empat, 2014), hlm. 92.

[11] Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2011), hlm.117.

a) Dana nasabah dijamin aman
b) Bebas biaya administrasi bulanan
c) pendaftaran nomor porsi Siskohat didaftarkan setelah saldo rekening nasabah minimal Rp.25 juta[12]

Tabungan haji sebenarnya tidak jauh berbeda dengan tabungan rencana lainnya. Tabungan haji merupakan jenis tabungan yang diperuntukkan bagi orang-orang yang mempersiapkan dana agar mencukupi untuk membiayai perjalanannya ke Tanah Suci. Banyak orang memutuskan untuk membuka tabungan haji karena dengan ini mereka dapat melakukan ONH yang besar dengan menyisihkan sebagian uangnya untuk persiapan menjalani rukun islam yang kelima. Dengan tabungan haji masyarakat dapat menyicil uang sesuai kemampuan dan terasa lebih ringan dibandingkan harus membayar biaya haji secara tunai yang nilainya mencapai puluhan juta.

Dengan adanya tabungan haji nasabah dapat menabung seperti biasa di Bank Syariah (dimana saja) yang bekerjasama dengan kemenag sebagai penerima setoran haji. Jika dana nasabah sudah terkumpul minimal 25 juta, pihak bank baru akan melakukan proses pendaftaran dan pemorsian haji di kemenag.

C. Pemasaran.

[12]*http://www.bankjatim.co.id/id/syariah/produk -layanan/dana/tabungan-haji-amanah* di akses 28 Maret 2019

1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran seringkali dikaitkan oleh banyak pihak dengan penjualan *(sales), sales promotion girl*, iklan, promosi, atau produk. Bahkan sering kali orang menyamakan profesi *marketer* (pemasar) dengan *sales* (Penjual). Namun sebenarnya pemasaran berbeda dengan penjualan. Pemasaran lebih merupakan "suatu seni menjual produk", sehingga pemasaran proses penjualan yang dimulai dari perancangan produk sampai dengan setela produk tersebut terjual. Berbeda dengan penjualan yang hanya berkutat pada terjadinya transaksi penjualan barang atau jasa.[13]

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuan dan kenginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.[14]

Secara umum pemasaran dapat diartikan sebagai suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka memberikan kepuasan yang optimal kepada pelanggan.[15]

2. Tujuan Pemasaran

---

[13] M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasran Bank Syarih*, (Bandung : Alfabeta,2012), hlm. 5.

[14] Abdullah dan Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Pustaka, 2012), hlm. 14.

[15] M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasran Bank Syarih*, (Bandung : Alfabeta, 2010), hlm. 6.

Setiap tindakan yang dilakukan apakah oleh perusahaan atau badan usaha tentu mengandung suatu maksud dan tujuan tertentu. Penetapan tujuan ini disesuaikan dengan keinginan pihak manajemen itu sendiri. Badan usaha dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai dilakukan dengan berbagai pertimbangan matang. Kemudian ditetapkan cara-cara untuk mencapai tujuan tersebut.

Secara umum tujuan pemasaran bank adalah untuk :

a. Memaksimumkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan meransang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.
b. Memaksimumkan kepuasan konsumen melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah.
c. Memaksimumkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
d. Memaksimumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.[16]

3. Konsep Pemasaran

[16] Kasmir, *Manajemen Perbankan,(*Jakarta : 2007), hlm. 171.

Ada lima konsep pemasaran dimana setiap konsep dapat dijadikan landasan pemsaran oleh masing-masing perusahaan:

a. Konsep Produksi

Menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dan selaras dengan kemampuan mereka dan oleh karenanya manajemen harus berkonsentrasi pada peningkatan efisisensi produksi dan efisiensi distribusi. Konsep ini merupakan salah satu falsafah tertu yang menjadi penuntun para penjual dan merupakan konsep yang menekankan pada volume produksi yang seluas-luasnya dengan harga serendah mungkin.

b. Konsep Produk

Konsep ini berpegang teguh bahwa konsumen akan menyenangi produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang paling baik serta keistimewaan yang mencolok. Oleh Karena itu perusahaan harus mencerahkan upaya terus menerus dalam perbaikan produk.

c. Konsp Penjualan

Konsep penjualan berpikir bahwa konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk terkecuali perusahaan menjalankan suatu usaha promosi dan penjualan yang kokoh. Konsep ini bisanya diterapkan pada produk-produk asuransi, ensiklopedia dan juga untuk lembaga nirlaba seperti partai

politik (parpol). Dalam konsep ini kegiatan pemasaran ditekankan lebih agresif melalui usaha-usaha promosi yang gencar.

d. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk mencapai sasaran organisasi tergantung pda penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan pemberian kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan lebih efisien dari yang dilakukan pesaing.

Menurut Philip Kotler konsep ini menekankan kedalam beberapa pengertian dibawah ini :

- Menemukan keinginan pelanggan dan penuhi keinginan tersebut
- Membuat apa yang anda dapat jual daripada menjual apa yang anda buat
- Mencintai pelanggan
- Andalah yang menentukan
- Berhenti memasarkan produk yang dapat anda buat dan mencobat membuat produk yang dapat anda jual.

e. Konsep Pemasaran Kemasyarakatan

Merupakan konsep yang bersifat kemasyarakatan, konsep ini menekankan kepada penentuan kebutuhan, keinginan, dan

minat pasar serta memberikan kepuasan, sehingga memberikan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.[17]

Bagi dunia perbankan konsep yang paling tepat untuk diaplikasikan adalah konsep pemasaran yang bersifat kemasyarakatan atau paling tidak menggunakan konsep pemasaran. Dalam kedua konsep itu jelas tertuang bahwa pelanggan benar-benar harus diperhatikan. Tujuannya adalah agar pelanggan tetap setia menggunakan produk atau jasa-jasa yang dihasilkan oleh bank.

4. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran sangat berpengaruh untuk kemajuan sebuah perusahaan yang menawarkan barang atau jasa. Salah satu strategi pemasaran yang ada saat ini adalah *marketing mix* (bauran pemasaran). Kegiatan ini dilakukan secara bersamaaan di antara elemen-elemen yang ada di dalam *marekting mix* itu sendiri. Setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri-sendiri tanpa dukungan dari elemen lainnya.

Dalam bisnis lembaga keuangan mikro juga sangat diperlukan adanya kegiatan riset pasar untuk mengetahui apa-apa saja yang mepengaruhi masyarakat atau nasabah dalam memilih suatu produk yang dipasarkan oleh suatu perusahaan atau lembaga

[17] Kasmir, *Manajemen Perbankan*,(Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hlm.171.

keuangan mikro Konsep pemasaran berorientasi kepada kepentingan serta kepuasan nasabah. Sebagi inti dari sistem pemasaran, maka *marketing mix* mempunyai peran yang sangat penting bagi keberhasilan usaha perusahaan dan pemasaran khususnya, empat elemen *marketing mix* adalah :

a. Produk *(product)*

Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan untuk dikonsumsi baik untuk kebutuhan rohani maupun jasmani. Untuk memenuhi kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya, misalnya dengan cara pembelian. Produk lembaga keuangan memiliki pengertian suatu jasa yang ditawarkan kepada nasabah untuk mendapatkan perhatian, untuk dimiliki, digunakan / dikinsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.

b. Harga *(price)*

Menurut Hartono yang dikutip Swastha dan Irawan (2008) menyatakan bahwa : " Harga adalah jumlah (ditambah beberapa produk kalau mungkin) dibutuhkan untuk pendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanan". Sedangkan Tjiptono (2008) menyatakan bahwa : " Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan harga lainnya) yang

ditukarkan atau tersedia agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa". Dari definisi diatas kita mengetahui bahwa harga akan mempengaruhi *image* merek maupun perusahaan, dimana hal tersebut akan mempengaruhi kepuasan pembelian dan ketika konsumen puas, maka bisa jadi konsumen akan loyal.

c. Distribusi *(Place)*

Ini menyangkut segala sesuatu mulai dari aspek fisik dalam usaha sampai pada pemilihan calon nasabah yang tepat untuk dijadikan pangsa pasar perbankan. Tempat juga penting sebagai lingkungan dimana dan bagaimana jasa akan diserahkan, sebagai bagian dari nilai dan manfaat dari jasa. Distribusi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menyalurkan barang hasil produknya kepada konsumen atau pemakai industri.

d. Promosi *(Promotion)*

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menginformasikan, mempengaruhi, membujuk, dan pada akhirnya konsumen mengambil tindakan melaksanakan transaksi pembelian pada produk atau jasa yang di promosikan.[18]

Promosi merupakan suatu aspek yang sangat penting dalam aspek pemasaran bank syariah, dan dikatakan sebagai suatu proses yang berlanjutan. Disebabkan karena promosi akan

[18] Kasmir, *Manajemen Perbankan,* (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 186.

menibulkan rangkaian kegiatan kedepannya bagi bagi lembaga keuangan syariah.. Adapun pengertian promosi adalah suatu arus informasi atau persuasi satu arah yang di buat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran atau memberitahukan dan mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keberadaan produk, kemanfaatan, keunggulan, atribut-atribut, harga, dimana dan cara memperolehnya.[19]

1) Tujuan Promosi

a) Memberikan Informasi

Tujuan dari semua kegiatan promosi adalah memberikan informasi kepada pembeli potensial tentang produk yang ditawarkan, dimana konsumen dapat membelinya, dan berapa harga yang ditetapkan. Konsumen memerlukan informasi-informasi tersebut dalam pengambilan keputusan pembeliannya. Selain itu konsumen dapat dengan mudah menilai produk-produk perusahaan dari informasi-informasi tersebut.

b) Meningkatkan Penjualan

[19] Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013), hlm. 133.

Agar perusahaan dapat meningkatkan penjualannya, perusahaan dapat merancang promosi penjualan dengan meberikan kupon belanja, sampel produk. Untuk membujuk konsumen mencoba produk yang ditawarkan dengan harga yang lebih murah atau dengan tambahan keuntungan yang lain.

c) Menstabilkan Penjualan

Pada saat pasar menalami kelesuan, perusahaan perlu melakukan suau kegiatan promosi agar tingkat penjualan perusahaan tidak mengalami penurunan yang berarti.

d) Mempromosikan Produk

Perusahaan perlu kegiatan mempromosikan produknya dengan menekan keunggulan produknya dibanding produk pesaing. Hal tersebut sangat penting bagi perusahaan, karena jika masyarakat sudah percaya dengan produk perusahaan maka dengan sendirinya masyarakat akan tetap memilih produk perusahaan dibanding dengan perusahaan pesaing. Strategi promosi yang tepat, seperti iklan yang tepat sasaran dapat membantu perusahaan dalam hal ini.

e) Membentuk Citra Produk

Kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan dapat membantu membentuk *image* konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Perusahaan dapat menggunakan media iklan untuk membangun citra produknya dimata konsumen, dengan citra produk yang baik konsumen akan tetap setia terhadap produk perusahaan. Kegiatan promosi dilakukan dengan biaya variable perusahaan, sehingga perbedaan usaha mengakibatkan promosi yang dilakukan dalam bentuk yang berbeda. Tetapi pada dasarnya kegiatan promosi dilakukan dengan cara periklanan, promosi penjualan, *personal selling,* dan publisitas.

