

STRATEGI POSITIONING BMT UMY KANTOR PUSAT

Misbahul Rizal Fajerial Anam

Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Jl. Brawijaya, Kasihan, Bantul, Yogyakarta. 55183

E-mail: misbahulrizalfajerialanam@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *positioning* yang diterapkan oleh *Baitul Maal Wa Tamwil* dengan studi kasus BMT UMY Kantor Pusat. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Philip Kotler dan Kevin Lane Keller bahwa tujuan *positioning* adalah menempatkan merek dalam pikiran konsumen untuk memaksimalkan potensi manfaat perusahaan. Pada penelitian ini, metode yang digunakan deskriptif kualitatif, adapun teknik analisis data yang digunakan adalah *Strengths, Weaknesses, Opportunities* dan *Threats* atau yang lebih dikenal dengan istilah SWOT. Dengan menggunakan analisis SWOT akhirnya didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa strategi *positioning* yang diterapkan oleh *Baitul Maal wa Tamwil* dengan studi kasus BMT UMY Kantor Pusat adalah memberikan pelayanan yang prima, tidak menerapkan denda keterlambatan, memiliki produk yang telah disesuaikan dengan syariah Islam serta memberikan bagi hasil yang cukup tinggi.

POSITIONING STRATEGY BAITUL MAAL WA TAMWIL

(Case Study at BMT UMY Head Office)

Abstract

This research aims to know the positioning strategy applied by *Baitul Maal Wa Tamwil* with a case study at BMT UMY Head Office. As revealed by Philip Kotler and Kevin Lane Keller that the purpose of positioning is to place the brand in the mind of consumers to maximize the potential benefits of the company. The method's research used was descriptive qualitative, while the data analysis techniques used were *Strengths, Weaknesses, Opportunities* and *Threats* or namely SWOT. By using SWOT analysis was obtained results that show the positioning strategy applied by *Baitul Maal wa Tamwil* with the case study BMT UMY Head Office is to provide excellent service, not apply late fines, have products that have been adapted to Islamic sharia and provide high enough profit sharing.

Keywords: Positioning Strategy, SWOT analysis, BMT UMY's head office

PENDAHULUAN

Baitul Maal Wa Tamwil atau BMT dapat dikategorikan dengan koperasi syariah, yakni lembaga ekonomi yang berfungsi untuk menarik, mengelola dan menyalurkan dana dari, oleh dan untuk masyarakat. Jika demikian, berarti BMT dapat disebut sebagai

lembaga swadaya ekonomi umat yang dibentuk dari, oleh dan untuk masyarakat. Selain itu, BMT juga merupakan lembaga pengelola dana masyarakat yang memberikan pelayanan tabungan, pinjaman kredit dan pembiayaan. BMT juga dapat berfungsi mengelola dana sosial umat di antaranya menerima titipan dana zakat, infak, sedekah dan wakaf. Semua produk pelayanan dan jasa dari BMT dilakukan menurut ketentuan syariah, yakni *profit and loss-sharing* atau prinsip bagi hasil¹. Adapun sebagai lembaga keuangan yang dikelola secara professional, maka BMT harus menganut prinsip manajemen dan mampu mengikuti trend perkembangan lingkungan bisnisnya, sehingga tidak mengalami ketertinggalan serta terus melakukan inovasi produk guna merebut pasar. Secara garis besar, fungsi manajemen tersebut dibedakan menjadi *planning, actuating, organizing, controlling*².

Kehadiran *Baitul Maal Wa Tamwil* atau BMT juga dapat menjadi antithesis dari ungkapan bahwa bisnis dan sosial tidak dapat bergabung. Mengelola bisnis dengan sistem sosial memang akan berdampak negatif bagi lembaga bisnis, sebaliknya mengelola kegiatan sosial dengan pendekatan bisnis dapat mengurangi makna sosialnya. Namun sistem BMT dengan memadukan keduanya bukan berarti mencampur adukkan antara sosial dan bisnis, keselarasan antara sosial dan bisnis dijalankan dengan sistem manajemen yang terpisah. Dasar falsafah pengelolaan dana sosial BMT harus berdasarkan pada prinsip-prinsip manajemen yang profesional³. Salah satu BMT yang menjalankan bisnis dan sosial secara profesional adalah *Baitul Maal Wa Tamwil* Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atau yang lebih dikenal dengan sebutan BMT UMY. Lahirnya BMT UMY didasarkan pada sebuah pemikiran akan pentingnya menumbuhkan pemahaman yang baik terhadap praktik-praktik keuangan syariah yang merupakan model pengelolaan ekonomi berlandaskan Agama Islam, serta menjalankan sebuah amanah yang lahir dari hasil Mukhtamar Muhammadiyah yang ke 46 dan sekaligus bertepatan dengan hari perayaan satu abad perserikatan Muhammadiyah.

