

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Koperasi Syariah

1. Pengertian koperasi syariah

Menurut Undang-undang No 12 Tahun 1967 tentang pokok-pokok perkoperasian, koperasi indonesia adalah organisasi ekonomi rakyat berwatak sosial, beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi yang merupakan tata susunan ekonomi sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan.⁹ Selanjutnya berdasarkan Undang-undang yang telah diamandemenkan No.25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian yang menyatakan bahwa koperasi adalah badna usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi dan sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan.¹⁰

Koperasi sebagai salah satu lembaga keuangan yang memiliki fungsi menghimpun dana masyarakat serta menyalurkannya dalam menjalankan aktivitas ekonomi baik mikro maupun makro. Sehingga kegiatan ekonomi yang dijalankan pada koperasi harus sesuai dengan kaidah yang berlaku menurut islam serta tidak bertentangan dengan tujuan koperasi. Koperasi sebagai salah satu lembaga keuangan non

⁹ Undang-undang No.12 Tahun 1967 Tentang Pokok-pokok Koperasi.

¹⁰ Undang-undang No.25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian.

bank yang menggunakan prinsip syariah harus sesuai dengan konsep lembaga keuangan menurut Al Quran.

Berdasarkan keputusan menteri negara koperasi dan usaha kecil dan menengan republik indonesia No 91/Kep/IV/KUKM/IX/2004 tentang petunjuk pelaksanaan kegiatan usaha koperasi jasa keuangan syariah, menyatakan bahwa koperasi jasa keuangan syariah adalah koperasi yang kegiatan usahanya bergerak di bidang pembiayaan, investasi dan simpanan sesuai pola bagi hasil (syirkah).¹¹ Praktek usaha koperasi yang dikelola secara syariah telah tumbuh dan berkembang di masyarakat secara luas untuk memberdayakan ekonomi masyarakat. Sehingga kegiatan usaha yang dijalankannya seperti pembiayaan, investasi dan simpanan yang bagi hasil.

Seperti halnya dengan Koperasi Syariah Al Mawaddah dan Koperasi Serba Usaha Pantai Prigi Credit Union Unit Syariah yang tumbuh dan berkembang di Provinsi Jawa Timur dengan berlandaskan Syariah sehingga bisa membantu memberdayakan perekonomian dan membantu kesejahteraan masyarakat dengan pengelolaan keuangan yang sudah tertata dengan baik.

Landasan dasar dari koperasi syariah yang mana berfungsi sebagai lembaga keuangan islam yang mengacu pada ekonomi islam. Terdapat tiga landasan yang dipegang oleh koperasi syariah yaitu:¹²

¹¹ Ahmad Ilham Sholihin, *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syariah*. Hlm. 456.

¹² Nur S. Buchori, *Koperasi Syariah*, (Jakarta: Pustaka Afa Media, 2012) hlm. 8

- a. Koperasi syariah berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.
- b. Koperasi syariah berazaskan kekeluargaan.
- c. Koperasi syariah berlandaskan syariah Islam yaitu Al-Quran dan As-Sunah dengan saling tolong menolong dan saling menguatkan.

2. Prinsip dasar koperasi syariah

Prinsip dasar koperasi syariah memiliki dua prinsip yaitu berdasarkan prinsip ekonomi Islam dan prinsip syariah. Berikut adalah prinsip dasar yang digunakan oleh koperasi syariah, yaitu:¹³

- a. Koperasi syariah berdasarkan prinsip ekonomi Islam sebagai berikut:
 - 1) Kekayaan adalah amanah Allah SWT yang tidak dapat dimiliki oleh siapapun secara mutlak.
 - 2) Manusia diberi kebebasan dalam mu'amalah selama tidak melanggar ketentuan syaria'ah.
 - 3) Manusia merupakan wakil Allah dan pemakmur di bumi.
 - 4) Menjunjung tinggi keadilan serta menolak setiap bentuk ribawi dan pemusatan sumber dana ekonomi pada segelintir orang atau sekelompok orang saja.
- b. Koperasi syariah berdasarkan prinsip syariah Islam sebagai berikut:
 - 1) Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka.

¹³ *Ibid.*, hlm.9

- 2) Keputusan ditetapkan secara umum musyawarah dan dilaksanakan secara konsisten dan konsekuen.
- 3) Pengelolaan dilakukan secara transparan dan profesional.
- 4) Pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara adil, sesuai dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota.
- 5) Pemberian balas jasa modal dilakukan secara terbatas dan profesional menurut system bagi hasil.
- 6) Jujur, amanah dan mandiri.
- 7) Mengembangkan sumber daya manusia, sumber daya ekonomi dan sumber daya informasi secara optimal.
- 8) Menjalin dan menguatkan kerjasama diantara anggota, antar koperasi dan lembaga lainnya.

3. Fungsi dan peran koperasi syariah

Fungsi dan peran dari koperasi syariah yaitu sebagai berikut:

- a. Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan yang dimiliki oleh anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan sosial ekonomi.
- b. Berusaha mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional dengan menggunakan usaha bersama yang berlandaskan azas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.

- c. Memperkuat kualitas sumber daya insani anggota agar lebih amanah, profesional, konsisten dan konsekuen dalam menerapkan prinsip ekonomi islam dan prinsip syariah.
- d. Mampu mengembangkan dan memperluas jaringan kerja untuk mendapatkan kesempatan kerja.