Kegiatan promosi sendiri tidak terlepas dari biaya, karena berhasil atau tidaknya suatu bank syariah tergantung keahlian pemasaran dan promosi, sedangkan biaya promosi mendukung proses promosi itu sendiri.[20]

[20] Roni Andespa, *Meningkatkan Pertumbuhan Nasabah Bank Syariah : Mendukung Pembiayaan Promosi, Pendidikan Dan Pelatihan,* (IAIN Imam Bonjol Padang), Jurnal

BAB III

HASIL PENELITIAN

A. Monografi BMT Agam Madani Nagari Kapau

1. Sejarah Singkat Berdirinya BMT Agam Madani Nagari Kapau

Koperasi Jasa Keuangan Syariah ini bernama "*Baitul Maal Wattamwil* Agam Madani Nagari Kapau", yang disingkat BMT Agam Madani Nagari Kapau.

Baitul Maal Wattamwil, sesuai dengan namanya terdiri dari 2 fungsi utama, yaitu :

a. *Baitul Maal* (Rumah Harta) berfungsi sebagai penerima titipan zakat, infaq, dan shadaqah, serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya.

b. *Baitul Tamwil* (Rumah Pengembangan Harta) berfungsi sebagai lembaga pengembangan usaha-usaha produktif, dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha kecil dan menengah, dengan mendorong kegiatan menabung dan pembiayan kegiatan usaha.

BMT Agam Madani Nagari Kapau didirikan pada tanggal 8 bulan Muharram tahun 1430 Hijriyah, bertepatan dengan tanggal 5 Januri 2009 di Balai Adat Nagari Kapau, oleh 44 orang pemrakarsa / pendiri untuk jangka waktu yang tidak ditetapkan, dengan sumber modalnya yaitu :

- Modal dasar : Rp. 39.570.000.00,-
  - Simpanan pokok khusus:Rp. 33.150.000.00,-
  - Simpanan pokok : Rp. 2.150.000.00,-
  - Simpanan wajib : Rp. 4.200.000.00,-
- Modal penyertaan PemKab :Rp. 300.000.000.00,-

BMT Agam Madani Nagari Kapau berkedudukan di Nagari Kapau, Kecamatan Tilatang Kamang, Kabupaten Agam, Provinsi Sumatera Barat, Wilayah kerja BMT Agam Madani Nagari Kapau dan daerah sekitarnya.

BMT Agam Madani Nagari Kapau berlandaskan syari'at islam, Undang- Undang Dasar Republik Indonesia, aturan koperasi yang berlaku secara nasional dan adat salingka Nagari Kapau dan berazaskan musyawarah untuk mufakat dan gotong royong.

Tujuan BMT Agam Madani Nagari Kapau didirikan untuk meningkatkan kualitas ekonomi untuk kesejahteraan nggota khususnya dan masyarakat Nagari Kapau pada umumnya.[21]

BMT ini merupakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah yang berdiri dengan kekuatan motivasi dalam rangka pengembangan dan pemberdayaan ekonomi umat dengan acuan syariah Islam dikelola berdasarkan konsep Islam dibawah naungan Dinas Usaha Kecil dan Menengah atau berbadan hukum koperasi.

Kegiatan yang ada didalamnya adalah mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang kegiatan ekonomi lainnya.

2. Visi dan Misi BMT Agam Madani Nagari Kapau

a. Visi

Lembaga Keuangan Syariah yang professional, amanah dan mandiri serta meningkatkan kualitas badan anggota khususnya dan masyarakat Nagari Kapau pada umumnya sehingga mampu berperan sebgai khalifah Allah SWT di muka bumi.

b. Misi

1) Menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan ekonomi

[21] Sumber BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam

2) Memberdayakan usaha kecil dan menengah
3) Menumbuhkembangkan kepedulian *aghiwa* (orang kurang mampu) secara sistematis dan berkesinambungan
4) Memberikan motiasi dan inovasi agar budaya menabung tumbuh dan berkembang pada anggota khususnya dan masyarakat Nagari Kapau pada umumnya.

3. Produk- Produk BMT Agam Madani Nagari Kapau

a. Produk Penghimpunan Dana (*Funding*)

1) Tabungan Masyarakat Sejahtera (TAMARA)

Tabungan Masyarakat Sejahtera adalah jenis tabungan yang bisa diambil kapan saja.

Syarat pembukaan tabungan:

a) Mengisi formulir pembukaan tabungan
b) Fotokopi krtu identitas yang masi berlaku
c) Photo ukuran 3x4
d) Setoran awal minimal Rp 10.000
e) Setoran selanjutnya minimal Rp 5.000
f) Saldo minimal yang harus dipelihara sebesar Rp 10.000

2) Tabukan Pendidikan Anak (TADIKA)

Tabungan pendidikan adalah simpanan dana yang ditujukan untuk pelajar (SD, SMP, SMA) untuk persiapan kebutuhan biaya pendidikan anak yang dikelola berdasarkan prinsip *wadiah/*titipan.