Oleh sebab itu, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang merupakan sebuah institusi pendidikan berinisiatif untuk mendirikan sebuah lembaga ekonomi atau lembaga

¹ Ahmad Hasan Ridwan.2013:35

² Muhammad Ridwan.2014:129

³ Muhammad Ridwan.2014:181

keuangan nonperbankan yang berlandaskan pada syariah atau Agama Islam, lembaga tersebut kemudian diberi nama *Baitul Maal Wa Tamwil* Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atau lebih mudah disebut dengan sebutan BMT UMY. Diperkenalkan pada forum orasi budaya oleh Prof. Dr. B.J Habibie yang diselenggarakan di gedung sportorium universitas muhammadiyah Yogyakarta pada awal bulan Februari tahun 2011, dan pada tanggal 16 Mei tahun 2011 maka BMT UMY diresmikan oleh Jusuf Kalla. Seiring bertambahnya waktu, saat ini BMT UMY memiliki tiga kantor yang terdiri dari satu kantor pusat dan dua kantor cabang. Adapun yang menjadi objek penulisan dalam penelitian ini adalah BMT UMY Kantor Pusat yang terletak pada jalan Ibu Ruswo, Nomor 41, Yudonegaran, Gondomanan, Yogyakarta.

Akan tetapi hingga kini, tidak semua masyarakat memandang lembaga keuangan syariah secara umum dan khususnya BMT UMY kantor pusat, sebagai suatu lembaga yang mempunyai nilai lebih jika dibandingkan dengan lembaga keuangan lainnya (konvensional). Hal ini terbukti dengan masih banyaknya pandangan miring terhadap keberadaan lembaga keuangan syariah itu sendiri, bahkan dari hasil-hasil penelitian terdahulu didapatkan hasil bahwa masih banyak masyarakat yang beranggapan lembaga syariah tidak ada bedanya dengan lembaga keuangan konvensional. Selain itu, diantara penyebab pandangan dan persepsi miring masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah pada umumnya dan khususnya BMT UMY kantor pusat adalah masih banyaknya kesalahan pemahaman masyarakat mengenai lembaga keuangan syariah, kurangnya sumber daya manusia (SDM) dan tenaga ahli dalam mendukung perkembangannya. Selain itu, yang menjadi persoalan pokok yang sering menjadi sebab utama persepsi masyarakat adalah ketidaksesuaian antara semangat syariah yang ada dengan praktik yang dilakukan oleh lembaga keuangan syariah⁴. Oleh sebab itu, untuk menghindari serta mengikis persepsi yang kurang baik masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah khususnya BMT UMY kantor pusat, maka diperlukanlah jalinan komunikasi yang baik guna menciptakan *image* serta menempatkan posisi (*positioning*) yang baik pada masyarakat.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, maka penelitian ini akan lebih fokus membahas **“STRATEGI POSITIONING BAITUL MAAL WA TAMWIL Studi Kasus Pada BMT**

⁴ Ahmad Sumiyanto.2008:31

UMY Kantor Pusat". Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisa strategi *positioning* yang telah diterapkan oleh BMT UMY kantor pusat serta menentukan strategi alternatif untuk BMT UMY kantor pusat. Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi BMT UMY kantor pusat ataupun pihak-pihak terkait pada lembaga tersebut dalam menentukan strategi *positioning* di masa mendatang.

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis deskriptif kualitatif, penggunaan format deskripsi kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, sebagai situasi ataupun berbagai fenomena realitas sosial yang ada pada masyarakat sebagai objek penelitian dan berupaya menarik realitas itu kepermukaan sebagai ciri, karakter, sifat, model, tanda ataupun gambaran tentang kondisi, situasi ataupun fenomena tertentu. Format deskriptif pada umumnya dilakukan pada penelitian dalam bentuk studi kasus⁵.