4. Tujuan koperasi syariah

Tujuan dari koperasi syariah adalah meningkatkan kesejahteraan bagi anggotanya dan masyarakat pada umumnya serta membangun perekonomian yang adil sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, menciptakan persaudaraan dan keadilan sesama anggota dengan proses pendistribusian pendapatan dan kekayaan yang merata sesama anggota berdasarkan kontribusinya. Tujuan yang terakhir adalah kebebasan pribadi dalam kemaslahatan sosial yang didasarkan pada pengertian bahwa manusia diciptakan hanya untuk tunduk kepada Allah Swt.¹⁴

5. Karakteristik Koperasi Syariah

Berikut adalah beberapa karakteristik dari koperasi syariah, yaitu;

- a. Mengakui hak milik dari anggota terhadap modal usaha.
- b. Mengakui adanya hak bersama.
- c. Mengakui kebebasan dalam menjalankan usaha.
- d. Mengakui motif dalam mencari keuntungan.
- e. Tidak melakukan transaksi dengan menetapkan bunga yang pasti.
- f. Melakukan fungsi institusi ziswaf.

¹⁴ *Ibid.*, Hlm. 11

6. Nilai-nilai Koperasi Syariah

Nilai-nilai yang dimiliki oleh koperasi syariah adalah sebagai berikut:

- a. *Shiddiq* yaitu menerapkan kejujuran, akurasi dan akuntabilitas.
- b. *Istiqomah* yaitu menerapkan konsistensi, komitmen, dan loyalitas.
- c. *Tabligh* yaitu menerapkan transparan, kontrol, edukatif, dan komunikatif.
- d. *Amanah* yaitu menerapkan kepercayaan, integritas, kontrol, edukatif, dan kredibilitas.
- e. *Fhatonah* yaitu menerapkan etos kerja yang profesional, kompeten, kreatif, dan inovatif.
- f. *Ri'ayah* yaitu menerapkan semangat solidaritas, empati dan kepedulian tinggi.
- g. *Mas'uliyah* yaitu menerapkan responsibilitas yang besar.

B. Simpanan Mudharabah

Koperasi syariah sebagai lembaga keuangan yang dikelola dari, untuk dan oleh anggota harus memiliki komitmen dan integritas terhadap prinsip muamalah. Oleh karena itu, proses penghimpunan dana dari anggota harus mempertimbangkan dua hal yaitu asas dana yang sehat dan benar serta prosedur persejutan, dokumentasi, administrasi, dan pengawasan penghimpunan dana. Proses penghimpunan dana di koperasi syariah harus mengidentifikasi berbagai aliran sumber dana serta mengemas dengan produk yang ditawarkan. Penghimpunan dana di dalam koperasi memang beragam dengan menggunakan akad titipan (*wadi'ah*), investasi

(mudharabah mutlaqah dan muqayyadah) serta akad sosial (infak, sedekah, zakat, hibah).¹⁵

1. Pengertian Simpanan

Berdasarkan Undang-undang Nomor 10 tahun 1998 tentang Perbankan, yang dimaksud dengan simpanan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek atau bilyet giro dan alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Syarat dan ketentuan yang dimaksud adalah perjanjian yang berlangsung antara lembaga keuangan dengan penabung. Menurut Dewan Syariah Nasional tabungan yang berlaku adalah tabungan berdasarkan prinsip Wadiah dan Mudharabah.¹⁶

Simpanan adalah uang yang dititipkan atau diinvestasikan ke lembaga keuangan yang merupakan titipan murni dari satu pihak ke pihak lain baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penyimpan menghendakinya.¹⁷

Berdasarkan Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah pasal 1 angka 21, bahwa tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadiah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip

¹⁵Hermas Eka Saputri, *Analisis Produk Simpanan Ceria Pintar (Simpanan Pendidikan) dalam Meningkatkan Minat Menabung pada Anggota BMT Assyafi'iyah Sukoharjo Pringsewu*, Skripsi UIN Raden Intan Lampung 2017 Hal. 34

¹⁶Adimarwan A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007) Hal. 297

¹⁷Muhammad, *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2000) hlm. 7

syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang telah disepakati.¹⁸

Landasan hukum yang mengatur mengenai simpanan tertulis dalam fatwa Dewan Syariah Nasional No:02/DSN-MUI/IV/2000 tentang tabungan bahwa keperluan masyarakat dalam peningkatan kesejahteraan dan dalam penyimpanan kekayaan, pada masa kini, memerlukan jasa perbankan; dan salah satu produk perbankan di bidang penghimpunan dana dari masyarakat adalah tabungan, yaitu simpanan dana yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang telah disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

2. Jenis Simpanan

Berikut adalah jenis-jenis simpanan yang terdapat di dalam lembaga keuangan syariah;

a) Wadiah

Wadiah merupakan jasa penitipan dana yang mana penitip dana memberikan dananya kepada lembaga keuangan untuk disimpan serta penitip dapat mengambil dana tersebut sewaktu-waktu. Dana yang dititipkan ke lembaga keuangan boleh disalurkan atau tidak tergantung kesepakatan di awal sehingga ketentuan bonus atau imbalan tidak tercantum dalam kesepakatan.

¹⁸ Undang-undang No 21 Tentang Perbankan Syariah

b) Mudharabah

Mudharabah merupakan simpanan yang berdasarkan akad kerjasama dimana pemilik dana memberikan dananya kepada lembaga keuangan untuk disalurkan dalam bentuk pembiayaan serta dikelola dengan mendapatkan bagi hasil atau nisbah yang telah disepakati di awal.

3. Bentuk Simpanan

Bentuk simpanan yang terdapat di dalam lembaga keuangan syariah yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan. Berikut adalah beberapa bentuk simpanan yang tersedia pada lembaga keuangan syariah. Pertama, Simpanan Sukarela bersifat sebagai titipan dan dapat diambil kapan saja oleh pihak penyimpan. Pihak penerima simpanan tidak dapat menggunakan simpanan anggota itu, kecuali telah meminta izin dan dibuat surat pernyataan terlebih dahulu agar tidak terjadi permasalahan nantinya.

