

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Sejarah Berdirinya BMT UMY Kantor Pusat.**

Berawal dari sebuah pemikiran akan pentingnya menumbuhkan pemahaman yang baik terhadap praktik keuangan syariah yang merupakan model pengelolaan ekonomi sesuai dengan tuntunan Agama Islam, serta melaksanakan amanah Muktamar Muhammadiyah ke 46 yang bertepatan dengan peringatan Satu Abad Persyerikatan Muhammadiyah, maka Universitas Muhammadiyah Yogyakarta berinisiatif untuk mendirikan sebuah lembaga keuangan syariah nonperbankan, lembaga tersebut diberi nama *Baitul Maal Wa Tamwil* Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atau yang lebih dikenal oleh masyarakat dengan sebutan BMT UMY.

BMTUMY memulai aktifitasnya sejak dilakukan *soft launching* pada awal bulan Februari tahun 2011 dalam forum orasi budaya oleh Prof. Dr. B.J Habibie yang diselenggarakan di Sportorium Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, setelah menempati kantor yang *representative* di Gedung A.R Fakhruddin B pada bulan April tahun 2011 maka dilakukan peresmian BMT UMY oleh Bapak Jusuf Kalla pada tanggal 16 Mei tahun 2011. Acara tersebut dihadiri oleh beberapa tamu undangan, antara lain kepala Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Daerah Istimewa Yogyakarta, Bupati Sleman, Walikota Yogyakarta,

Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta, para pengelola BMT di Daerah Istimewa Yogyakarta serta tamu undangan lainnya.

BMT UMY dikelola oleh sumberdaya insani yang memiliki kemampuan dan keterampilan yang sangat baik pada bidang lembaga keuangan Mikro syariah, serta didukung oleh jajaran pengawas, dewan pengawas manajemen serta dewan pengawas syariah yang memiliki kemampuan manajerial dan pengetahuan tentang syariah yang telah diakui kemampuannya pada bidang tersebut. Hal tersebut sesuai dengan *tagline* yang diusung oleh BMT UMY yaitu “Cakap & Terpercaya”. Saat ini BMT UMY telah memiliki tiga kantor, yang terdiri dari dua kantor cabang dan satu kantor pusat. Kantor cabang pertama berlokasi pada kampus terpadu universitas muhammadiyah Yogyakarta, terletak pada gedung AR. Fachrudin B lantai dasar dan kantor cabang kedua terletak di jalan Dr Wahidin Sudirohusodo, RT 13/RW 05 Dukuh Sendangadi, Mlati, Sleman, Yogyakarta. Adapun pusat BMT UMY terletak di jalan Ibu Ruswo Nomor 41, Yudonegaran, Gondomanan, kota Yogyakarta yang merupakan subjek dari penelitian ini.

#### **B. Visi dan Misi BMT UMY Kantor Pusat.**

Setiap perusahaan tentu memiliki visi dan misi, karena hal tersebut merupakan ideologi yang mencerminkan lembaga tersebut.

##### **1. Visi BMT UMY Kantor Pusat.**

Visi dari BMT UMY kantor Pusat adalah menjadi *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) yang unggul pada bidang jasa keuangan syariah.

## 2. Misi BMT UMY Kantor Pusat.

- a. Secara sistematis dan berkesinambungan melakukan penyempurnaan dalam pengelolaan produk untuk mencapai pelayanan yang berkualitas dan bernilai syariah.
- b. Mengembangkan Sumber Daya Insani (SDI) yang berkualitas dengan etos kerja dan integritas tinggi, disiplin, dinamis serta didukung dengan penguasaan teknologi informasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
- c. Melaksanakan bisnis dengan pendampingan serta pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) berbasis komunitas untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas usaha.

### C. Nilai-nilai BMT UMY Kantor Pusat.

BMT UMY kantor pusat menjunjung tinggi nilai-nilai yang diimplementasikan dalam bentuk amanah dan tanggung jawab, kebersamaan, kejujuran, kedisiplinan, keadilan, tulus Ikhlas, mawas diri, kepedulian dan profesionalitas.

### D. Produk dan Layanan BMT UMY Kantor Pusat.

Tidak jauh berbeda dengan lembaga keuangan pada umumnya, kegiatan utama dari BMT UMY kantor pusat adalah menghimpun dana dari masyarakat yang berkelebihan harta serta menyalurkannya kepada masyarakat yang mengalami kekurangan. Menurut (Ahmad Sumiyanto.2008:109) penghimpunan dana harus dilakukan dengan perencanaan yang matang, karena penghimpunan

dana membutuhkan upaya yang serius, sistematis dan berorientasi hasil sehingga dana yang disalurkan sebagai pembiayaan dapat tercapai. Artinya, secara umum dalam kondisi normal SHU KJKS BMT akan meningkat seiring peningkatan pembiayaan yang diberikan. Sedangkan dana yang disalurkan sebagai pembiayaan, besar nominalnya amat sangat tergantung oleh penghimpunan dana yang dilakukan. Adapun produk penghimpun dana yang diterapkan oleh BMT UMY kantor pusat adalah sebagai berikut:

1. Tabungan (*Saving Deposit*).

Tabungan merupakan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Jika hendak mengambil simpanannya maka nasabah dapat langsung datang ke bank dengan membawa buku tabungan, slip penarikan atau melalui fasilitas lainnya seperti ATM. Pengertian ini didasarkan pada Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang menyebutkan bahwa “Tabungan adalah simpanan yang berdasarkan akad *wadiah* atau investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan/atau alat lainnya yang dipersamakan. (Khotibul Umam. 2016:88).

Menurut (Ismail.2010:67) tabungan atau *saving deposit* merupakan jenis simpanan populer di lapisan masyarakat Indonesia mulai dari masyarakat kota sampai dengan pedesaan, karena sejak sekolah dasar siswa-siswi atau murid sekolah telah dikenalkan dengan istilah tabungan. Dapat dikatakan secara tidak langsung pihak sekolah telah memperkenalkan kepada anak-anak untuk berhemat dan menabung, meskipun tabungan tersebut sifatnya berbeda dengan yang diterapkan oleh lembaga perbankan. Seiring waktu masyarakat membutuhkan lembaga perbankan sebagai tempat penyimpanan harta karena faktor keamanan. Pada praktiknya, secara umum terdapat dua prinsip perjanjian Islam (*akad*) yang diimplementasikan oleh BMT UMY kantor pusat pada produk tabungan (*saving deposit*), yaitu prinsip akad *wadiah* dan *mudharabah*. Adapun jenis-jenis ataupun macam-macam produk tabungan dari BMT UMY kantor pusat adalah sebagai berikut:

a. Simpanan *Mudharabah*.

Menurut (Antonio Syaf'i.2001:95) *mudharabah* berasal dari kata *dharb* yang memiliki arti memukul atau berjalan. Pengertian memukul atau berjalan lebih tepatnya adalah proses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usaha. Secara teknis *mudharabah* adalah akad kerja sama usaha antara dua belah pihak, yang mana pihak pertama selaku (*shahibul maal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Hasil keuntungan dari usaha ataupun proyek tersebut dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam

kontrak, apabila yang terjadi adalah sebaliknya, maka kerugian ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian tersebut bukan karena kelalaian pengelola, jika kerugian tersebut dikarenakan kelalaian dari pengelola, maka ia yang harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.

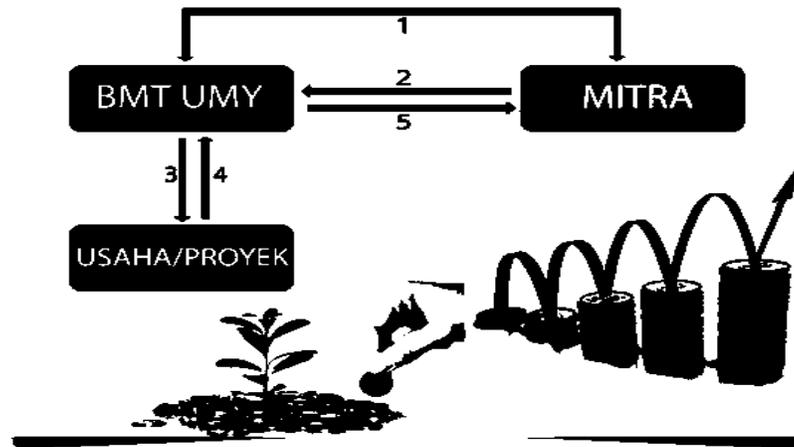
Menurut (Ahmad Sumiyanto.2008:113) aplikasi prinsip *mudharabah* dalam kerangka penghimpun dana adalah penyimpan dana bertindak sebagai *shahibul maal* dan lembaga keuangan Syariah seperti BMT bertindak sebagai *mudharib*, kemudian dana tersebut digunakan oleh BMT untuk pembiayaan baik berupa akad jual beli (*murabahah*) ataupun perkongsian (*sirkah*). Dalam akad *mudharabah* kepercayaan merupakan hal yang paling mendasar dan utama, sehingga dalam kerangka pengelolaan dana oleh *mudharib*, *shahibul maal* tidak diperkenankan melakukan intervensi dalam bentuk apapun selain melakukan pengawasan atau *controlling* untuk menghindari pemanfaatan dana di luar rencana yang telah disepakati.

Menurut (Antonio Syafi'i.2001:97) secara umum akad *mudharabah* terbagi menjadi dua jenis, yaitu *mudharabah muthlaqah* dan *mudharabah muqayyadah*, Maksud dari *mudharabah muthlaqah* adalah bentuk kerja sama antara *shahibul maal* dan *mudharib* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah bisnis. Pada pembahasan ulama fiqih seringkali dicontohkan dengan ungkapan lakukanlah sesukamu atau dalam bahasa arab yang berbunyi *if'al*

*ma syi'ta*. Adapun *mudharabah muqayyadah* dapat disebut juga dengan istilah *restricted mudharabah* atau *specified mudharabah*, akad ini merupakan kebalikan dari akan *mudharabah muthlaqah*, *mudharib* dibatasi dengan batasan jenis usaha, waktu ataupun tempat usaha, adanya pembatasan ini seringkali mencerminkan kecenderungan umum *shahibul maal* dalam memasuki jenis dunia usaha. Praktiknya dilapangan, mitra (*shahibul maal*) melakukan akad investasi *mudharabah mutlaqoh* dengan pihak BMT UMY kantor pusat dan kemudian menyerahkan dana yang hendak diinvestasikan. Kemudian BMT UMY kantor pusat mengelola dana investasi tersebut dalam bentuk usaha atau proyek jual beli barang dan jasa, baik secara kredit maupun kerjasama usaha dengan mitra lain, dari kegiatan tersebut BMT UMY kantor pusat mendapatkan hasil ataupun keuntungan, dan keuntungan tersebut dibagi kepada mitra (*shahibul maal*) dengan besaran *nisbah* yang telah disepakati bersama. Agar lebih mudah dipahami maka akan ditampilkan dalam bentuk skema ilustrasi gambar.