Syarat pembukaan tabungan:

a) Mengisi formulir tabungan
b) Foto copy kartu identitas diri yang masih berlaku.
c) Photo ukuran 3x4.
d) Setoran awal minimal Rp. 10.000.
e) Setoran selanjutnya minimal Rp. 3.000.
f) Saldo minimal yang harus dipelihara sebesar Rp. 10.000.

3) Tabungan Haji Terwujud (TAHAJUD)

Tabungan Haji Terwujud (TAHAJUD) adalah simpanan dari anggota yang digunakan untuk kegiatan haji sehingga penarikan tabungan ini hanya bisa dilakukan pada waktu yang telah ditentukan. Tabungan haji ini dikelola berdasarkan prinsip *mudharabah*.

Syarat-syarat pembukan tabungan haji:

a) Mengisi formulir pembukaan tabungan.

b) Foto copy kartu identitas diri yang masih berlaku.
c) Photo ukuran 3x4.
d) Setoran awal minimal Rp. 10.000.
e) Setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000.
f) Saldo minimal yang harus dipelihara sebesar Rp. 10.000.

4) Tabungan Idul Qurban (TAQURBA)

Tabungan Idul Qurban (TAQURBA) adalah simpanan dana anggota yang digunakan untuk kegiatan qurban pada hari raya Idul Adha, sehingga penarikan tabungan ini hanya bisa dilakukan pada waktu yang telah ditentukan. Tabungan qurban ini dikelola berdasarkan prinsip *mudharabah.*

Syarat pembukaan tabungan:

a) Mengisi formulir pembukaan tabungan.
b) Foto copy kartu identitas diri yang masih berlaku.
c) Photo ukuran 3x4.
d) Setoran awal minimal Rp. 10.000.
e) Setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000.
f) Saldo minimal yang harus dipelihara sebesar Rp. 10.000.

5) Tabungan Berjangka (TAJAKA)

Tabungan Berjangka (TAJAKA) adalah produk simpanan yang dapat diambil dalam jangka waktu yang telah disepakti 3, 6 dan 12 bulan yang dikelola dengan prinsip syariah.

Syarat pembukaan tabungan:

a) Mengisi formulir pembukaan tabungan.
b) Foto copy kartu identitas diri yang masih berlaku.
c) Photo ukuran 3x4.
d) Setoran awal minimal Rp. 500.000.
e) Jangka waktu minimal 3 bulan.

6) Tabungan Idul Fitri (TADURI)

Tabungan Idul Fitri (TADURI) adalah simpanan untuk memenuhi kebutuhan idul fitri dan dpat diambil menjelang idul fitri, dan syarat-syarat pembukaan tabungan ini sama dengan syarat pembukaan tabungan lain.

b. Produk Pembiayaan (*Lending*)

Dari produk penghimpunan dana ini pihak BMT menghimpun dananya dari nasabah dan menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat melalui pembiayaan sebagai pemodal dan hasil usaha atau keuntungan

dibagi sesuai kesepakatan bersama, jenis pembiayaan antara lain:

1) Pembiayaan Total Bagi Hasil (*Mudharabah*)

   Pembiayaan untuk kegiatan usaha produktif anggota yang keseluruhan modalnya dibiayai BMT,ditentukan bagi hasil dengan porsi sesuai kesepakatan

2) Pembiayaan Bersama Bagi Hasil (*Musyarakah*)

   Pembiayaan usaha produktif anggota yang modalnya dibiayai bersama antara BMT dan anggota dengan porsi mkodal dan bagi hasil sesuai kesepakatan

3) Pembelian Barang jatuh tempo (*Murabahah*)

   Anggota peru sarana usaha atau suatu barang namun belum ada uang BMT membelikan dan menjualnya kepada anggota tersebut dengan harga dan pembayaran jatuh tempo yang disepakati

4) Pembelian Barang Bayar angsuran *(Ba'i Bitsaman 'Ajil)*

   Pembiayaan bagi anggota yang membutuhkan sarana usaha atau suatu barang BMT membelikan dan menjualnya kepada yang

bersangkutan dengan harga dan angsuran yang disepakati.

5) *Qordul Hasn*

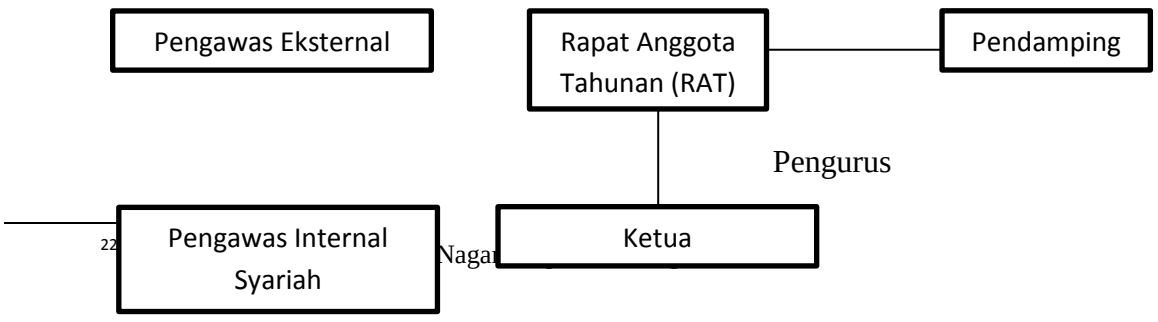
Pembiayaan untuk kegiatn usaa produktif anggota yang diberikan oleh BMT, yang tidak dikenakan bagi jasil usaha. Program ini khusus diberikan kepada rumah tangga miskin yang produktif.