Kedua, Simpanan Berjangka/Deposito dengan akad Mudharabah adalah simpanan masyarakat di bank syariah yang pengeambilannya sesuai waktu yang telah ditetapkan oleh bank syariah. Variasi deposito mudharabah ini diklasifikasikan ke dalam deposito : 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan.¹⁹

4. Pengertian Mudharabah

¹⁹ Muhammad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin pada Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), hlm.7

Mudharabah didefinisikan sebagai suatu bentuk kemitraan dimana salah satu pihak menyediakan dana sedangkan pihak lainnya menyediakan keahlian atau tenaga. Menurut Trisadini Usanti dan Abd. Shomad, akad Al-Mudharabah merupakan: Akad kerja sama antara dua pihak dimana pihak pertama (shahibul maal) menyediakan seluruh modal dan pihak lain (mudharib) menjadi pengelolanya, keuntungan usaha dibagi dalam bentuk presentase (nisbah) sesuai kesepakatan. Apabila mengalami kerugian bukan akibat pengelola, maka kerugian ditanggung oleh pemilik modal dan begitu pula sebaliknya. Prinsip Mudharabah terdapat pemilik dana (Shahibul Maal) dan bank sebagai pengelola (Mudharib). Mudharabah merupakan akad atau kesepakatan antara dua pihak yang bekerja sama dalam usaha perdagangan dimana salah satu pihak memberikan dana kepada pengelola usaha serta keuntungan dari usaha dibagi sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati di awal.²⁰

Menurut Wiroso dalam bukunya, Tabungan mudharabah merupakan: Tabungan dengan akad mudharabah dimana pemilik dana (shahibul maal) mempercayakan dananya untuk dikelola bank (mudharib) dengan bagi hasil sesuai dengan nisbah yang disepakati sejak awal. Tabungan ini tidak dapat diambil sewaktu-waktu. Sesuai dengan prinsip yang digunakan, tabungan mudharabah merupakan “investasi” yang diharapkan akan menghasilkan keuntungan, oleh karena ini modal yang

²⁰ Veitzal Rivai dan Andria Permata Veitzal, *Islamic Financial Management*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008) hlm. 123

diserahkan kepada pengelola dana/ mudharib (bank) tidak boleh ditarik sebelum akad tersebut berakhir.²¹

Simpanan mudharabah adalah tabungan yang menggunakan akad mudharabah, dimana terdapat dua jenis akad mudharabah yang dapat digunakan yaitu mudharabah muqayyadah dan mudharabah mutlaqah. Terdapat perbedaan antara kedua jenis akad tersebut yaitu pada ada atau tidak syarat yang diberikan oleh pemilik dana kepada pengelola. Sehingga yang dimaksud simpanan mudharabah adalah jenis simpanan atau tabungan yang menggunakan akad kerjasama dengan proses pembagian nisbah bagi hasil sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan diawal perjanjian.

5. Jenis Mudharabah

Secara umum, mudharabah dibagi menjadi dua jenis yaitu mudharabah muqayyadah dan mudharabah mutlaqah.

a. Mudharabah muqayyadah

Mudharabah muqayyadah merupakan bentuk kerjasama antara shahibul maal dan mudharin dimana jenis usaha, waktu dan lokasi di batasi sesuai dengan kesepakatan shahibul maal. Sehingga setiap usaha yang dijalankan menggunakan dana tersebut harus sesuai dengan kesepakatan yang telah disetujui di awal.

b. Mudharabah mutlaqah

²¹ Wiroso, *Produk Perbankan Syariah...*, hal. 152

Mudharabah mutlaqah merupakan bentuk kerjasama antara shahibul maal dan mudharib, dimana tidak dibatasi mengenai cakupan spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah atau lokasi. Sehingga mudharib dapat menggunakan dana yang disimpan shahibul maal dengan lebih leluasa untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar sesuai dengan usaha yang ingin dijalankan.

6. Syarat dan rukun

Dalam transaksi dengan prinsip mudharabah harus dipenuhi rukun mudharabah yaitu:

- a. Shahibul maal / Rabulmal (pemilik dana / nasabah)
- b. Mudharib (pengelola dana/ pengusaha / bank)
- c. Maal (modal)
- d. Amal (Usaha / pekerjaan)
- e. Ijab Qabul
- f. Nisbah Keuntungan

sedangkan syarat dalam transaksi simpanan mudharabah adalah sebagai berikut:

- a. Shahibul maal dan mudharib harus memiliki kecakapan terhadap hukum serta memiliki kewenangan memberi kuasa dan menerima pemberian kuasa.²²

²² Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005) hlm. 103

- b. Ijab qabul harus dinyatakan dengan jelas oleh para pihak dalam mengadakan kontrak dengan memperhatikan penawaran dan permintaan yang tertulis.
- c. Modal yang diberikan oleh shahibul maal kepada mudharib harus diketahui jumlah dan jenisnya baik berupa uang atau barang yang dinilai. Modal tidak boleh berbentuk piutang yang harus dibayarkan mudharib baik bertahap maupun kontan.
- d. Keuntungan bagi hasil atau nisbah harus sesuai dengan kesepakatan, yang mana diperuntukan oleh kedua belah pihak dan dibagi sesuai proporsinya.
- e. Kegiatan usaha yang dilakukan tidak boleh terdapat campur tangan shahibul maal melainkan sebagai pengawas agar tidak menghalangi tercapainya tujuan mudharabah. Mudharib tidak boleh menyalahi rukun syariah islam dalam hal yang berhubungan dengan mudharabah.²³

C. Account Officer Funding

1. Pengertian Account Officer Funding

Account Officer merupakan orang yang memiliki peran dan tugas mencari nasabah untuk diberikan pembiayaan serta mencari nasabah yang menyimpan dana. Account Officer adalah petugas bank yang dalam melaksanakan pekerjaannya berusaha untuk menciptakan paket

²³ Muhammad, *Manajemen Keuangan Syariah: Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014) hlm. 240

produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.²⁴ Berbagai kriteria yang dimiliki oleh seorang Account Officer memang penting sebab memerlukan pendidikan yang memadai agar bisa mengetahui nasabah yang jelas dan benar. Account Officer juga memiliki tugas untuk melayani nasabah dengan lebih baik sebab bertugas sebagai jembatan antara lembaga keuangan dengan nasabah secara langsung. Oleh karenanya ketika sudah berinteraksi dengan nasabah harus mampu menjelaskan mengenai produk yang dimiliki oleh lembaga agar diketahui oleh nasabah secara detail.