#### **Gambar 4.1**

#### **Ilustrasi Skema Simpanan *Mudharabah*.**



Sumber: [www.bmtumy.com/simpanan/](http://www.bmtumy.com/simpanan/) diakses pada tanggal 1 Mei 2018

Keterangan :

- 1) Mitra melakukan akad investasi *Mudharabah Mutlaqah* dengan BMT UMY kantor pusat.
- 2) Mitra menyetorkan dana investasi kepada BMT UMY kantor pusat.
- 3) BMT UMY kantor pusat mengelola dana investasi tersebut dalam bentuk usaha atau proyek jual beli barang dan jasa, baik dalam bentuk kredit maupun kerjasama usaha dengan mitra.
- 4) BMT UMY kantor pusat mendapat hasil berupa keuntungan dari kegiatan usaha atau proyek.
- 5) BMT UMY kantor pusat membagikan keuntungan dari hasil usaha atau proyek tersebut berdasarkan nisbah yang telah disepakati kepada mitra.

b. Simpanan *Wadiah*.

Menurut (Ahmad Sumiyanto.2008:110) akad *wadiah* dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak pada pihak lainnya baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja saat penitip menghendakinya. Prinsip dasar *wadiah* menyebutkan bahwa seorang penitip wajib membayar seluruh biaya yang dikeluarkan pihak yang dititipi untuk keperluan pemeliharaan barang tersebut, di samping imbalan jasa dalam jumlah yang pantas sesuai kadar kepatuhan atau berdasarkan kesepakatan antara kedua belah pihak pada waktu perjanjian *wadiah* dibuat, maka dapat dipahami bahwa BMT diperbolehkan memungut biaya administrasi dari anggota yang menitipkan hartanya atau dana di BMT, sebagai imbalan jasa yang telah diberikan BMT dalam memelihara keamanan harta tersebut. Adapun besarnya biaya ditentukan berdasarkan parameter yang wajar dalam dunia ekonomi.

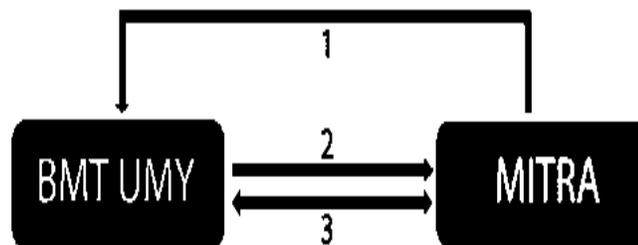
Menurut (Ahmad Sumiyanto.2008:111) akad *wadiah* terbagi menjadi *wadiah yad amanah* dan *wadiah yad dhamanah*. Adapun yang dimaksud dengan *Wadiah yad amanah* adalah akad penitipan barang atau harta dalam bentuk uang, akan tetapi pihak BMT tidak memiliki hak untuk mendayagunakan titipan tersebut. Atas pengembangan produk tersebut, maka BMT diperbolehkan untuk mensyaratkan adanya upah jasa atau *fee* kepada penitip (*muwaddi'*) sebagai bentuk imbalan pengamanan, pemeliharaan dan administrasi. Adapun besaran upah jasa tersebut sangat

bergantung pada jenis barang dan waktu lamanya penitipan, pada dunia perbankan prinsip seperti ini dikenal dengan istilah jasa kotak penyimpanan atau *safe-deposit box*. Namun pada BMT hal tersebut belum berlaku, mengingat kapasitas BMT yang masih relatif kecil.

Menurut (Ahmad Sumiyanto.20081:12) akad *wadiah yad dhamanah* merupakan penyerahan dana atas seizin penitip dan BMT dapat mengelolanya untuk tujuan komersial, sehingga bila diperoleh keuntungan dari aktifitas tersebut selanjutnya BMT dapat memberikan *hibah* atau bonus yang besarnya tidak boleh ditetapkan di muka dengan kalkulasi angka-angka rupiah atau persentase atas nilai pokok dari dana *wadiah*. Namun jika mengalami kerugian dari aktifitas tersebut, maka BMT yang menanggung kerugian tersebut sehingga *wadiah* ini lazimnya dikenal dalam istilah *fiqh* dengan sebutan titipan dengan resiko ganti rugi. Menurut (Khotibul Umam.2016:93) hal tersebut juga sejalan dengan Surat Edaran Bank Indonesia terkait teknis akad *wadiah* dan *mudharah*, disebutkan bahwa produk tabungan *wadiah* didasarkan pada akad *wadiah yad dhamanah* sehingga bank selaku pihak yang menerima titipan dana diperbolehkan memproduktifkannya. Pada praktiknya dilapangan, BMT UMY kantor pusat melakukan akad *wadiah yad dhamanah* dengan mitra atau nasabah, kemudian mitra menitipkan dananya dan mengizinkan dana tersebut dimanfaatkan oleh BMT UMY kantor pusat dan selanjutnya BMT UMY kantor pusat menjamin pengembalian dana mitra apabila

dana tersebut akan ditarik sewaktu-waktu. Adapun untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam gambar skema ilustrasi di bawah ini.

**Gambar 4.2**  
**Skema Tabungan *Wadiah***



Sumber: [www.bmtumy.com/simpanan/](http://www.bmtumy.com/simpanan/) diakses pada tanggal 1 Mei 2018

Keterangan:

- 1) Mitra melakukan kesepakatan akad *wadiah yad dhamanah* dengan BMT UMY kantor pusat.
- 2) Mitra menitipkan dananya pada BMT UMY kantor pusat dan mengizinkan dananya untuk dimanfaatkan.
- 3) BMT UMY kantor pusat menjamin pengembalian dana mitra apabila dana tersebut akan ditarik sewaktu-waktu oleh mitra.

c. Simpanan *Amanah*.

Merupakan simpanan yang menggunakan akad *wadiah yad dhamanah*, mitra sebagai penitip dana memberikan izin kepada BMT UMY kantor pusat untuk memanfaatkan dana tersebut dengan catatan dapat ditarik atau diambil sewaktu-waktu. Karena simpanan atau tabungan ini menggunakan akad *wadiah yad dhaman* maka BMT UMY kantor pusat tidak menjanjikan bonus atau imbalan kepada mitra, akan tetapi menjamin pengembalian dana yang telah dititipkan tersebut. Mitra atau nasabah dibebankan biaya administrasi untuk pemeliharaan sistem sebesar seribu rupiah (Rp 1000) setiap bulannya dan untuk setoran awal minimal sepuluh ribu rupiah (Rp 10.000).

d. Simpanan *Barokah*.

Simpanan barokah merupakan tanungan yang menggunakan akad *mudharabah mutlaqah*. Yaitu akad *mudharabah* yang tidak memberikan batasan bagi BMT UMY kantor pusat sebagai (*mudharib*) dalam menggunakan dana yang diserahkan oleh mitra (*shahibul maal*). Berbeda dengan simpanan *amanah*, simpanan *barokah* setoran dapat dilakukan sewaktu-waktu, namun penarikan hanya dapat dilakukan setelah melewati periode tutup buku, setoran awal simpanan barokah minimal sepuluh ribu rupiah (Rp 10.000), dan BMT UMY kantor pusat memberikan nisbah bagi hasil sebesar 20% dari keuntungan BMT UMY kantor pusat. Nasabah juga dibebankan biaya pemeliharaan sistem setiap bulannya sebesar seribu rupiah (Rp 1000).

e. Simpanan *Barokah* Berjangka.

Tidak jauh berbeda dengan dengan tabungan *barokah*, perbedaannya terletak pada setoran yang hanya dapat dilakukan satu kali pada saat pembukaan rekening simpanan, adapun penarikan dapat dilakukan pada saat jatuh tempo atau dengan jangka yang ditentukan di awal yaitu tiga bulan, enam bulan, dua belas bulan dan dua puluh empat bulan (3,6,12, dan 24 bulan). BMT UMY kantor pusat memberikan nisbah bagi hasil atau *profit sharing* sebesar 20% untuk jangka penarikan tiga bulan, 30% untuk enam bulan, 40% untuk dua belas bulan dan 50% untuk jangka dua puluh empat bulan. Akan tetapi nasabah juga berkewajiban menanggung kerugian secara proporsional sebesar porsi modal, adapun untuk setoran awal simpanan atau tabungan *barokah* berjangka adalah minimal satu juta rupiah (Rp 1000.000).

f. Simpanan Pendidikan.

Simpanan pendidikan merupakan jenis tabungan yang diperuntukan bagi anggota pelajar guna mendukung rencana pendidikannya, penarikan simpanan pendidikan hanya dapat dilakukan setiap ajaran baru atau selama masa pendidikan sesuai kesepakatan. Adapun untuk setoran awal simpanan pendidikan adalah minimal dua puluh ribu rupiah Rp 20.000 dan untuk setoran selanjutnya minimal Rp 10.000. Adapun nisbah bagi hasil untuk produk simpanan ini adalah 18% : 82% dari pendapatan BMT UMY kantor pusat.

g. Simpanan Qurban & Aqiqah.

Simpanan qurban dan aqiqah merupakan sebuah program simpanan yang diperuntukan bagi nasabah guna mewujudkan niatnya dalam melaksanakan ibadah *qurban* pada Hari Raya *Idul Adha* serta menjalankan perintah Allah lainnya, yaitu melakukan *aqiqah* saat dikarunia buah hati. Simpanan ini penarikannya hanya dapat dilakukan menjelang Hari Raya *Idul Adha* atau lebih tepatnya satu bulan menjelang Hari Raya *Idul Adha*, baik dalam bentuk dana tunai ataupun dalam bentuk hewan qurban. Adapun simpanan yang diperuntukan *aqiqah*, penarikannya hanya dapat dilakukan satu minggu atau tujuh hari menjelang acara tersebut. Setoran awal untuk simpanan *qurban* dan *aqiqah* minimal dua puluh ribu rupiah (Rp 20.000) dan untuk setoran selanjutnya minimal sepuluh ribu rupiah (Rp 10.000). besaran nisbah bagi hasil yang diberikan oleh BMT UMY kantor pusat untuk produk simpanan atau tabungan tersebut adalah 18% dari pendapatan BMT UMY kantor pusat.

h. Simpanan Haji & Umroh.

Simpanan haji dan umroh merupakan sebuah program yang diperuntukan bagi anggota atau nasabah BMT UMY kantor pusat guna memudahkan dalam mewujudkan keinginan dan cita-cita beribadah haji ataupun umroh. Setoran awal untuk program simpanan ini adalah minimal seratus ribu rupiah (Rp 100.000) dan selanjutnya minimal lima puluh ribu

rupiah (Rp 50.000). Adapun untuk penarikan hanya dapat dilakukan menjelang haji ataupun umroh, dan nisbah bagi hasil yang diberikan oleh BMT UMY kantor pusat sebesar 18% dari pendapatan.

i. Simpanan *Walimah* (Pernikahan).