B. Subjek & Objek Penelitian.

Subjek dalam penelitian ini adalah BMT UMY kantor pusat, khususnya devisi *marketing* ataupun bagian-bagian lain yang erat hubungannya dengan penelitian ini. Selanjutnya peneliti melakukan wawancara untuk mendapatkan informasi dan penjelasan yang lebih terperinci mengenai penerapan strategi *positioning* yang telah dilakukan oleh pihak BMT UMY kantor pusat. Adapun yang menjadi objek penelitian adalah *Strategi Positioning* yang diterapkan oleh pihak BMT UMY kantor pusat.

C. Sumber Data.

1. Sumber Data Primer.

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian (sumber). Adapun sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara terhadap pihak *marketing* BMT UMY kantor pusat ataupun pihak-pihak terkait yang dapat memberikan informasi terkait dengan strategi *positioning* yang diterapkan oleh BMT UMY kantor pusat.

⁵ Buhrin Bungin.2007:68

2. Sumber Data Sekunder.

Data sekunder merupakan sumber tidak langsung yang mampu memberikan data kepada pengumpul data baik melalui orang (personal) ataupun dokumen. Dalam pengumpulan data sekunder, peneliti membedakannya menjadi dua data yang berbeda, yaitu data sekunder yang berasal dari *internal* dan *eksternal*. Data sekunder yang berasal dari internal merupakan kegiatan pengumpulan informasi dari BMT UMY kantor pusat yang relevan dengan penelitian ini, adapun data sekunder eksternal yaitu pengumpulan data dengan mempelajari referensi, literatur serta hal-hal lain yang relevan dengan penelitian ini.

D. Teknik Pengumpulan Data.

1. Observasi.

Observasi dilakukan secara langsung pada subjek penelitian yaitu BMT UMY kantor pusat. Observasi tersebut dilakukan dalam bentuk pengamatan lokasi, pengamatan terhadap aktifitas para staf-staf dalam melayani para nasabah, serta pengamatan terhadap periklanan yang telah diterapkan oleh pihak BMT UMY kantor pusat.

2. Wawancara.

Pada penelitian ini, wawancara dilakukan dengan cara *in-depth interview* atau wawancara yang mendalam terhadap pihak *marketing* ataupun pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Hal tersebut bertujuan agar data yang diperoleh dapat menggambarkan dengan lebih jelas mengenai strategi *positioning* yang diterapkan oleh pihak BMT UMY kantor pusat.

3. Dokumentasi.

Dokumentasi pada penelitian ini berupa melakukan pencarian mengenai hal-hal yang berupa catatan-catatan ataupun dokumen-dokumen yang terdapat pada lokasi penelitian atau subjek penelitian, seperti sejarah berdirinya BMT UMY Kantor Pusat, visi & misi, serta dokumen-dokumen lain yang dapat menunjang dalam penelitian ini.

E. Teknik Analisis Data.

Setelah semua data yang dibutuhkan dalam penelitian telah terpenuhi, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisa data tersebut guna mengetahui gambaran tentang kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dari BMT UMY kantor pusat.

Oleh sebab itu, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan singkatan dari lingkungan internal *Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats*⁶.

HASIL DAN 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 Mukhtar Muhammadiyah ke 46, bertepatan pula dengan peringatan Satu Abad Perserikatan Muhammadiyah, maka Universitas Muhammadiyah Yogyakarta melakukan inisiatif untuk mendirikan sebuah lembaga ekonomi nonperbankan yang bersifat informal dengan prinsip Syariah, lembaga tersebut kemudian diberi nama *Baitul Maal Wa Tamwil* Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atau yang lebih dikenal oleh masyarakat dengan sebutan BMT UMY. Pada bulan Februari tahun 2011 dilakukan *soft launching* pada forum orasi budaya oleh Prof. Dr. B.J Habibie yang diselenggarakan di gedung sportorium universitas muhammadiyah yogyakarta. Setelah menempati kantor yang *representative* di Gedung K.H. A.R Fakhruddin B, maka pada tanggal 16 Mei tahun 2011 dilakukan peresmian BMT UMY oleh Bapak Jusuf Kalla.

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. Semuanya terbungkus rapi dalam *tagline* yang diusung oleh BMT UMY yaitu “Cakap & Terpercaya”. Saat ini BMT UMY telah memiliki dua kantor cabang yang berlokasi pada kampus terpadu universitas muhammadiyah yogyakarta, terletak pada gedung AR. Fachrudin B lantai dasar dan di Jalan Dr Wahidin Sudirohusodo, RT 13/RW 05 Mlati Dukuh Sendangadi, Mlati,

⁶Freeddy Rangkuti, 2014:20.