Secara umum, Account Officer pada pemasaran jasa dilihat sebagai outcome dari kegiatan distribusi dan logistic yang memberikan pelayanan kepada anggota. Sehingga Account Officer personil diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan masyarakat dalam mengumpulkan dana dari masyarakat sebagai sumber dana bank dalam melakukan aktivitas usahanya.²⁵ Seorang pemasaran atau marketing dalam bidang lembaga keuangan merupakan kegiatan untuk mempromosikan barang atau jasa maupun produk di lembaga keuangan.

Jabatan yang terdapat dalam Lembaga keuangan memang beragam mulai dari cleaning service hingga pejabat atas. Setiap jabatan memiliki tugas yang berbeda beda sehingga perlu untuk menjalankan

²⁴Jusuf Jopie, *Panduan Dasar Untuk Account Officer*, (Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, Yogyakarta, 1997), hal. 20

²⁵Abdul Pauji, dkk, *Strategi pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Minat Nasabah di BPRS Amanah Ummah*, (Jurnal Ekonomi Islam vol. 6 no. 2) hal. 403

tugasnya masing-masing seperti Account Officer Funding yang mana melakukan kegiatan untuk mempromosikan produk dengan tujuan menarik dana atau menghimpun dana dari masyarakat atau dana pihak ketiga.

Account Officer adalah orang manajemen atau lembaga keuangan yang ditugaskan untuk membantu direksi untuk menangani tugas khusus yang berhubungan dengan bidang marketing dan pembiayaan. Sehingga Account Officer harus memiliki keterampilan khusus dan keahlian dalam bidang operasinal dan teknis serta mampu menguasai pengetahuan teoritis dari produk yang dimilikinya. Kemampuan bercakap harus dimiliki untuk mendorong kepercayaan dari nasabah dalam melakukan transaksi di lembaga keuangan tersebut. Selain itu, Account Officer merupakan *point of contact* antara bank dengan pihak customer, dimana account officer harus memelihara hubungan dengan nasabah dan wajib memonitor seluruh kegiatan nasabah secara terus-menerus.²⁶

2. Peran Account Officer Funding

Account officer memiliki peran ganda di dalam lembaga keuangan yang mana harus bekerja dibawah naungan lembaga serta harus menjaga hubungan dengan nasabah yang telah dilayaninya. Oleh karena itu seorang account officer harus mampu bekerja sesuai dengan target dari lembaga untuk mengoptimalkan keuangan serta harus

²⁶Veithzal Rivai, *Credit Manajemen Handbook* (Teori, Konsep, Prosedur, dan Aplikasi Panduan Praktik Mahasiswa, Bankir, dan Nasabah), Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2006. Hal. 293.

mampu menghadapi persaingan bisnis dengan lembaga keuangan lainnya.

Pada dasarnya peran seorang account officer adalah sebagai berikut:

a.) Mengelola account

Salah satu peran dari account officer adalah mampu mengelola account agar nasabah mendapatkan efisiensi dan optimalisasi dari transaksi yang dilakukannya serta bertanggung jawab penuh terhadap kondisi dari nasabah. Sehingga perlu sekali untuk memiliki seorang account officer yang berkualitas terbaik.

b.) Mengelola kredit

Seorang account officer harus mampu mengelola produk pembiayaan yang dimiliki oleh lembaga keuangan mulai dari evaluasi hingga pemberian serta pengembalian pinjaman oleh nasabah.

c.) Mengelola simpanan

Account officer harus mampu memasarkan produk simpanan yang digunakan sebagai produk unggulan lembaga untuk memberikan keuntungan bagi lembaga keuangan sehingga lebih optimal dalam menjalankan roda perekonomiannya.

d.) Mengelola produk

Selain itu, juga perlu yang namanya mengelola produk lain yang dimiliki oleh lembaga keuangan untuk tetap menjalankan transaksi keuangan yang dibutuhkan oleh nasabah dengan lebih efektif.

e.) Mengelola profitability

Setiap account officer berperan untuk memberikan keuntungan yang terbaik untuk lembaga keuangan yang dinaunginya serta memenuhi target yang telah ditetapkan oleh lembaga.

3. Karakteristik Account Officer Funding

Seorang Account Officer memiliki karakter yang dapat membantunya untuk melakukan tugas dan kewajibannya di dalam lembaga keuangan. Beberapa karakteristik Account Officer Funding yang terbaik untuk dimiliki setiap Account Officer.²⁷

a.) Karakteristik Personal

- 1) Intelegensia, baik dari sudut pandang akademis maupun dari sudut pandang praktis, seorang Account Officer harus mampu mengaplikasikan intelegensinya untuk memecahkan masalah.
- 2) Memiliki sifat ingin tahu, karakter yang ingin tahu tinggi dapat membantu seorang Account Officer untuk melakukan analisis dengan lebih detail dan lengkap.
- 3) Bertindak berdasarkan akal sehat, mampu bertindak dalam pengambilan keputusan berdasarkan akal sehat dan rasional.
- 4) Berorientasi pada hasil
- 5) Kemampuan untuk mendengarkan
- 6) Kemampuan untuk memecahkan masalah dan kemampuan analisis
- 7) Memiliki motivasi diri

²⁷Jusuf Jopie, *Panduan Dasar Untuk Account Officer...*, Hal. 21

- 8) Tegas dan percaya diri
- 9) Memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik, kemampuan mengatur waktu, kemampuan beradaptasi, kemampuan bernegosiasi.

b.) Karakteristik Teknis

- 2) Kemampuan untuk menganalisis laporan keuangan, ilmu ekonomi, pengetahuan tentang sumber informasi yang tersedia, pengetahuan tentang produk, marketing dan pembukuan.
- 3) Pemahaman akan suatu bisnis secara umum.
- 4) Mengenal berbagai aspek dari berbagai industri.