Simpanan *walimah* atau simpanan pernikahan merupakan sebuah program tabungan yang diperuntukan bagi anggota BMT UMY kantor pusat untuk mendukung sebuah perencanaan *walimah* atau pernikahan. Setoran awal simpanan *walimah* minimal dua puluh lima ribu rupiah (Rp 25.000) dan setoran selanjutnya sebesar sepuluh ribu rupiah (Rp 10.000). Adapun bagi hasil yang diperoleh dari program simpanan *walimah* adalah 18% dari pendapatan BMT UMY kantor pusat. Pada program simpanan ini penarikan hanya dapat dilakukan satu bulan menjelang *walimah* atau pernikahan.

2. Produk pembiayaan (*Landing*) BMT UMY Kantor Pusat.

a. Pembiayaan *Musyarokah* (Kerjasama).

Menurut (Syafi'I Antonio.2001:90) secara umum prinsip bagi hasil dalam lembaga keuangan Syariah dapat dilakukan dalam empat akad utama, yaitu *al-musyarakah*, *al-mudharabah*, *al-muzara'ah* dan *al-musaqah*, akan tetapi yang paling banyak dipergunakan atau diterapkan secara umum adalah *musyarakah* dan *mudharabah*, sedangkan *muzara'ah* dan *musaqah* dipergunakan khusus untuk *plantation financing* atau pembiayaan pertanian. Pembiayaan *musyarokah* merupakan akad kerja

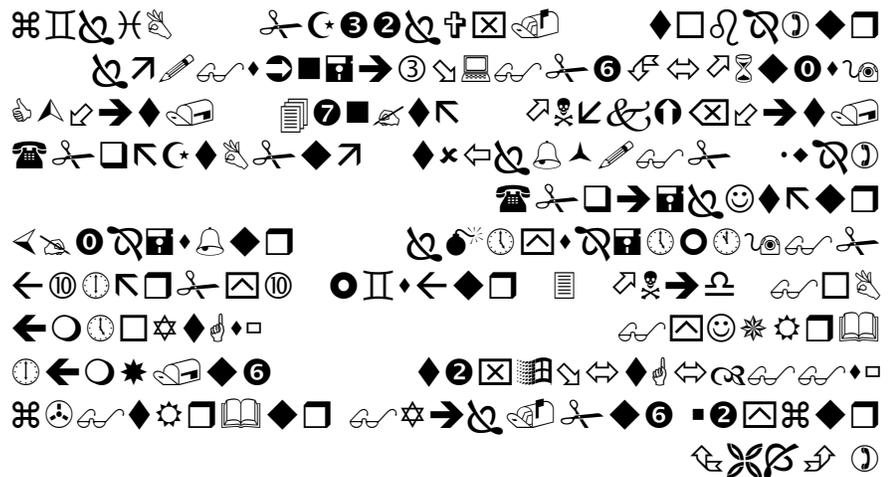
sama antara dua pihak atau lebih untuk menjalankan suatu usaha tertentu di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana atau amal (*expertise*) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan kerugian akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

Menurut (Muhamma Ridwan.2014:164) *musyarokah* yakni kerja sama antara BMT dengan anggota yang modalnya berasal dari kedua belah pihak dan keduanya bersepakat dalam keuntungan dan resiko. BMT akan menyertakan modal dalam proyek atau usaha yang diajukan setelah mengetahui besarnya partisipasi anggota dan nisbah bagi hasil dihitung dari proporsional dalam penyertaan modal. Pada akad ini, BMT dapat terlibat aktif dalam aktivitas usaha anggota, namun karena keterbatasan tenaga maka BMT akan mempercayakan pengelolaan usaha tersebut kepada anggota dan BMT hanya berfungsi sebagai rekan pasif.

Menurut (Dimyauddin Djuwaini.2015:207) *musyarokah* merupakan akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana atau kompensasi dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. Perbedaan *mudharabah* dan *musyarokah* terletak pada pembagian untung-rugi dan keterlibatan peserta dalam usaha yang sedang dikerjakan. Menurut (Adiwarman karim.2007:102) bahwa secara spesifik bentuk kontribusi dari pihak yang bekerja sama atau *musyarokah* dapat berupa dana, barang perdagangan

(trading asset), kewiraswastaan (entrepreneurhip), kepandaian (skill), kepemilikan (property), peralatan (equipment) atau intangible asset seperti hak paten (goodwill), kepercayaan atau reputasi dan barang-barang lainnya yang dapat dinilai dengan uang.

Menurut Menurut (Antonio Syafi'i.2001:90) pembiayaan musyarokah dilandaskan pada firman Allah yang tertera pada surat As-shaad ayat 24, yaitu:



*Daud berkata: "Sesungguhnya Dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. dan Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan Amat sedikitlah mereka ini". dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya; Maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat.*

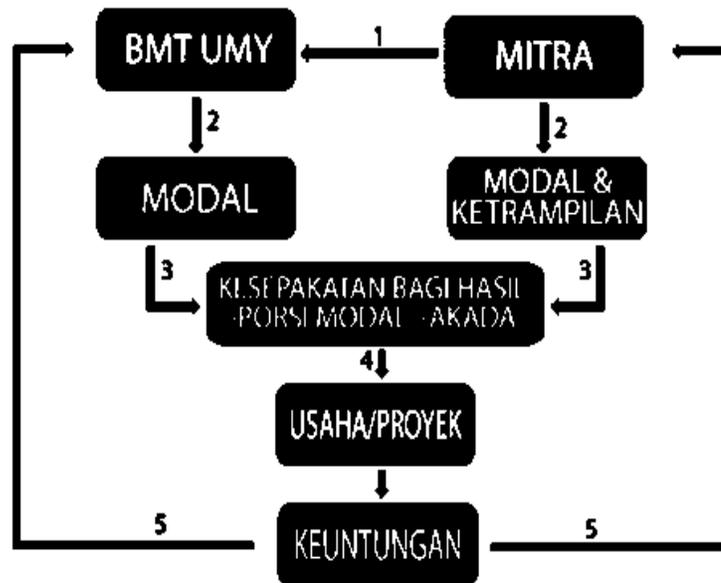
Menurut (Dimyauddin Djuwaini.2015:211) secara garis besar, musyarokah dikategorikan menjadi dua jenis, yakni musyarokah kepemilikan (syirkah al amlak) dan musyarokah akad (syirkah al 'aqd).

*Musyarokah* kepemilikan tercipta karena adanya warisan, wasiat atau kondisi lainnya yang mengakibatkan pemilikan satu aset oleh dua orang atau lebih. Dalam *musyarokah* ini, kepemilikan dua orang atau lebih berbagi dalam sebuah aset nyata dan berbagi pula dari keuntungan yang dihasilkan aset tersebut. *Musyarokah* akad tercipta dengan cara kesepakatan di mana dua orang atau lebih setuju bahwa tiap orang dari mereka memberikan kontribusi modal *musyarokah*, mereka pun sepakat berbagi keuntungan dan kerugian. *Musyarokah* akad terbagi menjadi *syirkah al 'Inan, al mufawadlah, al a'maal dan syirkah wujuh*.

Pada aplikasinya BMT UMY kantor pusat dan nasabah bersepakat melakukan kerjasama usaha dengan penggabungan modal dari kedua belah pihak. Nisbah bagi hasil dihitung dari proporsional dalam penyertaan modal, keuntungan dan kerugian ditanggung bersama sesuai dengan tingkat nisbahnya. Dalam akad ini, BMT UMY kantor pusat mempercayakan pengelolaan usaha tersebut kepada anggota, mitra ataupun nasabah dan BMT hanya berfungsi sebagai rekan pasif. Agar lebih mudah dipahami maka akan dijelaskan menggunakan gambar skema ilustrasi sebagai berikut:

### **Gambar 4.3**

#### **Skema Pembiayaan *Musyarokah*.**



Sumber: [www.bmtumy.com/pembiayaan/](http://www.bmtumy.com/pembiayaan/) diakses pada tanggal 7 Mei 2018

Keterangan:

1. Mitra menyampaikan kebutuhan modal kepada BMT UMY kantor pusat untuk sebuah usaha atau proyek yang sudah berjalan, kemudian BMT melakukan analisa kelayakan usaha.
2. BMT UMY kantor pusat dan Mitra berkomitmen untuk menggabungkan modal.
3. BMT UMY kantor pusat dan Mitra melakukan kesepakatan mengenai porsi modal, bagi hasil dan selanjutnya melakukan akad.
4. Mitra menjalankan usaha atau proyek sesuai dengan kesepakatan tugas masing-masing.

5. Pembagian keuntungan berdasarkan nisbah yang telah disepakati.

b. Pembiayaan *Murabahah* (Jual beli).

Menurut (Antonio Syafi'i.2001:101) akad *murabahah* merupakan jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam *murabahah* penjual harus memberitahukan harga produk yang ia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya. Menurut (Muhammad Ridwan.2014:162) *murabahah* atau jual beli ini dapat berlaku umum untuk semua jenis barang yang dapat diadakan seketika terjadi transaksi. Menurut (Dimyauddin Djuwaini.2015:103) secara linguistik *murabahah* berasal dari kata *rihb* yang bermakna tumbuh dan berkembang dalam perniagaan. Menjual barang secara *murabahah* berarti menjual barang dengan adanya tingkat keuntungan tertentu, misalnya mendapatkan keuntungan satu dirham atas harga pokok pembelian 10 dirham. Secara istilah terdapat beberapa definisi yang diungkapkan oleh para ulama, salah satunya adalah Ibnu Rusyd al Maliki mengatakan bahwa *murabahah* adalah jual beli komoditas di mana penjual memberikan informasi kepada pembeli tentang harga pokok pembelian barang dan tingkat keuntungan yang diinginkan.

Al-Mawardi Asy-Syafii mengatakan bahwa *murabahah* adalah seorang penjual mengatakan saya menjual pakaian ini secara *murabahah*,

di mana saya membeli pakaian ini dengan harga seratus dirham dan saya menginginkan keuntungan satu dirham. Sedangkan menurut (Erwandi Tarmizi.2018:437) *murabahah* dalam istilah para ulama *fiqih* terdahulu yaitu bagian dari jual-beli amanah, dimana penjual menyebut harga pokok barang dan mensyaratkan laba sekian kepada pembeli. *Murabahah* merupakan urat nadi produk investasi perbankan Syariah, Dr. Sulaiman Al-Asyqar memperikarakan bahwa pada dekade tahun 80-an hampir 90% dari investasi bank-bank syariah dalam bentuk pembiayaan *murabahah*.