Sleman, Yogyakarta. Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah BMT UMY kantor pusat yang terletak pada jalan Ibu Ruswo Nomor 41, Yudonegaran, Gondomanan, kota Yogyakarta.

B. Visi dan Misi BMT UMY Kantor Pusat.

Setiap perusahaan, kelompok, lembaga bahkan perkumpulan tentu memiliki visi dan misi, karena hal tersebut merupakan ideologi yang menjadi cerminan dari lembaga tersebut. Adapun visi dan misi dari BMT UMY kantor pusat adalah sebagai berikut:

1. Visi BMT UMY Kantor Pusat

- a. Menjadi *Baitul Maal Wa Tamwil* 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 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 berbasis komunitas untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas usaha

C. Produk Simpanan BMT UMY Kantor Pusat.

Secara umum produk-produk dari BMT UMY kantor pusat dapat dibedakan menjadi dua bagian, yaitu produk penghimpun dana (*funding*) dalam bentuk tabungan atau simpanan dan produk penyalur dana (*lending*) atau pembiayaan. Adapun jenis tabungan atau simpanan dari BMT UMY kantor pusat dalam adalah sebagai berikut:

1. Simpanan *Mudharabah*.

Prinsip *mudharabah* dalam kerangka penghimpunan dana adalah menyimpan dana bertindak sebagai *shahibul maal* dan BMT bertindak sebagai *mudharib*. Dana tersebut kemudian dimanfaatkan oleh BMT dalam bentuk

pembiayaan berupa *murabahah* (jual beli) maupun *sirkah* (perkongsian). Dalam akad *mudharabah* kepercayaan merupakan hal yang paling mendasar dan utama, sehingga *shahibul maal* tidak diperkenankan melakukan intervensi dalam bentuk apapun selain melakukan pengawasan (*controlling*)⁷. Pada praktiknya di lapangan, mitra melakukan akad investasi *mudharabah mutlaqah* dengan pihak BMT UMY kantor pusat (*shahibul maal*) dan menyerahkan dana yang hendak diinvestasikan. Kemudian dana tersebut kemudian dikelola dalam bentuk usaha atau proyek jual beli barang dan jasa secara kredit maupun kerjasama usaha dengan mitra lain. Dari kegiatan tersebut BMT UMY kantor pusat mendapatkan hasil berupa keuntungan yang kemudian akan dibagi kepada mitra (*shahibul maal*) berdasarkan nisbah yang telah disepakati bersama⁸.

Secara umum akad *mudharabah* terbagi menjadi dua, yakni *mudharabah muthlaqah* dan *mudharabah muqayyadah*. Adapaun yang dimaksud dengan *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. Para ulama-ulama *fiqih* seringkali mencontohkan dengan ungkapan “*if’al ma syi’ta*” yang artinya lakukanlah sesukamu. 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 usaha⁹.

2. Simpanan *Wadiah*.

Wadiah dapat diartikan sebagai titipan murni satu pihak kepada pihak yang lain baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja saat penitip menghendaknya. Prinsip dasar *wadiah* menyebutkan bahwa seorang penitip wajib membayar seluruh biaya yang dikeluarkan pihak yang dititipi untuk keperluan pemeliharaan barang tersebut. Dengan demikian,

⁷ Ahmad Sumiyanto.2008:113.

⁸ <http://bmtumy.com/simpanan>

⁹ Antonio Syafi’i.2001:97.

maka BMT diperbolehkan memungut biaya administrasi dari anggota yang menitipkan hartanya atau dana pada BMT sebagai imbalan jasa yang telah diberikan BMT dalam memelihara keamanan harta tersebut. Adapun besarnya biaya ditentukan berdasarkan parameter yang wajar dalam dunia ekonomi¹⁰. Akad *wadiah* terbagi menjadi dua, yaitu *wadiah yad amanah* dan *wadiah yad dhamanah*.