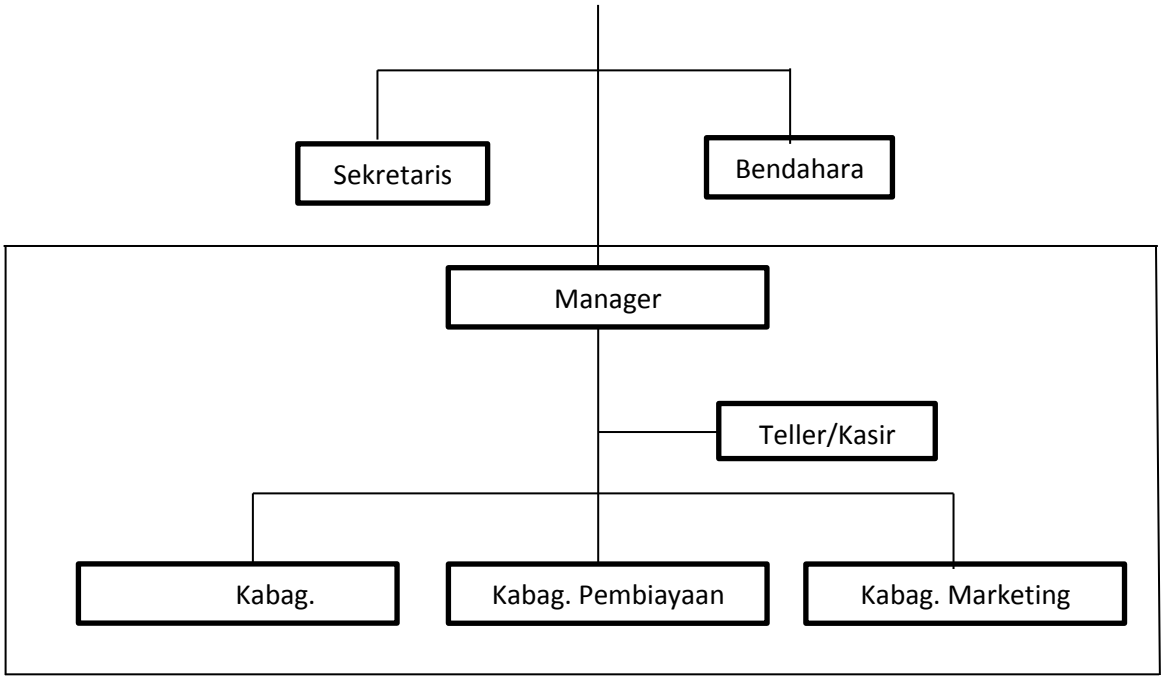
Dari bermacam-macam produk simpanan tersebut, yang paling diminati masyarakat adalah simpanan *mudharabah,* tabungan qurban, dan tabungan pendidikan anak.[22]

4. Struktur Organisasi BMT Al Hijrah Bukittinggi

BMT Agam Madani Nagari Kapau akan memberikan gambaran struktur organisasi secara ringkas tentang tugas dan kewenangan masing-masing bagian yang terkait dalam sistem operasional BMT yang berlandaskan perbankan syariah

Gambar 3.1
Struktur Organisasi Rapat Tahunan BMT Agam Madani Nagari Kapau





Struktur Organisasi BMT Agam Madani Nagari Kapau terdiri dari:

1. Rapat anggota Tahunan (RAT)

Adalah forum tertinggi dalam organisasi BMT Agam Madani Nagari Kapau, yang mempunyai wewenang yang tidak diserahkan kepada pengurus, maupun pengawas oleh anggaran dasar ini.

Adapun kewenangan anggota Rapat Tahunan (TAR) adalah:

a. Keputusan mengenai perubahan Anggaran Dasar
b. Pengangkatan dan pemberhentian anggota pengurus dan pengawas
c. Penetapan kebijakan BMT Agam Madani

d. Pengesahan program BMT Agam Madani

e. Penetapan keputusan mengenai penggabungan dan pembubaran BMT Agam Madani Nagari Kapau

2. Pengawas

a. Pengawas Intrnal, adalah pihak yan menjalankan system pengawasan kedalam BMT Agam Madani Nagari Kapau yang bertanggung jawab sepenunya kepada Rapat Anggota Tahunan (RAT), dan melakukan pengawasan terhadapa kerja pengurus, serta memberikan nasehat kepada pengurus, baik diminta ataupun tidak diminta demi kemajuan BMT Agam Madani Nagari Kapau.

b. Pengawas Eksternal, adalah pihak lain diluar organisasi BMT Agam Madani Nagari Kapau yang berkoodibasi dengan pengurus demi kepentingan masyarakat dan kemajuan BMT Aama Madani Naari Kapau.

3. Pengurus

Pengurus adalah anggota pendiri yang dipilih dan diberi mandat oleh Rapat Anggota Tahunan (RAT) untuk periodenisasi 2 tahun, dan berwenang memastikan jalan tidaknya BMT Agam Madani Nagari Kapau, dan melaksanakan kebijakan umum, serta mengawasi pelaksanaan kegiatan operasional BMT Agam Madani Nagari Kapau.