Menurut (Dimyauddin Djuwaini.2015:105) *murabahah* berbeda dengan jual beli biasa atau *musawamah*, di mana dalam jual beli *musawamah* terdapat proses tawar-menawar (*bargaining*) antara penjual dan pembeli untuk menentukan harga jual, di mana penjual juga tidak menyebutkan harga beli dan keuntungan yang diinginkan. Berbeda dengan *murabahah*, harga beli dan margin yang diinginkan harus dijelaskan kepada pembeli. Menurut (Adiwarman Karim.2007:113) dapat disimpulkan bahwa *murabahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Akad ini merupakan salah satu bentuk *natural certainty contracts*, karena dalam *murabahah* ditentukan berapa *required rate of profit*-nya (keuntungan yang ingin diperoleh). Akan tetapi para ulama mazhab berbeda pendapat tentang biaya apa saja yang dapat dibebankan kepada harga jual barang tersebut. Menurut (Antonio

Syafi'i.2009:102) akad *murabahah* akan dikatakan sah, jika memenuhi beberapa syarat berikut:

- 1) Penjual memberi tahu biaya modal kepada nasabah.
- 2) Kontrak pertama haruslah sah sesuai dengan rukun yang ditetapkan.
- 3) Kontrak harus bebas dari riba.
- 4) Penjual harus menjelaskan kepada pembeli bila terjadi cacat atas barang sesudah pembelian.
- 5) Penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian tersebut dilakukan secara hutang.

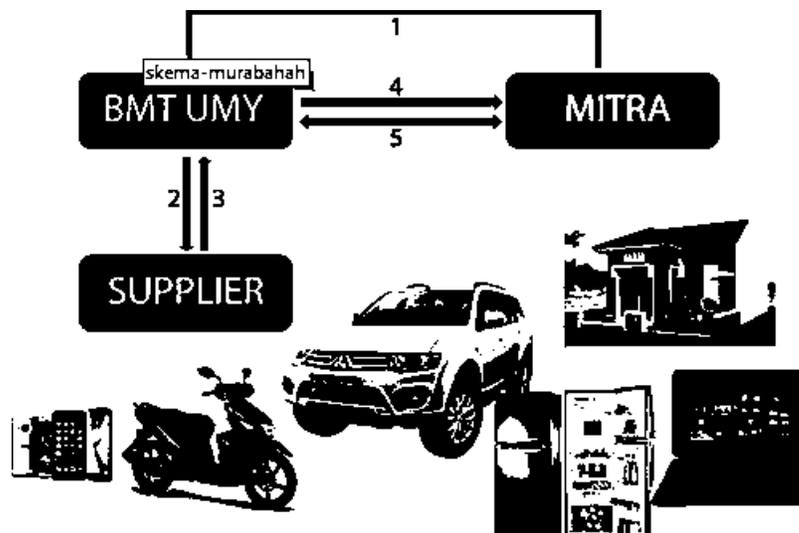
Dalam aplikasinya mitra atau nasabah menyampaikan kebutuhan barang kepada BMT UMY kantor pusat, kemudian BMT UMY kantor pusat melakukan analisa kelayakan. Selanjutnya BMT UMY kantor pusat membelikan ke *supplier* dan menerima barang tersebut. BMT UMY kantor pusat mengkonfirmasi terkait rencana pembelian barang kepada mitra lalu melakukan akad dan serah terima barang. Menurut (Erwandi Tarmizi.2018:447) sering terjadi kesalahan dalam praktik *murabahah*, yaitu pihak lembaga keuangan syariah mewakilkan kepada nasabah untuk membeli dan menerima barang. Praktik ini merupakan rekayasa pelegalan riba, karena lembaga keuangan syariah tersebut belum memiliki barang yang merupakan objek *murabahah* atau jual beli. Pada hakikatnya, lembaga keuangan syariah meminjamkan uang dalam jumlah sekian

kepada nasabah yang akan dikembalikan dalam jangka waktu tertentu, kemudian ditambah lagi dengan *margin* (laba) *murabahah*, transaksi ini sama dengan pinjaman berbunga.

Pada praktiknya BMT UMY kantor pusat tidak memberikan uang kepada nasabah sebagai wakil untuk membeli barang yang dibutuhkan. Akan tetapi BMT UMY kantor pusat membelikan barang yang dibutuhkan nasabah dan memberikan barang tersebut kepada nasabah, dengan kata lain serah terima barang bukan serah terima uang. Adapun agar lebih mudah untuk dipahami, maka selanjutnya akan dijelaskan dalam bentuk skema ilustrasi.

**Gambar 4 4**

**Skema Pembiayaan *Murabahah*.**



Keterangan:

- 1) Mitra menyampaikan kebutuhan barang yang diinginkan ke BMT UMY kantor pusat dan selanjutnya melakukan analisis kelayakan.
- 2) BMT UMY kantor pusat membeli barang ke *supplier*.
- 3) BMT UMY kantor pusat menerima barang dari *supplier*.
- 4) BMT UMY kantor pusat mengkonfirmasi terkait rencana pembelian barang kepada mitra.
- 5) Akad dan serah terima barang.

c. Pembiayaan *Istishna* (Pesan Bangun).

Akad *istishna* menurut (Antonio Syafi'i.2001:113) merupakan kontrak antara penjual dan pembeli dan pembuat barang. Dalam kontrak ini, pembuat barang menerima pesanan dari pembeli. Pembuat barang lalu berusaha melalui orang lain untuk membuat atau membeli barang menurut spesifikasi yang telah disepakati dan menjualnya kepada pembeli akhir. Kedua belah pihak bersepakat atas harga serta sistem pembayaran. Menurut *jumhur fuqaha*, *istishna* merupakan suatu jenis khusus dari akad *bai' as-salam*. Biasanya, jenis ini dipergunakan di bidang manufaktur, dengan demikian ketentuan *istishna* mengikuti ketentuan dan aturan *bai' as-salam*.

Menurut (Dimyauddin Djuwaini.2015:136) *istishna* adalah akad jual beli antara pemesan atau *mustashni* dengan penerima pesanan atau *shani*' atas sebuah barang dengan spesifikasi tertentu atau *mashnu*', contohnya untuk barang-barang industry ataupun properti. Spesifikasi dan harga barang pesanan haruslah sudah disepakati pada awal akad, sedangkan pembayaran dilakukan sesuai dengan kesepakatan. Secara teknis, *istishna* bias diartikan akad bersama produsen untuk suatu pekerjaan tertentu dalam tanggungan, atau jual beli suatu barang yang dibuat oleh produsen yang juga menyediakan bahan bakunya, sedangkan jika bahan bakunya dari pemesan, maka akad itu menjadi akad sewa (*ijarah*), pemesan hanya menyewa jasa produsen untuk membuat barang.

Menurut (Adiwarman Karim.2007:126) dalam fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), dijelaskan bahwa jual beli *isthisna*' adalah akad jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan (pembeli, *musthasni*') dan penjual (pembuat, *shani*'). Pada dasarnya, pembiayaan *isthisna*' merupakan transaksi jual beli cicilan pula seperti transaksi *murabahah muajjal*. Namun berbeda dengan jual beli *murabahah* di mana barang diserahkan di muka sedangkan uangnya dibayar cicilan, dalam jual beli *isthisna*' barang diserahkan di belakang, walaupun uangnya juga sama-sama dibayar secara cicilan.

Menurut (Antonio Syafi'i.2001:114) mazhab Hanafi berpendapat bahwa, *ba'i al-isthisna'* termasuk akad yang dilarang karena bertentangan dengan semangat *ba'i* secara *qiyas*. Mereka mendasarkan pada argumentasi bahwa pokok kontrak penjualan harus ada dan dimiliki oleh penjual, sedangkan dalam *isthisna'*, pokok kontrak belum ada atau tidak dimiliki penjual. Meskipun demikian mazhab Hanafi menyetujui kontrak *isthisna'* atas dasar *istishan*, karena alasan-alasan berikut:

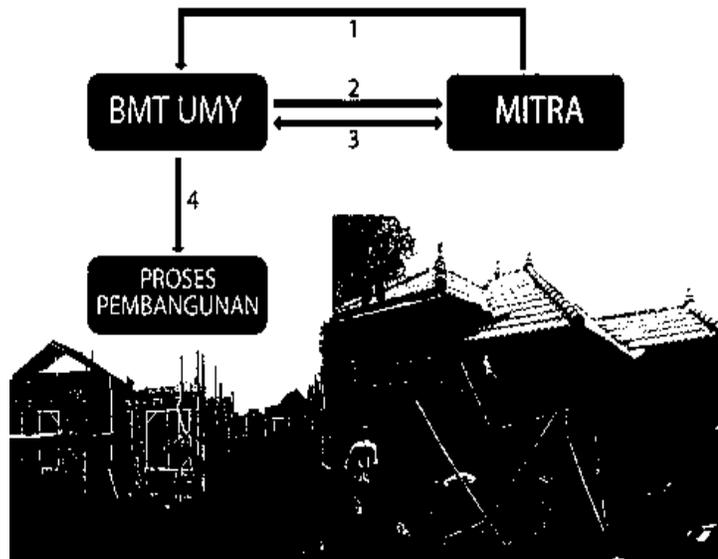
- 1) Masyarakat telah mempraktikkan *ba'i al-isthisna'* secara luas dan terus menerus tanpa ada keberatan sama sekali. Hal demikian menjadikan *ba'i al-isthisna'* sebagai *ijma'* atau consensus umum.
- 2) Dalam syariah dimungkinkan adanya penyimpangan terhadap *qiyas* berdasarkan *ijma'* ulama.
- 3) Keberadaan *ba'i al-isthisna'* didasarkan atas kebutuhan masyarakat. Banyak orang seringkali memerlukan barang yang tidak tersedia di pasar sehingga mereka cenderung melakukan kontrak agar orang lain membuatkan barang untuk mereka.
- 4) *Ba'i al-isthisna'* sah sesuai dengan aturan umum mengenai kebolehan kontrak selama tidak bertentangan dengan *nash* atau aturan-aturan syariah.

Sebagian *fuqaha* kontemporer berpendapat bahwa *isthisna'* adalah sah atas dasar *qiyas* dan aturan-aturan umum syariah, karena itu memang

jual beli biasa dan si penjual akan mampu mengadakan barang tersebut pada saat penyerahan. Demikian juga kemungkinan terjadi perselisihan atas jenis kualitas barang dapat diminimalkan dengan pencantuman spesifikasi dan ukuran-ukuran serta bahan material pembuatan barang tersebut. Dalam aplikasinya di lapangan, mitra memasan kepada BMT UMY kantor pusat untuk dibangun rumah atau renovasi, selanjutnya BMT UMY kantor pusat melakukan analisa kelayakan. BMT UMY kantor pusat membuat Rencana Anggaran Biaya (RAB) bangunan sesuai pesanan yang diinginkan oleh mitra. Setelah itu BMT UMY kantor pusat dan mitra melakukan akad, kemudian BMT UMY kantor pusat membangun atau merenovasi rumah sesuai dengan Rencana Anggaran Biaya (RAB) bangunan yang telah disepakati. Secara umum, aplikasi *istishna'* BMT UMY kantor pusat dapat digambarkan dalam skema berikut:

#### **Gambar 4.5**

#### **Ilustrasi Skema Pembiayaan *Istishna'***



Sumbe: <http://bmtumy.com/pembiayaan/> diakses pada tanggal 10 Mei 2018

**Keterangan:**

- 1) Mitra memesan kepada BMT UMY kantor pusat untuk dibangun atau renovasi, dan kemudian dilakukan analisa kelayakan.
  - 2) BMT UMY kantor pusat membuat Rencana Anggaran Biaya (RAB) bangunan sesuai pesanan mitra.
  - 3) Akad *isthisna* ' BMT UMY kantor pusat dengan mitra.
  - 4) BMT UMY kantor pusat membangun rumah atau renovasi sesuai Rencana Anggaran Biaya (RAB) yang sudah disepakati.
3. Program Layanan BMT UMY Kantor Pusat.
    - a. Layan Reservasi Tiket Kereta Api.