4. Tugas dan Tanggung Jawab Account Officer Funding

Seorang Account Officer Funding memiliki tugas dan tanggungjawab yang besar dalam mengembangkan koperasi agar lebih berkembang dengan baik dan dikenal oleh masyarakat secara luas. Tanggungjawab Account Officer Funding dalam menghimpun dana pihak ketiga atau masyarakat harus memenuhi atau mencapai target yang diberikan oleh koperasi. Pemberian target oleh koperasi dalam menghimpun dana (Funding) sebanyak banyaknya dari anggota dalam bentuk simpanan tabungan baik giro maupun deposito.

Selain itu, Account Officer Funding juga memiliki tanggungjawab untuk menjaga hubungan komunikasi yang baik dengan para anggotanya. Serta memiliki keahlian dalam menganalisa dari segi

kebutuhan anggota, memiliki kemampuan untuk menjalin jaringan atau networking agar lebih luas jaringannya dan target yang ditetapkan.

5. Fungsi Account Officer

Ketika sudah memiliki tugas pokok dan tanggungjawab yang diembannya untuk melakukan kegiatan sebagai seorang Account Officer Funding juga memiliki fungsi untuk mencapai target yang telah ditetapkan. Fungsi dari seorang Account Officer Funding adalah sebagai berikut,

- a.) Memperkenalkan, memasarkan serta mempromosikan produk yang dimiliki koperasi dengan memperluas jaringan dengan masyarakat secara luas agar semua orang mengenal produk tersebut.
- b.) Menghimpun dana pihak ketiga (funding) dengan mencari anggota atau calon anggota agar berminat menyimpan dananya di koperasi. Proses penghimpunan dana pihak ketiga bias berupa simpanan tabungan, simpanan giro maupun deposito.

D. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Pemasaran menjadi inti dari sebuah usaha untuk menjalankan transaksi. Menurut Kotler, Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran

timbang balik produk dan nilai dengan orang lain.²⁸ Selain itu, pemasaran juga bisa diartikan aktivitas penjualan suatu produk atau jasa yang dapat diterima atau dibeli oleh pembeli karena produk atau jasa tersebut bermanfaat bagi pembeli dan menguntungkan bagi penjualnya. Sehingga dalam aktivitas tersebut melibatkan dua unsur yaitu permintaan dan penawaran.

Dasar tersebut yang menjadi acuan terjadinya transaksi dalam kegiatan pemasaran.²⁹ Sesungguhnya pemasaran mewujudkan pertukaran potensial dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia, sehingga perlu perhatian lebih untuk terus mengikuti kebutuhan dan keinginan terbaru. Sebab konsumen selalu mencari kebutuhan yang terbaik dalam kehidupannya. Konsep pemasaran didasarkan pada pandangan yang berfokus pada kebutuhan dengan memadukan sistem kegiatan yang akan mempengaruhi konsumen dan menghasilkan keuntungan melalui kepuasan.

Strategi adalah langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan, dalam menerapkan strategi pemasaran tersebut perusahaan mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Strategi pemasaran adalah wujud rencana yang terarah di bidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang optimal. Strategi pemasaran memiliki dua faktor yang sangat penting, yaitu:

²⁸ Philip Kloter, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, (Indeks, Jakarta, 2007), hal.5

²⁹ Raisza Makis, *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Omzet Penjualan Mobil Merek Toyota Avanza di Showroom PT. Johar Megah Motor Makassar*, (makassar, 2001) hal. 5

- a.) Pasar yaitu suatu kelompok konsumen yang homogen dimana merupakan sasaran atau target perusahaan.
- b.) Bauran pemasaran yaitu variabel pemasaran yang dapat dikontrol dan digunakan untuk memperoleh hasil yang maksimal.

Strategi pemasaran memiliki aspek sosial baik individu maupun kelompok untuk memenuhi kebutuhannya. Banyak sekali keputusan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukan oleh konsumen seperti keputusan mengenai produk, pasar, harga dan promosi. Menurut American Marketing Association, strategi marketing adalah hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalimnya barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen.³⁰

2. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran yang dimaksud merupakan konsep yang menggambarkan bahwa kepuasan dari konsumen dengan memenuhi kebutuhannya untuk mendapatkan keuntungan. Pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat utama dalam ekonomi dan sosial dalam keberlangsungan perusahaan. Konsep pemasaran memiliki empat pilar yang harus diketahui, yaitu:

a.) Pasar sasaran

Mendefinisikan secara jelas target pasar yang ingin dituju, sebab tidak ada perusahaan yang dapat beroperasi di semua pasar dan memuaskan konsumen serta tidak ada yang dapat beroperasi

³⁰ Philip Kotler dan G. Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta, Erlangga, 1997) hal. 3

dengan baik dalam pangsa pasar yang luas. Sehingga perlu target pasar yang jelas untuk menyiapkan program pemasaran yang sesuai dengan keinginan.

b.) Kebutuhan pelanggan

Kebutuhan dari pelanggan harus diketahui terlebih dahulu, sebab setiap orang memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda. Memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan tidak selalu merupakan hal yang sederhana sebab pelanggan memiliki kebutuhan sendiri yang tidak mereka sadari atau tidak dapat diutarakan.

c.) Pemasaran terpadu

Pemasaran terpadu adalah kolaborasi dari berbagai elemen untuk mencapai tujuan dalam melayani kebutuhan pelanggan. Pemasaran terpadu memiliki dua tahap yaitu fungsi pemasaran yang harus bekerja sama dan koordinasi dengan bagian lain yang selaras.

d.) Profitabilitas

Tujuan dari konsep pemasaran adalah mencapai tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan dari menawarkan produk yang dimilikinya.