Wadiah yad amanah adalah akad penitipan barang atau uang tetapi pihak BMT tidak memiliki hak untuk mendayagunakan titipan tersebut. Atas pengembangan produk ini, maka BMT dapat mensyaratkan adanya upah jasa atau *fee* kepada penitip (*muwaddi'*) sebagai biaya admisintrasi serta imbalan atas pengamanan dan pemeliharaan. Besaran upah jasa atau *fee* tersebut sangat bergantung pada jenis barang dan waktu lamanya penitipan. Prinsip *wadiah* yang seperti ini sering berlaku pada bank dalam bentuk jasa kotak penyimpanan atau *safe-deposit box*). Adapun pada BMT, hal tersebut belum berlaku mengingat kapasitas BMT yang masih relatif kecil untuk menerapkan hal tersebut¹¹. *Wadiah yad dhamanah* adalah penyerahan dana atas seizin penitip dan BMT dapat mengelolanya untuk tujuan komersial, sehingga bila diperoleh keuntungan dari aktifitas tersebut selanjutya BMT dapat memberikan *hibah* atau bonus yang nominalnya tidak boleh ditetapkan di muka dengan kalkulasi angka-angka rupiah atau persentase atas nilai pokok dana *wadiah*.

Akan tetapi sebaliknya, jika mengalami kerugian dari aktifitas tersebut maka yang menanggung kerugian adalah BMT, sehingga *wadiah* ini lazimnya dikenal dalam istilah *fiqh* dengan sebutan titipan dengan resiko ganti rugi atau *wadiah yad amanah*¹². Pada aplikasinya BMT UMY kantor pusat melakukan akad *wadiah yad dhamanah* dengan mitra atau nasabah, kemudian mitra menitipkan dananya dan mengizinkan untuk dimanfaatkan oleh BMT UMY

¹⁰ Ahmad Sumiyanto.2008:110.

¹¹ *Ibid*, hal 111.

¹² *Ibid*.hal 112.

kantor pusat, selanjutnya BMT UMY kantor pusat menjamin pengembalian dana mitra apabila dana tersebut hendak ditarik sewaktu-waktu.

3. Simpanan *Amanah*.

Simpanan *amanah* merupakan simpanan yang menggunakan akad *wadiah yad dhamanah*, mitra atau nasabah sebagai penitip dana memberikan izin kepada BMT UMY kantor pusat untuk memanfaatkan dana tersebut dengan catatan dapat ditarik atau diambil sewaktu-waktu. Oleh karena simpanan atau tabungan ini menggunakan akad *wadiah yad dhaman*, maka BMT UMY kantor pusat tidak menjanjikan pemberian 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 program simpanan ini minimal sepuluh ribu rupiah (Rp 10.000)¹³.

4. Simpanan *Barokah*.

Simpanan *barokah* merupakan simpanan yang menggunakan akad *mudharabah mutlaqah*, yakni tidak memiliki pembatasan bagi BMT UMY kantor pusat selaku *mudharib* untuk menggunakan dana yang diserahkan oleh mitra atau *shahibul maal*. Pada program simpanan ini, setoran dapat dilakukan sewaktu-waktu namun penarikannya hanya dapat dilakukan setelah melewati periode tutup buku. Sebagai bentuk apresiasi kepada mitra atau *shahibul maal*, BMT UMY kantor pusat memberikan nisbah bagi hasil sebesar 20% dari keuntungan BMT UMY kantor pusat. Akan tetapi konsekuensi yang harus diterima oleh mitra adalah menanggung kerugian secara proporsional atau dengan kata lain sebesar porsi modal jika usaha ataupun proyek tersebut mengalami kegagalan. Mitra atau nasabah dikenakan biaya sebesar seribu rupiah (Rp 1000) setiap bulan untuk pemeliharaan sistem, dan untuk setoran awal minimal sepuluh ribu rupiah (Rp 10.000)¹⁴.

5. Simpanan *Barokah* Berjangka.

¹³ <http://bmtumy.com/simpanan/>

¹⁴ Ibid.

Tidak jauh berbeda dengan tabungan *barokah*, perbedaannya hanya terletak pada setoran yang hanya dapat dilakukan satu kali pada saat pembukaan rekening simpanan, adapun untuk 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 (3 bulan), 30% untuk enam bulan (6 bulan), 40% untuk dua belas bulan (12 bulan) dan 50% untuk jangka dua puluh empat bulan (24 bulan). Adapun untuk setoran awal simpanan atau tabungan barokah berjangka adalah minimal satu juta rupiah (Rp 1.000.000)¹⁵.