4. Pengelola

Pengelola adalah tenaga kerja penuh waktu *(full time)* yang dipilih dan diangkat oleh pengurus, untuk menjalankan operasional hariann sesuai dengan tuas dan funsi masing-masing, dan bertangung jawab sepenuhnya kepada pengurus BMT Agam Madani Nagari Kapau.

B. Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Terwujud (TAHAJUD) Pada BMT Agam Madani Nagari Kapau.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data secara deskriptif kualitatif melalui penguraian yaitu dengan membahas hasil wawancara dan observasi serta membaca berbagai sumber data dan informasi yang berkaitan dengan masalah yang penulis teliti.

Akibat semakin ketatnya persaingan didunia perbankan syariah, maka akan berdampak pada pendapatan atau omset lembaga keuangan syariah itu sendiri. Dalam mempertahankan kelangsungan hidup suatu usaha dibutuhkan strategi untuk data meningkatkan jumlah nasabah, untuk itu strategi pemasaran menjadi suatu hal yang terpenting dalam menjalankan suatu usaha dalam mencapai suatu tujuan yang di inginkan oleh perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibuk Yenni Sovina, ST selaku Manager BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam pada tanggal 13 Juni 2019, jumlah nasabah yang melakukan simpanan pada produk tabungan haji masih sedikit dan masih jauh dari target yang akan dicapai,

jumlah nasabahnya masih sangat sedikit dan belum begitu berkembang. Hal ini disebabkan kurangnya minat masyarakat dalam menggunakan produk Tabungan Haji Terwujud (TAHAJUD) dan sarana yang kurang memadai dan belum adanya kerjasama dengan pihak Kemenag, selain itu karena banyaknya persaingan yang sangat ketat dengan lembaga keuangan lainnya yang memiliki keunggulan dalam produk tersebut

Untuk meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan haji yang dilakukan BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam adalah dengan menggunakan strategi pemasaran. Jadi perlu ditinjau kembali, permasalahan ini terjadi apakah karena kurang diminatinya produk tabungan haji ini oleh nasabah atau bisa jadi pada bagian strategi pemasaran yang belum efektif.

1. Strategi Pemasaran[23]

Sebelum melakukan proses pemasaran, manajemen BMT Agam Madani Nagari Kapau melakukan perencanaan pemasaran terlebih dahulu, sehingga seseorang marketing mengetahui langkah-langkah memasarkan produk agar memperoleh hasil maksimal sesuai yang diharapkan BMT.

Adapun perencanaan pemasaran di BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam, sebagai berikut:

[23] Wawancara dengan kepala operasional BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam

a. Menentukan sasaran yaitu masyarakat sekitar baik masyarakat mikro atau pengusaha mikro.
b. Menentukan produk yang sesuai sasaran yaitu produk yang sesuai dengan kapasitas calon nasabah.
c. Persiapan Sumber Daya Manusia (SDM), karena seorang marketing di BMT Agam Madani Nagari Kapau diharuskan mampu menguasai keseluruhan produk yang ada di BMT, dengan tujuan calon nasabah yang ditawari produk tersebut paham dan bisa tertarik, dan diharapkan bisa *closing.*

Setelah menyusun perencanaan pemasaran, barulah seorang marketing survey langsung ke lapangan. Dalam hal ini seorang merketing mendatangi langsung calon nasabah. Hal pertama yang harus dilakukan dalam survey lapangan, seorang marketing melakukan silaturahmi dengan pengenalan mengenai BMT Agam Madani Nagari Kapau. Namun sebelum merekrut nasabah lain (orang lain), pemasar BMT Agam Madani Nagari Kapau diharuskan bisa merekrut kerabat-kerbatnya untuk menjadi nasabah di BMT Agam Madani Nagari Kapau, karena hal tersebut bisa menjadi pemicu kepada nasabah lain.

Dri urauan diatas dapat diuraikan Strategi pemasaran Tabungan Haji Terwujud (TAHAJUD) yang digunakan BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam berdasarkan hasil wawancara dengan ibuk Yeni Sovina, ST pada tanggal 31 Maret 2015 adalah sebagai berikut:

a. Karena tujuan utama dari prinsip perbankan syariah adalah terhindar dari transaksi riba, maka produk yang ditawarkan tentu saja berbeda dengan produk bank umum atau konvensional. Perbedaan utama terletak pada prinsip syariahnya. Selain produk BMT berbeda dengan bank konvensional, perusahaan ini juga melakukan beberapa strategi guna bersaing dengan bank konvensional dan bank berprinsip syariah yang lainnya. Beberapa strategi yang diterapkan guna bersaing dengan bank lain, baik konvensional maupun syariah, antara lain:

    a. Mengandalkan pola pemasaran tradisional yaitu dengan menggunakan sistem jemput bola
    b. Promosi melalui brosur, sehingga calon nasabah mengetahui produk- produk yang di tawarkan di BMT Agam Madani Nagari Kab. Agam baik Produk dana maupun pembiayaan dan calon nasabah bisa mengetahui keberadaan BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam
    c. Melakukan sosialisasi secara langsung untuk promosi kepada calon nasabah
    d. Menentukan target baru atau sasaran baru
    e. Mengajukan proposal penawaran kerjasama dalam pengelolaan tabungan dengan sekolah-sekolah, mulai dari TK sampai dengan SMA.