3. Bauran Pemasaran

Salah satu strategi mempertahankan dan merebut pangsa pasar yang seluas-luasnya ini dalam dunia pemasaran disebut dengan bauran

pemasaran.³¹ Ada empat komponen bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat dan promosi. Hal itu tergantung pada pimpinan dan manager dalam menggunakan bauran pemasaran untuk mengembangkan produk yang dimilikinya.

Bauran pemasaran (marketing mix) dalam perspektif syariah, yakni:³²

a.) Produk

Secara konseptual produk merupakan pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan dari konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas serta daya beli pasar.³³ Dalam penggunaan yang lebih luas produk dapat merujuk pada sebuah barang atau unit, sekelompok produk yang sama, sekelompok barang dan jasa atau sebuah pengelompokan industri untuk barang dan jasa.³⁴

Kotler mengemukakan bahwa definisi produk yaitu “*a product is anything that can be offered to a market to satisfy want or need*”. Maksud dari pendapat tersebut adalah konsumen dapat membelinya sebagai alat kepuasan dalam kebutuhan. Selain itu,

³¹ Agus Eko Sujianto dan Rokhmat Subagiyo, *Membangun Loyalitas Nasabah*, (IAIN Tulungagung Press, Tulungagung, 2014), hal.29

³² Hermawan Kertajaya dan M Syakir Sula, *Marketing Syariah*, (Gema Insani, Jakarta, 2008) hal, 54

³³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (ANDI, Yogyakarta, 1997) hal. 95

³⁴ Deliyanti Oentoro, *Manajemen Pemasaran Modern*, (LaksBang Press Indo, Yogyakarta, 2012) hal. 111

produk merupakan suatu sifat kompleks baik yang dapat diraba, maupun tidak dapat diraba, terutama bungkus, warna, harga, prestise perusahaan dan pengecer, pelayanan perusahaan dan pengecer, yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan atau kebutuhannya.³⁵

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada masyarakat untuk dilihat, dipegang, dibeli atau dikonsumsi. Produk terdiri dari *product variety, quality, design, feature, brand name, packaging, sizes, services, warranties, and returns*. Terdapat tiga hal yang perlu dipenuhi dalam menawarkan sebuah produk.³⁶

- 1.) Produk yang ditawarkan memiliki kejelasan barang, kejelasan ukuran/takaran, kejelasan komposisi, tidak rusak/kadaluarsa dan menggunakan bahan yang baik.
- 2.) Produk yang diperjualbelikan adalah produk yang halal.
- 3.) Dalam promosi maupun iklan tidak melakukan kebohongan.

Dalam merencanakan penawaran atau produk, perusahaan perlu memahami lima tingkatan produk, yaitu:

- 1.) Produk utama yaitu manfaat yang sebenarnya dibutuhkan atau akan dikonsumsi oleh pelanggan dari setiap produk.

³⁵ Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran*, (Remaja Karya, Bandung, 2005) hal. 94

³⁶ Agus Eko Sujianto, *Membangun Loyalitas Nasabah*, hal. 30

- 2.) Produk generik yaitu produk dasar yang mampu memenuhi fungsi produk yang paling dasar.
- 3.) Produk harapan yaitu produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisinya secara formal diharapkan dan disepakati untuk dibeli.
- 4.) Produk pelengkap yaitu berbagai atribut produk yang dilengkapi atau ditambahi berbagai manfaat dan layanan sehingga dapat memberikan tambahan kepuasan dan dapat dibedakan dengan produk pesaing.
- 5.) Produk potensial yaitu segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk suatu produk dimasa mendatang.

b.) Harga

Harga merupakan salah satu bauran pemasaran yang dapat memberikan pendapatan bagi perusahaan. Dalam penentuan harga, islam memandang bahwa harga haruslah disesuaikan dengan kondisi barang yang dijual. Harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan dan digunakan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi produk dan pelayanannya. Harga menggambarkan besarnya rupiah yang harus dikeluarkan seorang konsumen untuk memperoleh satu buah produk dan hendaknya harga akan dapat dijangkau oleh konsumen.³⁷

³⁷ Muhammad Jaiz, *Dasar-dasar Periklanan*, (Graha Ilmu, Yogyakarta, 2014) hal. 40

Harga yaitu sejumlah uang yang konsumen bayar untuk membeli produk atau mengganti hak miliki produk. Harga meliputi *last price, discount, allowance, payment period, credit terms, and retail price*. Tujuan penentuan harga sangat berdampak pada keberlangsungan perusahaan kedepannya. Tujuan ditetapkannya harga pada sebuah produk adalah untuk mencapai hal-hal sebagai berikut.³⁸

- 1.) Mendapatkan posisi pasar.
- 2.) Mencapai kinerja keuangan.
- 3.) Penentuan posisi produk.
- 4.) Mempengaruhi persaingan.

c.) Tempat

Tempat merupakan saluran distribusi yaitu serangkaian yang saling terhubung dalam proses pembentukan produk atas jasa yang siap untuk digunakan konsumen. Lokasi berarti tempat dimana perusahaan harus melakukan operasi. Lokasi maupun saluran distribusi sangat bergantung pada kriteria pasar dan sifat dari jasa. Pendistribusian dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Ketika melakukan pendistribusian barang atau jasa harus mengikuti 3C yaitu *Channel control, Market Coverage, and*

³⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, hal. 152

Cost. Hal yang perlu dipertimbangkan adalah pasar, produk, perantara dan perusahaan.³⁹ Terdapat tiga jenis interaksi yang mempengaruhi distribusi yaitu:

- 1.) Konsumen mendatangi pemberi jasa.
- 2.) Pemberi jasa mendatangi konsumen.
- 3.) Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung.