Guna memberikan pelayanan terbaik bagi para konsumen, BMT UMY kantor pusat tidak hanya menyediakan produk dalam bentuk simpanan dan pembiayaan, akan tetapi BMT UMY kantor pusat berusaha memenuhi segala kebutuhan nasabah dengan cara menyediakan program layanan *reservasi* ataupun pemesanan tiket kereta api secara *online* seperti halnya pada kantor layanan *tour and travel* ataupun beberapa *minimarket* yang menyediakan layanan serupa. BMT UMY kantor pusat juga memberikan fasilitas untuk melakukan pencetakan tiket di tempat. Program layanan tersebut dipilih oleh BMT UMY kantor pusat, karena kereta api sampai saat ini masih menjadi salah satu moda transportasi yang digemari oleh masyarakat di pulau Jawa. Adapun layanan *reservasi* dan cetak tiket kereta api dapat dilakukan di seluruh kantor BMT UMY baik kantor pusat ataupun kantor cabang.

b. Layanan Reservasi Tiket Pesawat Terbang.

Melihat kebutuhan masyarakat yang semakin hari terus mengalami peningkatan akan penggunaan transportasi udara atau pesawat terbang yang dirasa oleh masyarakat sangat nyaman dan dapat mempersingkat waktu, maka BMT UMY kantor pusat juga telah memberikan layanan bagi masyarakat yang hendak melakukan *reservasi online* tiket pesawat terbang untuk tujuan domestik maupun tujuan luar negeri.

c. Layanan Pembayaran *Online*.

BMT UMY kantor pusat juga telah menyediakan jasa atau layanan pembayaran berbasis *online*, seperti halnya pembayaran listrik pascabayar, listrik PLN Prabayar, Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM), TV Berbayar, Telephon dan *Speddy Internet*, Pulsa *Global System for Mobile* atau GSM, dan cicilan kendaraan bermotor.

**E. Badan Hukum BMT UMY Kantor Pusat.**

**Tabel 4.1**

**Badan Hukum BMT UMY Kantor Pusat**

1	Nama	Koperasi BMT UMY Kantor Pusat
2	Badan Hukum	6/BH/KPTS/XV/VII/2011
3	Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)	31.354.454.6-543.000
4	Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)	0545/DP007/XI/2011
5	Tanda Daftar Perusahaan (TDP)	504/DP/KOP/14
	Alamat Kantor	Jalan Ibu Ruswo, Nomor 41-43, Yudonegaran, Gondomanan, Yogyakarta.
6	Nomor Telephone	(0274) 4342481, (0274) 387656 ext 251

**F. Keunggulan, Kelemahan, Peluang & Ancaman BMT UMY Kantor Pusat.**

1. Keunggulan (*Strenght*) BMT UMY Kantor Pusat.

a. Legal Secara Hukum.

Tidak dapat dipungkiri bahwa hal yang paling mendasar dan yang paling utama dari kekuatan (*Strenght*) BMT UMY kantor pusat adalah telah legal secara hukum nasional. Menurut (Ahmad Sumiyanto.2008:38) bahwa *Baitul Maal Wa Tamwil* atau BMT yang beroperasi di seluruh Indonesia berbadan hukum koperasi, sehingga seluruh gerak dan langkahnya sejalan dengan ketentuan yang ada tentang perkoperasian dan juga sesuai dengan konsep syariah Islam. Oleh sebab itu, legalitas *Baitul Maal Wa Tamwil* atau BMT mengikuti ketentuan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian. Maka secara tidak langsung, hal tersebut menjadikan para nasabah BMT UMY kantor pusat merasa aman, nyaman dan tidak harus takut dananya dibawa kabur oleh BMT UMY kantor pusat, karena BMY UMY kantor pusat bukan lembaga keuangan yang menjalankan aktifitasnya secara ilegal.

b. Memiliki Produk yang Telah Disesuaikan dengan Syariat Islam.

Sebagaimana yang diungkapkan oleh (Muhammad.2005:83) bahwa dalam menjalankan kegiatan usahanya, lembaga keuangan syariah tidak dapat dipisahkan dari konsep-konsep syariah atau ajaran Islam yang mengatur produk dan operasionalnya. Konsep dasar syariah tersebut akan dijadikan sebagai pijakan dalam mengembangkan produk-produk dari lembaga keuangan syariah tersebut. Selain itu, dalam menjalankannya

kontrak hukum atau akad juga telah disesuaikan dengan ketentuan syariat Islam.

Menurut ( Abdul Manan.2016:72) kontrak dalam Islam dikenal dengan istilah (akad), kata tersebut berasal dari bahasa arab *al-Aqd* yang memiliki arti perikatan, perjanjian, kontrak atau permufakatan (*al-ittifaq*) dan transaksi. Menurut Alexander Hamilton Institute dalam *Dictionary of Bussines Term* bahwa “*aqd or Contract is Transaction involving two or more individuals whereby each becomes obligated to the other, whit reciprocal rights to demand performance of what is promised*”. Bila diartikan kedalam bahasa Indonesia maka akan didapatkan makna “akad adalah sebuah persetujuan yang mengikat secara hukum antara dua pihak atau lebih yang sama, untuk pertimbangan, satu atau lebih pihak setuju untuk melakukan sesuatu”. Adapun menurut (Syafi’i Antonio.2001:29) dalam praktik lembaga keuangan Syariah akad yang dilakukan memiliki konsekuensi duniawi (di dunia) dan *ukhrawi* (di akhirat), karena akad-akad yang dilakukan berlandaskan pada hukum Islam.

c. Berada di bawah Pengawasan Dewan Pengawas Syariah (DPS).

Menurut (Syafi’i Antonio.2001:31) peran utama dari Dewan Pengawas Syariah adalah mengawasi jalannya operasional lembaga keuangan syariah sehari-hari agar selalu sesuai dengan ketentuan syariah. Hal tersebut dikarenakan transaksi yang berlaku pada lembaga keuangan syariah sangat khusus jika dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional, Selain

itu Dewan Pengawas Syariah (DPS) juga bertugas untuk meneliti dan memberikan rekomendasi produk baru pada lembaga keuangan syariah yang tengah diawasi. Dengan demikian Dewan Pengawas Syariah (DPS) bertindak sebagai penyaring pertama sebelum suatu produk diteliti kembali dan difatwakan oleh Dewan Syariah Nasional. Adapun Dewan Pengawas Syariah (DPS) saat ini yang menaungi BMT UMY kantor pusat adalah Dra. Siti Noordjanah Djohantini S.E., M.Si, Ir.Ahmad Syauqi Soeratno, MM. dan Dr. Lilies Setiartiti S.E., M.Si.

d. Memiliki Tenaga Kerja yang Terampil.

Menurut (Ahmad Sumiyanto.2008:103) sebagai lembaga keuangan mikro berbasis syariah yang bermain pada dunia industri yang lekat dengan kepercayaan (*trust*), maka memiliki tenaga kerja yang handal merupakan suatu hal yang tidak dapat ditawar lagi. Karena jika sekali saja BMT mengalami permasalahan keuangan dikarenakan masalah moralitas, maka pengelola akan amat susah untuk mengembalikan kepercayaan tersebut. Pada saat ini, sumberdaya manusia yang bekerja bukan lagi dianggap sebagai beban atau *cost*, namun dianggap sebagai aset perusahaan. Karena sumberdaya manusia yang berada dalam BMT merupakan sumber keunggulan (*distinctive advantage*) yang tidak bisa ditiru oleh entitas bisnis yang lain. Oleh sebab itu, pengelolaan sumber daya manusia perlu digarap dengan serius dan dikembangkan agar dapat menjadi manusia yang bertanggung jawab, professional dan amanah.

Menurut (Muhammad.2005:168) kredibilitas dan profesionalitas sebuah lembaga keuangan akan terbentuk apabila memiliki tiga perangkat, yaitu perangkat insani (*humanware*), perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*). Perangkat insani adalah orang-orang kalangan dalam lembaga tersebut yang meliputi *owner* (pemilik), *director* (pemimpin), *manager* (pengelola) serta para *workers* (pekerja) yang merupakan lapisan terbawah, dan perangkat insani sebuah lembaga keuangan syariah haruslah memadai dalam hal jumlah (*quantity*), serasi dalam hal kualitas (*quality*) serta terpuji dalam kepribadian (*personality*). Guna meningkatkan perangkat insani (*humanwere*) ataupun sumberdaya manusia (SDM) tersebut, salah satu cara yang dilakukan oleh BMT UMY kantor pusat adalah dengan menciptakan lingkungan kerja yang *relegius*.

Setiap tenaga kerja atau karyawan dari BMT UMY kantor pusat diwajibkan untuk membaca Al Qur'an sebelum memulai aktifitas kantor, tujuannya adalah untuk lebih mendekatkan diri kepada sang pencipta dan sekaligus berguna untuk mendisiplinkan karyawan agar datang lebih awal. Selain itu, BMT UMY kantor pusat juga mengajurkan pada setiap karyawan untuk melaksanakan Sholat Duha ditengah menjalankan aktifitas kantor, serta melarang setiap karyawan nya untuk pulang kantor sebelum melaksanakan sholat Ashar. Menurut (Syafi'i Antonio. 2001:34) bahwa sebuah lembaga keuangan syariah sudah selayaknya memiliki lingkungan kerja yang sejalan dengan syariah, baik dalam hal etika, cara berpakaian

dan tingkah laku, karena hal-hal tersebut merupakan cerminan bahwa mereka yang bekerja dalam sebuah lembaga keuangan yang membawa nama besar Agama Islam.

e. Memberikan Layanan yang Prima (*service excellent*)

Pelayanan prima merupakan suatu terjemahan dari istilah *excellent service* atau *service excellent* yang secara harfiah berarti memberikan pelayanan yang sangat baik atau pelayanan terbaik, dikatakan sangat baik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau sesuai dengan standar pelayanan yang dimiliki oleh sebuah instansi. Pelayanan disebut sangat baik atau terbaik atau akan menjadi prima, manakala dapat atau mampu memuaskan pihak yang dilayani atau pelanggan. Menurut (Zaenal & Muhibudin.2015:148) konsep pelayanan prima atau *excellent service* tidak hanya dapat diterapkan pada sector bisnis, namun dapat pula diterapkan pada organisasi, instansi dan pemerintah. Selain itu, peningkatan kualitas pelayanan meliputi dimensi-dimensi sebagai berikut:

- 1) Ketepatan waktu pelayanan berkaitan dengan waktu dan proses.
- 2) Akurasi dan ketepatan pelayanan.
- 3) Kesopanan dan keramahan pelaku bisnis.
- 4) Tanggung jawab dalam penanganan keluhan pelanggan.
- 5) Sedikit banyaknya petugas yang melayani dan fasilitas pendukung lainnya.