2. **Upaya meningkatkan pemasaran di BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam**[24]

   a. Mempertahankan pendekatan dengan calon nasabah yang belum closing dan menjalin hubungan baik dengan calon nasabah tersebut

   b. Mempertahankan hubungan baik dengan nasabah, misal apabila nasabah ulang tahun memberi ucapan selamat, nasabah terkena musibah maka ditengok.

   c. Bertanggungjawab dan amanah dalam mengelola dana-dana dari nasabah, sehingga BMT Agam Madani memperoleh citra yang baik dari masyarakat

   d. Silaturahmi bertujuan untuk menjalin suatu kekeluargaan yang akan menciptakan suatu kepercayaan bagi nasabah atau calon nasabah.

   e. Struktur pimpinan ikut survey langsung ke lapangan, sehinggan bisa mengetahui kesulitan yang dihadapi seorang marketing.

3. **Target dari strategi pemasaran BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam**

   a. Target Jangka Pendek

      1) Nasabah atau anggota bisa bertambah

      2) Bertambahnya *income*

[24] Wawancara dengan kepala operasional BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam

3) Semua target pemasaran terpenui
4) Masyarakat mengetahui keberadaan BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam

b. Target Jangka Panjang

1) Mensosialisasikan ekonomi syariah kepada masyarakat luas
2) Jaringan bisa semakin bertambah.
3) BMT Agam Madani Nagari Kapau bisa berkembang pesat sehingga dapat membuka cabang-cabang baru di berbagai daerah.
4) Bisa bekerjasama dengan pihak Kemenag dalam proses atau produk tabungan haji

4. **Evaluasi Strategi Pemasaran BMT Agam Madanin Nagari Kapau Kab. Agam bertujuan untuk:**
   a. Untuk melihat hasil yang sudah dicapai.
   b. Mengetahui kemampuan dan kekurangan dari proses pemasaran
   c. Sebagai bahan pertimbangan untuk pelaksanaan strategi selanjutnya
   d. Seluruh kendala-kendala dapat dikoreksi sehingga selanjutnya bisa lebih baik.

5. Analisa

Dari hasil pengamatan data-data yang diperoleh dalam penelitian dan telah diuraikan diatas, Penulis mencoba menganalisa BMT Agam Madani nagari Kapau Kab. Agam dari sisi kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman.

a. Kekuatan

1) Dalam bidang bisnis yaitu kemampuan dalam melayani usaha kecil dan kecil kebawah.
2) Usaha BMT mulai masuk ke pedesaan
3) Telah berpengalaman dalam membiayai usaha kecil dan usaha kecil kebawah
4) Jaringan kerja yang terus berkembang sampe ke pelosok desa, baik sekolah-sekolah maupun masyarakat sekitar

b. Kelemahan

1) Selalu percaya dengan nasabah
2) BMT Agam Madani belum bekerjasaama dengan pihak Kemenag dalam produk tabungan haji.

c. Peluang

Masyarakan wilayah sekitar sudah banyak yang mengetahui keberadaan BMT Agam Madani Nagari Kapau:

Masyarakat wilayah sekitar sudah banyak yang mengetahui keberadaan BMT Agam Madani Nagari Kapau.

d. Ancaman

Banyaknya lembaga keuangan lain yang menawarkan realisasi produk pembiyaan lebih cepat.

6. Akad Tabungan Haji Terwujud (TAHAJUD)

Akad yang digunakan dalam produk tabunngan di BMT Agam Madani Nagari Kapau adalah akad *Mudharabah* yaitu perjanjian mengikat antara bank dengan nasabah tanpa batasan waktu tertentu kecuali disepakati lain oleh kedua belah pihak, untuk penitipan dana nasabah dalam bentuk tabungan di bank dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.[25]

Diantara produk Bank BMT Agam Madani Nagari Kapau yang menggunakan prinsip *mudharabah* ini adalah produk Tabungan Haji Terwujud (TAHAJUD). Tabungan Haji Terwujud (TAHAJUD) adalah rekening tabungan untuk tujuan perencanaan menunaikan ibadah haji dengan akad *mudharabah* diamana nasabah bebas untuk menentukan nominal setoran dan jangka waktu.

[25] Kebijakan & Prosedur Operasi BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam

Konsekuensi dari penggunaan prinsip *mudharabah* ini adalah sistem bagi hasil dari bank untuk nasabah.

Secara teknis pemakaian prinsip akad *mudharabah* ke dalam produk Tabungan Haji ini adalah sebagai instrumen penghimpunan dana dari masyarakat pada bank syariah telah diatur dalam Pasal 5 Peraturan Bank Indonesia No. 7/46/PBI/2005 tentang Akad Penghimpunan dan Penyaluran Dana bagi Bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Dalam kegiatan penghimpunan dana dalam bentuk tabungan atau deposito berdasarkan *mudharabah* berlaku persyaratan paling kurang sebagai berikut:

a. Bank bertindak sebagai pengelola dana dan nasabah bertindak sebagai pemilik dana.
b. Dana disetor penuh kepada bank dan dinyatakan dalam jumlah nominal.
c. Pembagian keuntungan dari pengelolaan dana investasi dinyatakan dalam bentuk nisbah.
d. Nasabah tidak boleh menarik dana diluar kesepakatan.
e. Bank sebagai *mudharib* menutup biaya operasional tebungan atau deposito dengan menggunakan nisabah keuntungan yang menjadi haknya.

f. Bank tidak boleh mengurangi bagian keuntungan nasabah tanpa persetujuan nasabah yang bersangkutan.

g. Bank tidak menjamin dana nasabah, kecuali diatur berbeda dalam perundang-undangan yang berlaku.[26]

7. Analisa Penulis

Menurut analisa penulis, strategi / upaya yang di lakukan oleh BMT Agam Madani Nagari Kapau sudah baik, tapi sebaiknya dalam melihat peluang yang ada dan tempat BMT yang strategis di dekat pasar, pihak marketing harus lebih meningkatkan lagi dalam memasarkan produk tabungan haji terwujud (TAHAJUD) itu sendiri kepada masyarakat sekitar, salah satu kegiatannya yaitu dengan melakukan kegiatan sosaialisasi rutin produk BMT Agam Madani Nagari Kapau, terutama di daerah Kapau.