Penentuan lokasi bagi industri keuangan lebih ditekankan kepada lokasi cabang. Penentuan lokasi cabang dilakukan untuk memudahkan nasabah menjangkau setiap lokasi yang ada, demikian pula dengan sarana dan prasarana yang diberikan harus nyaman dan aman.

d.) Promosi

Promosi dalam sebuah lembaga keuangan bertujuan untuk menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk, serta mengingatkan tentang jasa perusahaan keuangan dan bauran pemasaran. Promosi yaitu kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan produk pada pasar sasaran.

Tujuan dari promosi adalah untuk mengenalkan produk yang dipasarkan. Dalam praktiknya dapat dilakukan dengan dasar sebagai berikut:

- 1.) Membujuk atau persuasi

³⁹ *Ibid*, hal 189

2.) Memberitahu atau informasi

3.) Mengingat

Variabel promosi meliputi antara lain:

- 1.) Advertising yaitu semua bentuk presentasi nonpersonal dan promosi ide, barang atau jasa oleh sponsor yang ditunjuk dengan mendapat bayaran.
- 2.) Sales promotion yaitu insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau pembelian produk dan jasa.
- 3.) Public relations and publicity yaitu berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan dan atau melindungi citra perusahaan atau produk individual yang dihasilkan.
- 4.) Personal selling yaitu interaksi langsung antara satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan melakukan penjualan.
- 5.) Direct marketing, yaitu melakukan komunikasi pemasaran secara langsung untuk mendapatkan respon dari pelanggan dan calon tertentu yang dapat dilakukan dengan menggunakan surat, telepon dan alat penghubung nonpersonal lainnya.

E. Penelitian Terdahulu

Dalam studi literatur ini, peneliti mencantumkan beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain sebagai bahan referensi untuk mengumpulkan dan mengembangkan materi yang terdapat di dalam penelitian.

Pertama, penelitian Nasrullah⁴⁰ bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh funding officer dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah terhadap minat nasabah. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dimana hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa peran dan pengaruh cukup tinggi dari officer funding dalam meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan produk pembiayaan murabahah pada koperasi serba usaha ubasyada ciputat. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti mengenai peran funding officer. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini adalah obyek yang di teliti dengan fokus pada minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah.

Kedua, penelitian Anggraini⁴¹ bertujuan untuk mengetahui aktivitas account officer funding PT. BPRS Ummu Bangil dalam kegiatan funding di Pasar Bangil. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dimana hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa peran dari account officer funding dalam meningkatkan loyalitas nasabah dengan melakukan kegiatan layanan jemput tabungan secara langsung kepada nasabah di pasar bangil untuk mempermudah nasabah dalam kegiatan setor dan penarikan tabungan. Perbedaan dari penelitian ini adalah obyek penelitiannya berfokus terhadap meningkatkan loyalitas

⁴⁰ Nasrullah, *“Pengaruh Funding Officer terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah pada Koperasi Serba Usaha Ubasyada Ciputat”* (Skripsi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2013)

⁴¹ Nofi Anggraini, *“Peran Account Officer Funding Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Untuk Menabung Di PT. BPRS UMMU Bangil”* (Oeconomicus Journal Of Economic, VI. 1 No.2, Surabaya, 2017)

nasabah serta lokasi penelitian pada BPRS, sedangkan untuk persamaannya adalah sama-sama meneliti mengenai peran dari account officer funding.

Ketiga, penelitian Utomo⁴² bertujuan untuk mengetahui strategi marketing funding BMT Tumang cabang Gading dalam meningkatkan perhimpunan dana serta dampak strategi pemasaran dalam meningkatkan minat nasabah di BMT Tumang cabang Gading. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan hasil penelitian strategi yang diterapkan sesuai dengan dasar pokok hukum islam yang mampu mencapai target pemasaran. Persamaan dari penelitian tersebut adalah meneliti mengenai strategi yang dilakukan untuk meningkatkan omset pendapatan dari produk funding. Perbedaan dari penelitian tersebut adalah membahas mengenai seluruh produk funding yang dimiliki oleh koperasi syariah.

Keempat, penelitian dari Arifani⁴³ bertujuan untuk mengetahui peran funding officer dalam BMT. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan hasil penelitian bahwa pemaparan mengenai funding officer menangani pembiayaan serta menganalisis untuk merealisasikan pembiayaan yang diajukan. Persamaan dari penelitian tersebut adalah peran officer funding sebagai topik pembahasan utama,

⁴² U'ut utomo, *Analisis Penerapan Strategi Marketing Funding pada KSPPS BMT Tumang Cabang Solo*, (Skripsi IAIN Surakarta, Surakarta, 2017)

⁴³ Willy Ana Arifani, *Peran Account Officer dalam Manajemen Pembiayaan BMT Mentari Ngunut Tulungagung*, (skripsi IAIN Tulungagung, Tulungagung, 2015)

sedangkan perbedaannya dalam penelitian adalah membahas mengenai obyek penelitian yang masih luas dalam produk BMT.

Kelima, penelitian Rokhmawati⁴⁴ bertujuan untuk mengetahui apakah anggota sudah puas terhadap layanan sistem jemput bola yang diberikan oleh AO di KSPPS AULIA Magelang. Metode dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan hasil penelitian bahwa sistem jemput bola memberikan kepuasan pelayanan terhadap anggota. Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas mengenai marketing account officer antara funding dan financing, sedangkan perbedaannya penelitian ini membahas mengenai kepuasan anggota dalam sistem jemput bola yang dilakukan account officer.