6. Simpanan Pendidikan.

Simpanan pendidikan merupakan program tabunahn yang diperuntukan bagi anggota pelajar guna mendukung rencana pendidikannya. Berbeda halnya dengan simpanan *amanah* ataupun *barokah*, penarikan simpanan pendidikan hanya dapat dilakukan saat memasuki tahun ajaran baru atau selama masa pendidikan sesuai kesepakatan. Setoran awal simpanan pendidikan minimal dua puluh ribu rupiah (Rp 20.000) dan setoran selanjutnya minimal sepuluh ribu rupiah (Rp 10.000). Adapun nisbah bagi yang ditetapkan oleh BMT UMY kantor pusat pada produk simpanan ini adalah 18% dari pendapatan¹⁶.

7. Simpanan *Qurban & Aqiqah*.

Simpanan *qurban* dan *aqiqah* merupakan simpanan yang diperuntukan bagi mitra atau nasabah guna mewujudkan niatnya untuk beribadah *qurban*, serta melaksanakan perintah Allah yang lain berupa *aqiqah* ketika dikarunia momongan. Pada simpanan ini penarikan 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 untuk simpanan *aqiqah*, penarikannya hanya dapat dilakukan tujuh hari menjelang acara *aqiqah* tersebut. Setoran awal untuk simpanan *qurban* dan

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Ibid.

aqiqah adalah minimal dua puluh ribu rupiah (Rp 20.000) dan setoran selanjutnya minimal sepuluh ribu rupiah (Rp 10.000). Nisbah bagi hasil yang diberikan oleh BMT UMY pada dua produk simpanan atau tabungan ini sebesar 18% dari pendapatan BMT UMY kantor pusat¹⁷.

8. Simpanan Haji & Umroh.

Simpanan haji dan umroh merupakan sebuah program simpanan yang disusun oleh BMT UMY kantor pusat untuk mempermudah para mitra atau nasabah guna mewujudkan niat beribadah haji ataupun umroh. Pada program tabungan ini, BMT UMY kantor pusat membrerikan bagi hasil sebesar 18% dari keuntungan, dan setoran awal program simpanan ini minimal seratus ribu rupiah (Rp 100.000) dan setoran selanjutnya minimal lima puluh ribu rupiah (Rp 50.000). Adapun untuk penarikan hanya dapat dilakukan menjelang haji ataupun umroh.

9. Simpanan *Walimah*.

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

D. Produk Pembiayaan BMT UMY Kantor Pusat.

1. Pembiayaan *Musyarokah*.

Pembiayaan *musyarokah* merupakan kegiatan kerjasama atau perkongsian antara BMT dan anggota yang modalnya berasal dari kedua belah pihak, dan keduanya sepakat dalam keuntungan dan resiko. BMT akan menyertakan modal kedalam proyek atau usaha yang diajukan setelah mengetahui besarnya partisipasi anggota. Nisbah bagi hasil dihitung dari proporsional dalam

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Ibid.

penyertaan modal dan dalam 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 pasif¹⁹. Pada aplikasinya, BMT UMY kantor pusat dan anggota melakukan kerjasama usaha dengan penggabungan modal dari kedua pihak dan hasil keuntungan dari usaha ataupun proyek tersebut dibagi dua dengan porsi yang telah disepakati²⁰.

2. Pembiayaan *Murabahah*.

Berbeda dengan akad *musyarokah*, 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 tambahannya²¹. Menurut ulama *fiqih* terdahulu istilah *murabahah* adalah bagian dari jual-beli amanah, dimana penjual menyebut harga pokok barang dan mensyaratkan laba sekian kepada pembeli²². Dalam aplikasinya, mitra menyampaikan kebutuhan barang yang diinginkan 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 barang²³. Hal yang perlu diperhatikan, 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 belum memiliki barang tersebut yang merupakan objek *murabahah* (jual-beli)²⁴.

¹⁹ Muhammad ridwan.2014:164

²⁰ <http://bmtumy.com/pembiayaan/>

²¹ Antonio Syafi'i.2001:101

²² Erwandi Tarmizi.2018:437.

²³ <http://bmtumy.com/pembiayaan/>

²⁴ Erwandi Tarmizi.2018:447.

3. Pembiayaan *Isthisna*.

Akad *isthisna* 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*, *isthisna* merupakan suatu jenis khusus dari akad *bai' as-salam*. Akad ini dipergunakan pada bidang manufaktur, dengan demikian ketentuan *isthisna* mengikuti ketentuan dan aturan *bai' as-salam*²⁵. 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 (*musthasni*) dan penjual (*shani*)²⁶.