- 6) Berkaitan dengan lokasi, ruangan tempat pelayanan, tempat parkir, ketersediaan informasi dan petunjuk atau panduan.
- 7) Berhubungan dengan kondisi lingkungan, kebersihan, ruang tunggu, fasilitas musik, *air conditioner* (AC), alat komunikasi dan lain sebagainya.

Dalam praktiknya dilapangan, BMT UMY kantor pusat telah menjalankan hal-hal yang disebutkan di atas. Selain itu, guna mempermudah nasabahnya dalam melakukan kewajiban pembayaran pembiayaan ataupun melakukan *saving* (menabung) maka BMT UMY kantor pusat memberikan layanan yang diberi nama sistemj empat bola. Yaitu para petugas dari BMT UMY kantor pusat mendatangi langsung nasabahnya ke rumah, pasar ataupun tempat yang telah disepakati sehingga nasabah tidak perlu lagi untuk datang ke kantor BMT UMY kantor pusat secara langsung.

## 2. Kelemahan BMT UMY Kantor Pusat.

### a. Minim dalam melakukan Kegiatan Promosi.

Ketika produk sudah diciptakan, harga-harga telah ditetapkan dan tempat juga telah tersedia, maka dapat diartikan produk benar-benar telah siap untuk dijual dan selanjutnya hal yang perlu dilakukan adalah promosi. Dalam praktiknya BMT UMY kantor pusat dirasa sangat kurang dalam melakukan kegiatan promosi atau pengiklanan, baik dalam bentuk media

cetak, media elektronik dan media *out door*. Sampai dengan saat ini, BMT UMY kantor pusat masih terus mengandalkan promosi melalui kegiatan kemanusiaan seperti melakukan tebar hewan *qurban* pada saat hari raya Idul Adha ataupun bakti sosial. Hal tersebut tidak salah, akan tetapi memiliki kelemahan, yaitu menunggu pada waktu yang tepat dalam menjalankan kegiatan tersebut.

Menurut (Kotler & Keller.2007:244) iklan adalah segala bentuk presentasi nonpribadi dan promosi gagasan, barang atau jasa, sedangkan menurut (Kasmir.2010:156) iklan merupakan sarana promosi yang digunakan oleh lembaga keuangan syariah guna menginformasikan segala produk yang dihasilkan oleh lembaga keuangan syariah tersebut. Informasi yang diberikan dapat berupa manfaat produk, harga produk ataupun keuntungan produk dibanding dengan pesaing. Selain itu, ia juga menambahkan bahwa tujuan dari penggunaan dan pemilihan media iklan tergantung dari tujuan lembaga keuangan syariah itu sendiri. Setiap media mempunyai tujuan yang berbeda-beda, sedikitnya ada lima macam tujuan dari penggunaan media iklan.

*Pertama* untuk memberitahukan segala sesuatu yang berkaitan dengan produk dan jasa yang dimiliki oleh suatu lembaga keuangan syariah tersebut. Seperti peluncuran produk, manfaat produk, di mana produk tersebut dapat diperoleh, keuntungan dan kelebihan suatu produk atau informasi tentang produk, selain itu iklan juga dapat digunakan untuk

memberikan informasi tentang pembukaan cabang baru atau teknologi baru. *Kedua* untuk mengingatkan kembali kepada nasabah tentang keberadaan atau keunggulan jasa lembaga keuangan syariah yang ditawarkan. Hal tersebut biasanya dikarenakan banyak pesaing yang masuk sehingga nasabah perlu diingatkan kembali agar tidak beralih kepada para pesaing.

*Ketiga* untuk menarik perhatian dan minat para nasabah baru dengan harapan untuk menggunakan atau membeli produk yang ditawarkan, atau paling tidak para calon nasabah telah mengerti tentang produk-produk tersebut. *Keempat* untuk mempengaruhi nasabah dari para pesaing agar berpindah ke lembaga keuangan Syariah yang mengiklankan. Adapun yang *kelima* adalah untuk membangun citra dari lembaga keuangan Syariah tersebut untuk jangka panjang, baik untuk produk yang dihasilkan maupun untuk nama dari lembaga keuangan Syariah tersebut.

b. Belum Menerapkan Pembiayaan *Mudaharabah*.

Problematika yang terjadi sampai saat ini adalah BMT UMY kantor pusat selaku lembaga keuangan syariah yang sangat erat kaitannya dengan lapisan masyarakat ekonomi tingkat bawah belum mampu untuk mengembangkan usaha nasabahnya dengan melakukan kerja sama antara dua pihak, di mana BMT UMY kantor pusat selaku *Shahibul Maal* (pemiliki modal) menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak nasabah menjadi pengelola atau yang lebih dikenal dengan pembiayaan

*mudharabah*. Hal tersebut dikarenakan BMT UMY kantor pusat merasa pembiayaan *mudharabah* terlalu memiliki risiko yang sangat besar, dimana pihak BMT UMY kantor pusat menyiapkan seluruh modal. Menurut (Syafi'i Antonio. 2001:98) bahwa risiko penerapan yang terdapat dalam pembiayaan *mudharabah* relatif tinggi, karena:

- 1) *Side streaming*, yaitu nasabah menyalah gunakan dana tersebut bukan seperti yang disebut dalam kontrak.
- 2) Lalai dan kesalahan yang disengaja.
- 3) Penyembunyian keuntungan oleh nasabah bila nasabahnya tidak jujur.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka BMT UMY kantor pusat sampai dengan saat ini hanya mampu memberikan akses pada pemenuhan modal yang tertuang dalam pembiayaan *Musyarakah* (kerjasama), *Murabahah* (jual beli) dan *Istishna*.

### 3. Peluang BMT UMY Kantor Pusat.

#### a. *Brand image* yang Baik di Masyarakat.

Menurut (Keller.1998:93) bahwa *brand image* adalah persepsi tentang sebuah merek sebagai cerminan dari asosiasi-asosiasi merek yang tertanam dalam benak konsumen. Pada umumnya masyarakat sangat familiar dengan organisasi keislaman Muhammadiyah dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, BMT UMY kantor pusat merupakan lembaga keuangan yang terlahir dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Oleh sebab itu, maka

dapat dikatakan BMT UMY kantor pusat sangat mudah untuk dikenali serta diingat dalam benak masyarakat. Dengan demikian memiliki *brand image* yang cukup baik di masyarakat.

b. Tidak Menerapkan Denda Keterlambatan (*Penalty*)

Sebagai solusi keuangan bagi masyarakat lapisan ekonomi tingkat bawah, BMT UMY kantor pusat tidak menerapkan denda keterlambatan atau *penalty* terhadap nasabahnya jika terjadi keterlambatan dalam memenuhi kewajibannya. Hal tersebut didasarkan pada kaidah *fiqih* “setiap pinjaman atau hutang yang memberikan keuntungan bagi pemberi pinjaman adalah *riba*”. Selain itu BMT UMY juga menerapkan *rescheduling*, *reconditioning* dan *restructuring* atau yang lebih dikenal dengan istilah 3R. Menurut (Ismail.2010:125) Penjadwalan (*rescheduling*) adalah upaya yang dilakukan oleh lembaga keuangan syariah dan konvensional untuk menangani kredit (pembiayaan) bermasalah dengan membuat penjadwalan kembali pada debitur yang mempunyai iktikad baik, akan tetapi tidak memiliki kemampuan untuk membayar angsuran pokok yang telah diperjanjikan. Beberapa alternatif *rescheduling* yang dapat diberikan oleh lembaga keuangan adalah dengan memperpanjang waktu kredit (pembiayaan), misalnya jangka waktu dua tahun diperpanjang menjadi tiga tahun, sehingga total angsuran perbulan menjadi lebih rendah, atau dengan merubah angsuran bulanan menjadi pertiga bulan (triwulan).

Selanjutnya adalah *reconditioning*, yaitu upaya lembaga keuangan untuk menyelamatkan kredit (pembiayaan) dengan mengubah seluruh atau sebagian perjanjian yang telah dilakukan oleh nasabah, perubahan kondisi dan persyaratan tersebut harus disesuaikan dengan permasalahan yang tengah dihadapi oleh debitur dalam menjalankan usahanya. Dengan adanya perubahan persyaratan tersebut, maka diharapkan debitur dapat menyelesaikan kewajibannya sampai dengan lunas. Jika kedua cara tersebut belum mampu mengatasi, maka cara selanjutnya adalah dengan *restructuring*, yaitu upaya yang dilakukan lembaga keuangan untuk menyelamatkan kredit (pembiayaan) bermasalah dengan cara mengubah struktur pembiayaan yang mendasari pemberian kredit.

Sebagai contoh pada struktur pembiayaan proyek tersebut berasal dari dana pribadi sebesar 60% dan dana kredit (pembiayaan) lembaga keuangan sebesar 40, berjalannya waktu debitur mengalami kesulitan dalam pembayaran kewajiban atau angsuran. Dalam kasus ini lembaga keuangan mengubah struktur pembiayaan tersebut dengan memberikan tambahan modal kerja, agar dapat menjalankan operasionalnya dan dapat memperoleh keuntungan.

c. Fatwa MUI Tentang Pengharaman Bunga Perbankan (*Interest*).

Majelis Ulama Indonesia (MUI) selaku lembaga swadaya masyarakat yang mewadahi ulama dan cendekiawan muslim Indonesia telah menimbang, mengingat, memperhatikan dan akhirnya telah menetapkan

bahwa *interest* atau bunga bank hukumnya haram. Hal tersebut tertera dalam Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1 Tahun 2004 bahwa praktik pembungaan uang tersebut telah memenuhi kriteria *riba* yang terjadi pada zaman Rasulullah, yakni *riba nasi'ah*. Dengan demikian, praktik pembungaan tersebut hukumnya adalah haram, baik dilakukan oleh Bank, Asuransi, Pasar Modal, Pegadaian, Koperasi dan Lembaga Keuangan lainnya ataupun dilakukan oleh Individu. Selain itu, Fatwa Majelis Ulama (MUI) tersebut juga melarang untuk melakukan *mu'amalah* dengan lembaga keuangan konvensional untuk wilaya-wilayah yang sudah ada kantor ataupun jaringan lembaga keuangan syariah.

d. Memberikan Bagi Hasil yang Cukup Tinggi.