Keenam, penelitian setyowati⁴⁵ bertujuan mengetahui strategi marketing funding officer dalam meningkatkan simpanan tabungan simpedes pada tahun 2014-2016. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kualitatif dengan hasil penelitian bahwa peran funding officer mampu meningkatkan simpanan tabungan simpedes dalam kurun waktu 2014-2016 menggunakan strategi marketing seperti promosi, promo dan pemberian hadiah. Persamaan dalam penelitian ini adalah strategi marketing yang dilakukan oleh funding officer dalam meningkatkan produk simpanan. Perbedaannya adalah pada obyek penelitian di bank umum dan koperasi syariah.

⁴⁴ Karnita Rokhmawati, *Pelayanan Account Officer (AO) dalam sistem jemput bola untuk terciptanya kepuasan anggota KSPPS Amanah Usaha Mulia (AULIA) Magelang*, (Skripsi UIN Walisongo, Semarang, 2019)

⁴⁵ Dewi Setyowati, *Evaluasi funding officer dalam meningkatkan simpanan tabungan simpedes pada BRI cabang muntilan*, (Artikel Universitas Tidar, 2017)

Ketujuh, penelitian Nursilamiah dan prasetyowati⁴⁶ bertujuan mengetahui prosedur kerja funding officer dalam pelayanan jemput antar tabungan pada BPRS Amanah Ummah. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan hasil penelitian layanan jemput antar tabungan menjadi solusi terbaik di tengah persaingan antar bank sehingga prosedur layanan tersebut funding officer mendatangi nasabah dengan menyiapkan dokumen pembukaan rekening dengan tahap selanjutnya pembayaran tabungan secara rutin yang akan di ambil oleh pihak funding officer secara terus menerus. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai peran funding officer dalam mencari anggota baru untuk menggunakan produk simpanan tabungan. Perbedaannya pada obyek penelitian yang mana koperasi syariah dengan BPRS serta jenis simpanan yang digunakan.

Tabel 2.1 penelitian terdahulu

No.	Nama Peneliti	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Nasrullah	Untuk mengetahui bagaimana pengaruh funding officer dalam	Penelitian Kualitatif Deskriptif	Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti mengenai peran	Perbedaannya obyek yang diteliti dengan fokus pada minat nasabah dalam menggunakan

⁴⁶ Mita Nurislamia dan Riris Aishah Prasetyowati, *Prosedur layanan antar jemput tabungan sebagai tugas funding officer pada PT. BPR syariah amanah ummah*, (jurnal Universitas Ibn Khaldun Bogor)

		menggunakan produk pembiayaan murabahah terhadap minat nasabah.		funding officer.	produk pembiayaan murabahah.
2	Nofi Anggraini	Untuk mengetahui aktivitas account officer funding PT. BPRS Ummu Bangil dalam kegiatan funding di Pasar Bangil.	Penelitian kualitatif	Persamaannya adalah sama-sama meneliti mengenai peran dari account officer funding.	Perbedaan dari penelitian ini adalah obyek penelitiannya yang berfokus terhadap meningkatkan loyalitas nasabah serta lokasi penelitian pada BPRS.
3	U'ut Utomo	Untuk mengetahui strategi marketing funding BMT Tumang cabang Gading	Penelitian kualitatif	Persamaan dari penelitian tersebut adalah meneliti mengenai strategi yang dilakukan untuk	Perbedaan dari penelitian tersebut adalah membahas mengenai seluruh produk funding yang dimiliki oleh koperasi syariah.

		dalam meningkatkan perhimpunan dana serta dampak strategi pemasaran dalam meningkatkan minat nasabah di BMT Tumang cabang Gading.		meningkatkan omset pendapatan dari produk funding.	
4	Willy Ana Arifani	Untuk mengetahui peran funding officer dalam Baitul Mal Tamlik.	Penelitian kualitatif deskriptif.	Persamaan dari penelitian tersebut adalah peran officer funding sebagai topik pembahasan utama.	Perbedaan dalam penelitian adalah membahas mengenai obyek penelitian yang masih luas dalam produk BMT.
5	Karnika Rokhmawati	Untuk mengetahui apakah	Penelitian kualitatif	Persamaan dengan penelitian ini	Perbedaan penelitian ini membahas

		anggota sudah puas terhadap layanan sistem jemput bola yang diberikan oleh AO di KSPPS AULIA Magelang.		adalah membahas mengenai marketing account officer antara funding dan financing.	mengenai kepuasan anggota dalam sistem jemput bola yang dilakukan account officer.
6	Dewi Setyowati	Mengetahui strategi marketing funding officer dalam meningkatkan simpanan tabungan simpedes pada tahun 2014-2016.	Penelitian kualitatif	Persamaan dalam penelitian ini adalah strategi marketing yang dilakukan oleh funding officer dalam meningkatkan produk simpanan.	Perbedaannya adalah pada obyek penelitian di bank umum dan koperasi syariah.
7	Mita Nurislamiah dan Riris Aishah Prasetyowa	Mengetahui prosedur kerja funding officer dalam pelayanan	Penelitian kualitatif deskriptif	Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas	Perbedaannya pada obyek penelitian yang mana koperasi syariah dengan

	ti	jemput antar tabungan pada BPRS Amanah Ummah.		mengenai peran funding officer dalam mencari anggota baru untuk menggunakan produk simpanan tabungan.	BPRS serta jenis simpanan yang digunakan.
--	----	---	--	---	---

F. Kerangka Konseptual

Penelitian ini meneliti tentang peran account officer funding dalam mengembangkan produk simpanan mudharabah pada koperasi syariah al mawaddah dan koperasi serba usaha pantai prigi credit union.