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 cicilan²⁷. Dalam aplikasinya, 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 dan BMT UMY kantor pusat membangun atau merenovasi rumah sesuai dengan Rencana Anggaran Biaya (RAB) bangunan yang telah disepakati.

E. Produk Layanan BMT UMY Kantor Pusat.

1. Layanan Reservasi Tiket Pesawat & Kereta Api.

²⁵ Antonio Syafi'i.2001:113.

²⁶ Adiwarmarman Karim.2007:126

²⁷ Ibid.

BMT UMY kantor pusat tidak hanya menyediakan produk dalam bentuk simpanan dan pembiayaan, namun BMT UMY kantor pusat juga telah menyediakan program layanan-layanan yang lain. Adapun program tersebut adalah *reservasi* ataupun pemesanan tiket pesawat dan kereta api secara *online* seperti yang dilakukan oleh kantor layanan *tour and travel* ataupun beberapa *minimarket* yang ada pada saat ini.

2. Layanan Pembayaran *Online*.

Sebagai upaya untuk memenuhi segala kebutuhan nasabah atau mitra, BMT UMY kantor pusat menyediakan layana pembayaran berbasis *online*, seperti pembayaran listrik pasca bayar, listrik PLN Prabayar, PDAM, TV langganan, telephon, speedy internet, pulsa GSM dan cicilan motor.

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

Guna memudahkan dalam memahami keunggulan, kelemahan peluang dan ancaman yang dimiliki oleh BMT UMY kantor pusat, maka akan disajikan dalam bentuk tabel. Adapun tabel tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1

Diagram Matrik Analisis SWOT BMT UMY Kantor Pusat

	Strengths (S)	Weaknesses (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Legal secara hukum nasional. 2. Memiliki produk yang telah disesuaikan dengan syariat Islam. 3. Berada di bawah pengawasan Dewan Syariah Nasional. 4. Memiliki tenaga kerja yang terampil. 5. Memberikan layanan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minim dalam melakukan kegiatan promosi. 2. Belum menerapkan pembiayaan <i>mudharabah</i>.

	yang prima (<i>service excellent</i>)	
<p>Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki <i>Brand image</i> yang baik di masyarakat. 2. Tidak menerapkan denda keterlambatan (<i>penalty</i>). 3. Fatwa MUI tentang pengharaman bunga bank (<i>interest</i>). 4. Memberikan bagi hasil yang cukup tinggi. 5. Melakukan kegiatan sosial. 	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperluang market share. 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah produk baru.
<p>Threats (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rendahnya pengetahuan masyarakat tentang sistem dan produk lembaga keuangan Syariah. 2. Bertambahnya para pesaing. 3. Semakin maraknya layanan produk perbankan berbasis <i>online</i>. 	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan strategi jempit bola. 2. Menyediakan aplikasi <i>mobile phone</i>. 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan promosi melalui media cetak, elektronik dan media <i>outdoor</i>.

G. Strategi *Positioning* BMT UMY Kantor Pusat.

Penempatan posisi atau *positioning* sering diartikan sebagai sebuah strategi untuk memenangkan dan menguasai benak pelanggan melalui produk yang ditawarkan, akan tetapi *positioning* juga dapat diartikan sebagai “*the strategy to lead your customer credibly*” yaitu upaya untuk mengarahkan pelanggan dengan cara kredibel. Dengan kata lain, semakin dapat dipercaya atau kredibel di mata pelanggan maka semakin kukuh pula *positioning* tersebut. Namun pada hakikatnya, jika suatu perusahaan telah melakukan *positioning* maka perusahaan tersebut telah melakukan janji kepada semua pelanggan. Adapun strategi *positioning* yang telah diterapkan oleh BMT UMY kantor pusat adalah

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

Lembaga keuangan Syariah tidak dapat dipisahkan dari konsep Syariah yang mengatur produk dan operasionalnya, konsep dasar tersebut kemudian dijadikan sebagai pijakan dalam mengembangkan produk dari lembaga keuangan Syariah tersebut. Selain itu produk lembaga keuangan syariah memiliki konsekuensi duniawi dan *ukhrowi* atau akhirat, karena akad-akad yang dilakukan berlandaskan pada hukum Agama Islam. Adapun untuk lebih jelas mengenai produk beserta akadnya, maka dapat dilihat pada bagian sebelumnya.