[26] Peraturan Bank Indonesia No. 7/46/PBI/2005 tentang Akad Penghimpunan dan Penyaluran Dana

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah Penulis lakukan mengenai Upaya Meningkatkan jumlah nasabah Tabungan Haji Terwujud (TAHAJUD) pada BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran di BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam Madani Nagari Kapau

   Mengandalkan pola pemasaran dengan sistem jemput bola, melakukan promosi melalui brosur, melakukan sosialisasi secara langsung untuk promosi kepada nasabah, menentukan target baru atau sasaran baru

2. Upaya Peningkatan Jumla Nasabah di BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam

   Mengelola dana nasabah dengan penuh tanggung jawab dan amanah, mempertahankan hubungan baik kepada nasabah dan tetap mempertahankan pendekatan kepada calon nasabah yang belum closing, selalu bersilaturahmi kepada nasabah dan calon nasabah, struktur pimpinan juga harus ikut survey langsung ke lapangan.

B. SARAN

Berdasarkan pembahasan diatas, maka penulis ingin memberikan beberapa saran yang mungkin dapat dijadikan pertimbangan dan masukan bagi perkembangan Perbankan Syariah pada umumnya dan BMT Agam Madani Nagari Kapau pada khususnya, yaitu:

1. Lebih meningkatkan Strategi pemasaran, sehingga tujuan atau sasaran akan tercapai.
2. Upaya sosialisasi yang lebih intensif lagi terutama dalam meningkatkan pemahaman dan persepsi masyarakat terhadap produk dan sistem perbankan Syari'ah.
3. Membekali karyawan dengan diikutkan seminar-seminar tentang perbankan syari'ah sehingga memiliki SDM yang memiliki latar belakang disiplin keilmuan bidang perbankan syari'ah.
4. Sesegera mungkin bisa bekerjasama dengan Kemenag dalam produk tabungan haji agar bisa lansung mendaftarkan nasabah yang akan berangkat haji.
5. Berkaitan dalam hal promosi perlu adanya usaha-usaha lain yang dapat menarik calon nasabah baru, misalnya dengan pemasangan papan nama ditempat-tempat strategis, serta penayangan iklan di media elektronik serta media cetak agar dapat menarik perhatian dari masyarakat luas.

Daftar Pusataka

Sumar'in. 2012. *Konsep Kelembagaan Bank Syariah.*Yogyakarta:Graha Ilmu

Undang-Undang Lembaga Keuangan Mikro.2013 Jakarta:Sinar Grafika.

Laporan Nomatif Simpanan TAHAJUD BMT Agam Madani Nagari Kapau.

Debdikbud. 2002.*Kamus Besar Bahasa Indonesia.* Jakarta:Balai Pustaka.

http://www.duniapelajar.com/2014/08/08/pengertian-peningkatan-menurut-para-ahli

Komaruddin. Kamus Perbankan. Jakarta:CV Rajawali.

Sumber BMT Agam Madani Nagari Kapau.

Kartono Ahmad & Husna Sarmidi.2013*Ibadah Haji Peremuan (menurut ulama fiqih).* Jakarta:Siraja.

Subaianto Achmad.2016. *Menata Kembali Manjamen Haji Indonesa.* Jakarta:Yakamus.

Kasmir.2005. *Pemasaran Bank*.Jakarta:Kencana.

Yahya Rizal,dkk.2014. *Akutansi Perbankan Syariah.* Jakarta:Salemba.

Ascarya. 2011.*Akad dan Produk Bank Syariah.*Jakarta:Rajawali Pers.

http://www.bankjatim.co.id/id/syariah/produk -layanan/dana/tabungan-haji-amanah di akses 28 Maret 2019.

Nur, M Rianto.2012. *Dasar-Dasar Pemasran Bank Syarih.*Bandung:Alfabeta.

Abdillah & Tantri. 2012.*Manajemen Pemasaran.* Jakarta:PT. Raja Grafindo Pustaka.

Kasmir.2007. *Manajemen Perbankan.* Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada.

Imam, Sentot Wahjono.2013. *Manajemen Pemasaran Bank.* Yogyakarta:Graha Ilmu.

Andespa Roni. *Meningkatkan Pertumbuhan Nasabah Bank Syariah : Mendukung Pembiayaan Promosi, Pendidikan Dan Pelatihan.* IAIN Imam Bonjol Padang:Jurnal.

Wawancara dengan kepala operasional BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam

Kebijakan & Prosedur Operasi BMT Agam Madani Nagari Kapau Kab. Agam

Peraturan Bank Indonesia No. 7/46/PBI/2005 tentang Akad Penghimpunan dan Penyaluran Dana