Sebelum berbicara lebih jauh mengenai besaran bagi hasil yang diberikan oleh BMT UMY kantor pusat, maka yang perlu diketahui terlebih dahulu adalah definisi tentang bagi hasil. Menurut (Ridwan.2014:114) bahwa bagi hasil biasa juga dikenal dengan istilah *profit sharing* atau dapat diartikan dengan pembagian laba, namun secara istilah *profit sharing* merupakan distribusi beberapa bagian laba kepada para pegawai dari suatu perusahaan (Lembaga Keuangan Syariah). Bentuk dari distribusi tersebut dapat berupa pembagian laba akhir tahun, bonus prestasi atau lain sebagainya. Adapun besaran bagi hasil yang diberikan oleh BMT UMY kantor pusat adalah sebagai berikut:

<b>NO</b>	<b>Jenis Simpanan</b>	<b>Bagi Hasil</b>
1	Simpanan <i>Barokah</i>	20%
2	Simpanan <i>Barokah</i> Berjangka	3 bulan 20% 6 bulan 30% 12 bulan 40% 24 bulan 50%
3	Simpanan Pendidikan	18%
4	Simpanan Aqiqah & Qurban	18%
5	Simpanan Walimah	18%
6	Simpanan Haji & Umroh	18%

Jika dilakukan perbandingan atau komparasi dengan lembaga keuangan syariah yang serupa namun sudah lebih dahulu dan lebih luas jangkauan pasarnya, yaitu *Baitul Maal Wa Tamwil* BMT Beringharjo atau BMT Beringharo. Maka akan didapatkan besaran bagi hasil sebagai berikut:

<b>NO</b>	<b>Jenis Tabungan</b>	<b>Bagi Hasil</b>
1	Simpanan <i>Mudharabah</i>	25%

2	Simpanan <i>Mudharabah</i> Berjangka	3 bulan 30% 6 bulan 35% 12 bulan 40%
3	Simpanan Haji	25%
4	Simpanan Pendidikan	25%
5	Simpanan Walimah	25%
6	Simpanan Tamasya Mitra	25%

BMT Beringharjo memberikan bagi hasil yang lebih tinggi dari BMT UMY kantor pusat, akan tetapi hal tersebut belum tentu menjadi sebuah ancaman bagi BMT UMY kantor Pusat. Hal yang perlu diingat, jika suatu lembaga keuangan syariah memberikan bagi hasil yang cukup tinggi maka ia tentu memerlukan pemasukan yang cukup tinggi pula, dan tidak menutup kemungkinan jika harga dari produk ataupun jasa yang ditawarkan kepada masyarakat juga tinggi.

e. Melakukan Kegiatan Sosial.

Menurut (Muhammad Ridwan.2014:120) bahwa *Baitul Maal Wa Tamwil* merupakan organisasi bisnis yang juga berperan sosial, peran sosial *Baitul Maal Wa Tamwil* terlihat pada definisi *Baitul Maal*, sedangkan

peran sebagai lembaga bisnis terlihat pada definisi *Baitul Tamwil*. Dari ungkapan tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa BMT UMY kantor pusat telah sesuai dengan fitrahnya, yaitu berjalan sebagai lembaga bisnis dan lembaga sosial. Adapun kegiatan sosial yang sering dilakukan oleh BMT UMY kantor pusat adalah tebar hewan *qurban* dan menyalurkan bantuan ke daerah-daerah yang membutuhkan, seperti daerah kabupaten gunung kidul dalam bentuk bantuan air bersih, karena daerah tersebut sering mengalami kekeringan jika musim kemarau tiba.

#### 4. Ancaman BMT UMY Kantor Pusat.

##### a. Rendahnya Pengetahuan Masyarakat Tentang Sistem dan Produk-produk dari Lembaga Keuangan Syariah .

Sampai dengan saat ini pemahaman sebagian besar masyarakat mengenai sistem, prinsip serta produk dari lembaga keuangan syariah masih sangat kurang. Selain itu, menurut (Syafi'i Antonio.2001:225) adanya perbedaan karakteristik produk dari bank konvensional dengan bank syariah telah menimbulkan adanya keengganan bagi pengguna jasa perbankan. Hal tersebut didasarkan pada anggapan hilangnya kesempatan untuk mendapatkan penghasilan tetap berupa bunga bank. Guna mengikis pemahaman tersebut, maka perlu diinformasikan bahwa penempatan dana pada bank syariah juga dapat memberikan keuntungan finansial yang kompetitif dalam bentuk bagi hasil. Menurut (Ahmad Sumiyanto.2008:31) persoalan pokok atau mendasar yang seringkali menjadi sebab utama

persepsi miring masyarakat adalah ketidaksesuaian antara semangat syariah yang ada dengan praktik yang dilakukan oleh lembaga keuangan syariah. Oleh sebab itu, maka masyarakat beranggapan bahwa lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan umumnya (konvensional) sama saja atau tidak ada bedanya.

b. Bertambahnya Para Pesaing.

Menurut (Ahmad Hasan.2013:66) kelemahan BMT pada umumnya adalah lemahnya sumber daya manusia (SDM), manajemen, fasilitas, *service* atau pelayanan, permodalan dan lain sebagainya yang berakir pada sulitnya menumbuhkan kepercayaan masyarakat luas (*public trust*) terhadap jasa dan pelayanan yang dapat diberikan oleh BMT. Selain beberapa kelemahan *internal* tersebut, BMT juga dihadapkan dengan berkembangnya Bank Umum Syariah (BUS), Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) serta beralihnya lembaga konvensional menjadi syariah yang memiliki berbagai fasilitas dan permodalan yang lebih kuat dari BMT. Oleh sebab itu, BMT UMY kantor pusat tidak dapat lagi mengandalkan pada sentimen masyarakat tentang isu-isu syariah seperti keharaman *riba* ataupun kewajiban menjalankan sistem ekonomi berdasarkan syariah Islam, namun harus berani mengambil tindakan berupa menyediakan layanan yang serupa dengan pesaing tersebut atau setidaknya mendekati. Sebagai contoh jika pada Bank Umum Syariah terdapat layanan berupa *internet banking* atau *mobile banking* guna memudahkan para

nasabahnya untuk melakukan transfer ataupun pengecekan saldo tabungan, maka hal tersebut dapat menjadi bahan acuan bagi BMT UMY kantor pusat walaupun dalam bentuk yang lebih sederhana

- c. Semakin Maraknya Layanan Produk Perbankan yang Berbasis Teknologi Informasi (TI) ataupun *Online*.

Menurut (Kotler & Keller.2007:112) salah satu kekuatan yang paling dramatis dalam membentuk kehidupan manusia adalah teknologi, dan teknologi telah menghasilkan keajaiban. Akan tetapi setiap teknologi baru merupakan perusak kreatif dan itu merupakan hakikat dari kapitalisme pasar yang menjadi dinamis dan menoleransi kerusakan kreatif oleh teknologi sebagai harga atas kemajuan. Teknologi baru menciptakan akibat jangka panjang yang tidak selalu dapat diduga, dan pemasar harus mengamati tren teknologi tersebut.

#### A. Matrix Analisis SWOT.

Setelah melihat penjelasan panjang lebar pada bagian sebelumnya, maka pada kali ini, akan ditamikan matrix SWOT dalam bentuk table agar mudah dipahami.

**Tabel 4.2**

**Tabel Diagram Analisis SWOT**

	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weaknesses (W)</i>
	1. Legal secara hukum	1. Minim dalam

	<p>nasional</p> <p>2. Memiliki produk yang telah disesuaikan dengan syariat Islam.</p> <p>3. Berada di bawah pengawasan Dewan pengawas Syariah (DPS).</p> <p>4. Memiliki tenaga kerja terampil.</p> <p>5. Memberikan layanan yang prima (<i>service excellent</i>)</p>	<p>melakukan kegiatan promosi.</p> <p>2. Belum menerapkan pembiayaan <i>Mudharabah</i>.</p>
<p><i>Opportunities (O)</i></p> <p>1. Memiliki <i>brand image</i> yang baik di masyarakat.</p> <p>2. Tidak menerapkan denda keterlambatan (<i>penalty</i>)</p>	<p>Strategi S-O</p> <p>1. Memperluas <i>market share</i>.</p>	<p>Strategi W-O</p> <p>1. Menambah produk baru.</p>

<p>3. Fatwa MUI tentang pengharaman bunga bank (<i>interest</i>).</p> <p>4. Memberikan bagi hasil cukup tinggi.</p> <p>5. Melakukan kegiatan sosial.</p>		
<p><i>Threats (T)</i></p> <p>1. Rendahnya pengetahuan masyarakat tentang sistem dan produk lembaga keuangan Syariah.</p> <p>2. Bertambahnya para pesaing.</p> <p>3. Semakin maraknya layanan produk perbankan berbasis <i>online</i>.</p>	<p>Strategi S-T</p> <p>1. Mengoptimalkan strategi jumptu bola.</p> <p>2. Menyediakan aplikasi <i>mobile phone</i>.</p>	<p>Strategi W-T</p> <p>1. Meningkatkan promosi melalui media cetak, elektronik dan media outdoor.</p>

## **B. Pengembangan Strategi Pemasaran BMT UMY kantor pusat.**

Melihat hasil pemaparan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang menjadi kekuatan yang dimiliki oleh BMT UMY kantor pusat lebih besar jika dibandingkan dengan faktor-faktor yang menjadi kelemahan. Dengan kondisi tersebut, maka BMT UMY kantor pusat dapat melakukan pengembangan strategi pemasaran. Adapun pengembangan strategi tersebut adalah:

### 1. Strategi SO (*Strengths opportunities*).

Strategi S-O atau *strengths opportunities* merupakan strategi yang didasarkan pada kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh BMT UMY kantor pusat. Dari dua hal tersebut menghasilkan sebuah pengembangan strategi yaitu dengan memperluas *market share*. Melakukan perluasan pangsa pasar adalah suatu upaya yang sangat baik untuk meningkatkan profitabilitas BMT UMY kantor pusat, sebagai contoh menambah kantor cabang. Akan tetapi langkah yang akan ditempuh tersebut harus melalui proses perencanaan yang matang agar BMT UMY kantor pusat tidak salah dalam menentukan target pasar.

### 2. Strategi WO (*Weakness Opportunit*).

Strategi W-O (*Weakness Opportunit*) merupakan suatu strategi yang didasarkan pada faktor yang menjadi kelemahan dan peluang dari BMT UMY kantor pusat. Adapun pengembangan strategi yang dapat dilakukan adalah dengan menambah produk baru. Produk-produk yang ditawarkan oleh BMT UMY kantor pusat pada saat ini dirasa cukup sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para nasabah, akan tetapi semakin ketatnya persaingan bisnis maka

BMT UMY kantor pusat perlu melakukan inovasi produk. Sebagai contoh, dengan menyediakan produk pembiayaan *mudharabah* atau *muzara'ah*, karena tidak semua orang memiliki modal walaupun sedikit untuk memulai usaha bisnis dagang ataupun bisnis tani.