2. Memiliki Tenaga Kerja yang Terampil.

pada saat ini, tenaga kerja atau sumberdaya manusia bukan lagi dianggap sebagai beban atau *cost*, namun dianggap sebagai asset perusahaan. Karena sumberdaya manusia yang berada dalam BMT merupakan sumber keunggulan (*distinctive advantage*) yang tidak bisa ditiru oleh entitas bisnis yang lain.

3. Tidak Menerapkan Denda Keterlambatan (*penalty*).

Sebagai solusi keuangan bagi masyarakat lapisan ekonomi tingkat bawah, BMT UMY kantor pusat tidak menerapkan denda keterlambatan (*penalty*) terhadap nasabahnya jika terjadi keterlambatan dalam memenuhi kewajibannya. Ketentuan tersebut didasarkan pada kaidah *fiqih* bahwa “Setiap pinjaman atau hutang yang memberikan keuntungan bagi pemberi pinjaman adalah *riba*”. Sebagai solusi pembiayaan bermasalah atau yang lebih dikenal dengan istilah pembiayaan macet,

BMT UMY menerapkan sistem *rescheduling*, *reconditioning* dan *restructuring* atau yang dikenal dengan istilah 3R.

4. Memberikan Bagi Hasil yang Cukup Tinggi.

Bagi hasil atau *profit sharing* atau dapat diartikan dengan pembagian laba. 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 dan lain sebagainya. Adapun besaran bagi hasil yang diberikan oleh BMT UMY kantor pusat adalah sebagai berikut:

Tabel 2
Tabel Produk & Bagi Hasil BMT UMY Kantor Pusat.

NO	Jenis Simpanan	Bagi Hasil
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%

5. Menerapkan Layana Prima (*Service Excellent*)

Memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah merupakan fokus utama BMT UMY kantor pusat, hal tersebut tercermin dari *tagline* yang diusung yaitu “Cakap & Terpercaya”.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.

Dari hasil uraian-uraian pada bagian sebelumnya, maka penelitian ini dapat disimpulkan bahwa penempatan posisi atau *positioning* yang dilakukan oleh BMT UMY guna memenangkan pasar adalah:

1. Memiliki produk yang sesuai syariat Islam.
2. Memiliki tenaga kerja yang terampil.
3. Tidak menerapkan sistem denda keterlambatan (*penalty*).
4. Memberikan bagi hasil yang cukup tinggi.
5. Menerapkan layanan prima (*service excellent*).

B. Saran.

Salah satu problematika yang dihadapi oleh *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) pada umumnya dan khususnya BMT UMY kantor pusat adalah masih membidik sasaran pada kalangan masyarakat yang loyal terhadap Syariah semata atau yang hanya fanatic agama, sehingga yang dikedepankan lebih fokus pada emosional keagamaan dari pada pertimbangan rasional. Hal-hal yang dikomunikasikan kepada masyarakat masih mengedepankan tentang halal dan haram atau masih seputar *riba*. Pendekatan yang seperti ini tidak akan bertahan pada waktu yang lama ataupun jangka panjang, alasan yang mendasarinya adalah jumlah populasi yang fanatik agama jauh lebih sedikit jika dibandingkan dengan populasi yang mengambang. Populasi yang mengambang pada umumnya akan mencari lembaga keuangan yang dapat memberikan nilai-nilai yang lebih tinggi. Oleh sebab itu, BMT UMY kantor pusat juga harus mengkomunikasikan kepada masyarakat yang lebih menekankan pada aspek-aspek rasional, seperti pelayanan yang lebih baik, aman, terpercaya, lebih menguntungkan, profesional dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA.

- Antonio, M. Syafi'i. 2001. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Depok. Gema Insani.
- Bungin, M. Burhan. 2009. *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta. Kencana.
- Karim. Adiwarmam. 2007. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada

Rangkuti, Freddy. 2014. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.

Ridwan, Ahmad Hasan. 2013. *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*. Bandung. CV Pustaka Setia.

Ridwan, Muhammad. 2004. *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*. Yogyakarta. UII Press.

Sumiyanto, Ahmad. 2008. *BMT Menuju Koperasi Modern Panduan untuk Pemilik, pengelola dan Pemerhati Baitul Maal wat Tamwiil dalam Format Koperasi*. Yogyakarta. ISES Publishing.

Tarmidzi, Erwandi. 2018. *Harta-harta Muamalat Kontemporer*. Bogor. PT. Berkat Mulia Insani.

<http://bmtumy.com/pembiayaan>.

<http://bmtumy.com/simpanan>.