### 3. Strategi ST (*strenghts treaths*).

Strategi S-T (*strenghts treaths*) merupakan strategi yang didasarkan pada faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan ancaman yang dimiliki BMT UMY kantor pusat. Adapun pengembangan strategi tersebut adalah dengan mengoptimalkan strategi jemput bola, Hal tersebut bertujuan untuk memberikan kemudahan pada nasabah BMT UMY kantor pusat, tidak semua nasabah memiliki luang waktu untuk bias langsung datang ke kantor BMT UMY kantor pusat. Selain itu, strategi jemput bola juga dapat mempertahankan posisi pasar yang telah ada. Hal lain yang dapat dicoba oleh BMT UMY kantor pusat adalah dengan menyediakan aplikasi *moblile phone* yang dilengkapi dengan berbagai macam fitur seperti pengisian formulir pembiayaan secara *online*, melihat saldo tabungan, simulasi perhitungan pembiayaan *murabahah*, reservasi tiket pesawat dan kereta api dan lain sebagainya. Penyediaan aplikasi tersebut bertujuan untuk memberikan kemudahan sekaligus menciptakan rasa percaya (*trust*) dan aman bagi nasabah.

### 4. Strategi WT (*Weakness Treaths*).

Strategi W-T (*Weakness Treaths*) merupakan strategi yang bersifat *defensive* atau bertahan, hal tersebut untuk meminimalisir kelemahan serta ancaman yang ada. Adapun strategi tersebut adalah meningkatkan kegiatan periklanan atau *advertising*, bukan berarti BMT UMY kantor pusat tidak melakukan promosi tetapi promosi yang dilakukan oleh BMT UMY kantor pusat melalui media cetak, elektronik ataupun media *out door* dirasa sangat kurang. Oleh sebab itu, melakukan peningkatan promosi menjadi hal yang sangat penting. Peningkatan promosi bertujuan untuk mengenalkan kepada masyarakat tentang produk-produk BMT UMY kantor pusat sehingga dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan produk dan jasa, serta mengkomunikasikan keunggulan BMT UMY kantor pusat, seperti BMT UMY kantor pusat tidak menerapkan denda keterlambatan, pada pembiayaan *murabahah* BMT UMY kantor pusat tidak mewakilkan dananya kepada nasabah, tetapi dilakukan serah terima barang dan keunggulan-keunggulan yang lain.

### **C. Strategi *Positioning* BMT UMY Kantor Pusat.**

Dalam suatu lembaga keuangan, tentunya terdapat berbagai keunggulan-keunggulan jika dibandingkan dengan lembaga keuangan pesaing, dan keunggulan yang dimiliki oleh BMT UMY kantor pusat merupakan upaya guna menciptakan *positioning* yang baik pada masyarakat. Adapun keunggulan-keunggulan yang dijadikan BMT UMY kantor pusat dalam melakukan *positioning* adalah sebagai berikut:

## 1. Memiliki Produk-produk yang Sesuai dengan Syariah.

Menurut (Kasmir.2010:123) Philip Kotler mengungkapkan bahwa yang dimaksud dengan produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian agar dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Dari ungkapan tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari ataupun sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan untuk dikonsumsi baik untuk kebutuhan rohani ataupun jasmani, untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya, yaitu dengan cara pembelian. Adapaun produk-produk yang ditawarkan oleh BMT UMY kantor pusat adalah sebagai berikut:

### a. Produk penghimpun dana (*Funding*)

- 1) Simpanan *Barokah*
- 2) Simpanan *Barokah* Berjangka.
- 3) Simpanan Pendidikan.
- 4) Simpanan *Aqiqah & Qurban*.
- 5) Simpanan Haji & Umroh
- 6) Simpanan *Walimah*
- 7) Simpanan *Wadiah*.

### b. Produk pembiayaan (*Lending*)

- 1) Pembiayaan *Musyarokah*.
- 2) Pembiayaan *Murobahah*.
- 3) Pembiayaan *Istishna*.

c. Produk Layanan.

- 1) *Reservasi online* tiket pesawat terbang untuk tujuan dalam dan luar negeri.
- 2) *Reservasi* dan cetak tiket kereta api.
- 3) Pembayaran *online* seperti Lisytik prabayar, listrik PLN pascabayar, PDAM, TV langganan, Telephon dan *Speddy Internet*, cicilan motor dan Pulsa GSM

2. Memiliki Tenaga Kerja yang Terampil.

Sebagaimana yang telah disebutkan dan dijelaskan pada bagian sebelumnya, bahwa pada saat ini sumber daya manusia atau tenaga kerja bukan lagi dianggap sebagai beban atau *cost*, melainkan dianggap sebagai aset perusahaan. Karena sumber daya manusia yang ada pada perusahaan merupakan sumber keunggulan yang tidak dapat ditiru oleh entitas bisnis yang lain.

3. Menerapkan Pelayanan Prima (*service Excellent*)

Persaingan yang sangat ketat pada saat ini tidak dapat dihindari, dan semakin disadari bahwa dengan memberikan pelayanan prima (*service excellent*) kepada nasabah merupakan satu kesatuan yang sangat sulit untuk dipisahkan, serta merupakan sebuah aspek yang sangat vital dalam rangka

bertahan untuk memenangkan persaingan. Oleh sebab itu, memberikan *service excellent* kepada nasabah merupakan fokus utama dari BMT UMY kantor pusat. Keseriusan akan hal tersebut dapat dilihat dalam *tagline* yang diusung oleh BMT UMY yaitu “Cakap & Terpercaya”. Adapun *service excellent* yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Melakukan Strategi Jemput Bola.

Sebagai lembaga keuangan yang belum lama lahir, BMT UMY kantor pusat tentu membutuhkan promosi dan sosialisasi secara lebih optimal di masyarakat. Keaktifan pengelola dalam memasarkan produk-produk BMT UMY kantor pusat merupakan komponen terpenting diantara komponen-komponen lainnya yang akan menentukan tingkat keberhasilan lembaga. Salah satu cara efektif yang dapat dilakukan untuk mencapai target-target pemasaran produk adalah dengan melakukan “jemput bola”.

Dalam praktiknya, petugas langsung mendatangi calon nasabah dan petugas menjelaskan mengenai produk-produk serta prosedur operasional BMT UMY kantor pusat. Selain sebagai media promosi dan penjualan, strategi jemput bola juga merupakan upaya mengembangkan tradisi silaturahmi yang menurut Rasulullah dapat menambah rezeki, memanjangkan umur serta menjauhkan manusia dari dendam dan kebencian.

b. Bebas Biaya Administrasi

Sebagai upaya memberikan *service excellent* kepada para nasabah, BMT UMY kantor pusat mencoba untuk memfasilitasi masyarakat agar dapat melakukan pembiayaan dengan syarat yang mudah untuk dipenuhi serta tidak membebankan biaya administrasi.

c. Transaksi Sesuai Syar'i

Dalam transaksi lembaga keuangan Syariah, Akad merupakan aspek legalitas yang selalu diutamakan, karena akad yang dilakukan memiliki konsekuensi duniawi, *ukhrawi* serta dilakukan berdasarkan hukum Islam. Setiap transaksi BMT UMY kantor pusat telah sesuai dengan hukum Islam, karena BMT UMY kantor pusat berada dalam pengawasan Dewan Pengawas Syariah (DPS) dan Dewan Syariah Nasional (DSN).

4. Tidak Menerapkan Denda Keterlambatan.

Sebagai lembaga keuangan Syariah yang mengedepankan pemeliharaan hubungan baik jangka panjang dengan para nasabah, BMT UMY kantor pusat memilih untuk tidak menerapkan sistem denda. Sebelum memberikan keputusan untuk menyetujui ataupun menolak permohonan yang telah diajukan oleh para nasabah, maka melakukan analisis mendalam terhadap calon nasabah merupakan suatu keharusan, hal-hal tersebut bertujuan untuk mengurangi resiko pembiayaan bermasalah. Adapun cara yang ditempuh oleh BMT UMY kantor pusat untuk menyelamatkan pembiayaan bermasalah adalah dengan melakukan eksekusi, atau dengan kata lain melakukan

penjualan agunan nasabah yang dimiliki oleh BMT UMY kantor pusat. Hasil dari penjualan agunan tersebut dipergunakan untuk melunasi seluruh kewajiban nasabah, baik itu pinjaman pokok ataupun margin, dan sisanya akan dikembalikan kepada nasabah. Jika yang terjadi sebaliknya, maka kekurangan atas hasil penjualan agunan menjadi tanggungan BMT UMY kantor pusat. Sampai dengan saat ini, BMT UMY kantor pusat belum pernah melakukan eksekusi terhadap agunan milik nasabah.

#### 5. Memberikan Bagi Hasil yang Cukup Tinggi

Sebagai ungkapan terimakasih ataupun bentuk apresiasi BMT UMY kantor pusat kepada nasabah yang telah menginvestasikan dana atau hartanya, maka BMT UMY kantor pusat memberikan bagi hasil yang cukup tinggi. Adapaun besaran bagi hasil tersebut dapat dilihat pada bagian sebelumnya.

#### **D. Mengkomunikasikan Strategi *Positioning* BMT UMY Kantor Pusat.**

Produk telah diciptakan, harga telah ditetapkan dan berbagai keunggulan juga telah tersedia, maka dapat diartikan bahwa BMT UMY kantor pusat benar-benar telah siap untuk terjun ke pasar dan bersaing dengan para kompetitor. Agar produk-produk yang telah diciptakan oleh BMT UMY kantor pusat tersebut dapat diterima oleh masyarakat luas, hal yang harus dilakukan adalah promosi. Karena masyarakat atau nasabah perlu mengetahui kehadiran produk tersebut beserta dengan manfaat, harga, keunggulan atau kelebihan serta lokasi untuk memperoleh produk tersebut. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah, tujuan dari melakukan promosi

adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan oleh BMT UMY kantor pusat dan berusaha untuk menarik calon nasabah baru. Selain itu, promosi juga berfungsi untuk mengingatkan kepada nasabah akan produk-produk yang dimiliki oleh BMT UMY kantor pusat.

Promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli, dan pada akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra BMT UMY kantor pusat. Menurut (Kasmir, 2010:156) dalam praktiknya, paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh lembaga Keuangan Syariah untuk mempromosikan produk ataupun jasa.

1. Promosi melalui periklanan (*advertising*) dalam bentuk tayangan gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, *billboard*, koran, majalah, radio, televisi ataupun media sosial.
2. Promosi penjualan atau *sales promotion* digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga ataupun hadiah pada waktu tertentu, pada produk ataupun jasa tertentu pula.
3. Publisitas atau *publicity* merupakan kegiatan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra perusahaan ataupun lembaga keuangan syariah di depan para calon nasabah ataupun di depan nasabahnya melalui kegiatan *sponsorship* terhadap suatu kegiatan amal, kegiatan sosial ataupun olahraga.
4. Penjualan pribadi atau *personal selling* yaitu kegiatan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan perusahaan ataupun lembaga keuangan syariah tersebut dalam melayani serta ikut mempengaruhi nasabah.

