

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum BMT Bina Ihsanul Fikri**

##### **1. Profil BMT Bina Ihsanul Fikri**

KSPS BMT Bina Ihsanul Fikri merupakan lembaga keuangan dengan pola bagi hasil yang dimiliki oleh masyarakat. Didirikan pada tahun 1996 di Gedongkuning Yogyakarta. KSPS BMT BIF didirikan karena banyaknya usaha kecil yang kebutuhan modalnya dicukupi oleh rentenir dan lintah darat yang notabene suku bunganya sangat besar. Disamping itu, kecenderungan dakwah islam belum menyentuh kebutuhan ekonomi, sehingga misi dakwah belum terasa sempurna. Keprihatinan ini mendorong niat BMT BIF untuk segera merealisasikan berdirinya KSPS BMT BIF. Sehingga pada tanggal 11 Maret 1997 mendapatkan badan hukum no 159BHKWK.12V1997 tanggal 15 Mei 1997.

Pada prinsipnya usaha KSPS BMT BIF dibagi menjadi dua yakni *Baitul Maal* (usaha sosial) dan *Baitul Tamwil* (usaha bisnis). Usaha sosial ini bergerak dalam penghimpunan dana zakat, infaq dan sedekah serta mentasyarufkannya kepada delapan ashnaf. Skala prioritasnya untuk pengentasan kemiskinan melalui program ekonomi produktif dan beasiswa. Sedangkan usaha bisnisnya bergerak dalam pemberdayaan ekonomi kelas bawah dengan intensifikasi penarikan dan penghimpunan

dana masyarakat dalam bentuk tabungan dan deposito berjangka serta menyalurkannya dalam bentuk pembiayaan/kredit kepada pengusaha kecil dan kecil kebawah dengan sistem bagi hasil.

## **2. Visi dan Misi**

Visi:

Lembaga keuangan syariah yang sehat dan unggul dalam memberdayakan umat.

Misi:

- a. Menerapkan nilai syariah untuk kesejahteraan bersama
- b. Memberikan pelayanan yang terbaik dalam jasa keuangan mikro syariah
- c. Mewujudkan kehidupan umat yang islami

## **3. Moto BMT BIF**

“Adil dan menguntungkan”

## **4. Tujuan**

Tujuan:

- a. Meningkatkan kesejahteraan anggota, pengelola dan umat
- b. Turut berpartisipasi aktif dalam mebumikan ekonomi umat
- c. Menyediakan permodalan islami bagi usaha mikro (Sumber: Visi dan Misi BMT BIF, [www.BMT-BIF.co.id](http://www.BMT-BIF.co.id) diakses pada hari selasa, 11 Oktober 2018)

## **5. Struktur Organisasi**

Susunan Kepengurusan Periode 2014-2018:

**Pengurus**

Ketua	:M. Ridwan, SE, M.
Sekretaris	:Supriyadi, SH, MM
Bendahara	:Saifu Rijal, SH, MM

**Pengawas**

Pengawas Manajemen	:Ir. Sushardi, SKH, MP Hadi Muhtar, SE, MM Ir. Fuad Abdullah
Pengawas Syariah	:DR. Hamin Ilyas, MA Nurrudin, MA Ahmad Arif Rifan, MSI

**Pengelola**

Direktur	:M.Ridwan,SE,M.Ag
Manager cabang Kota I	:Saifu Rijal, SH, MM
Manager cabang Nitikan	:Yudana Octy S, SE
Manager cabang Bugisan	:Sutardi, SH, MM
Manager cabang Pleret	:Heni Purnoko, A.Md
Manager cabang Parangtritis	:Sudarmanto, S.Ag
Manager cabang Berbah	:Nur Astuti R., SE
Manager cabang Tajem	:Yeni Mastuti I., SE

Manager cabang Gamping	:Hendra Cahyono, S.SI
Manager cabang Sleman Kota	:Anton Supriyanto, S.So
Manager cabang Kulon Progo	:Rina Putra L., SE
Manager cabang Gunung Kidul	:Abdul Aziz, S.SI

## 6. Produk BMT BIF

BMT Bina Ihsanul Fikri memiliki beberapa pilihan produk penghimpun dana dan penyaluran dana, diantaranya:

### a. Produk Penghimpunan Dana

Dalam rangka memberikan pelayanan yang terbaik bagi anggota. BMT BIF mengembangkan produk penghimpuna dana ke dalam:

#### 1) Tabungan umum

Tabungan umum merupakan simpanan anggota yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat untuk keperluan sehari-hari. (brosur BMT BIF).

#### 2) Tabungan Pendidikan/Siarif

Tabungan pendidikan digunakan untuk keperluan pendidikan, dengan penyetoran dilakukan secara harian atau mingguan. Pengambilan dilakukan pada saat membutuhkan biaya pendidikan yang sebelumnya telah disesuaikan dengan kesepakatan. (brosur BMT BIF).

#### 3) Tabungan Qurban

Tabungan qurban merupakan tabungan yang digunakan untuk

pelaksanaan ibadah qurban atau aqiqah. Penyetoran dapat dilakukan harian atau bulanan, sedangkan pengambilannya hanya dilakukan menjelang idul qurban atau pada saat aqiqah. (brosur BMT BIF).

4) Tabungan Haji dan Umrah

Tabungan haji merupakan tabungan yang dimaksudkan untuk persiapan ibadah haji. Penyetoran dapat dilakukan secara harian atau mingguan, waktu pengambilan dapat dilakukan pada saat pelaksanaan ibadah haji. (brosur BMT BIF).

5) Tabungan Walimah

Tabungan walimah digunakan untuk keperluan pernikahan, khitanan dan semacamnya. Penyetoran dapat dilakukan secara harian atau mingguan. (brosur BMT BIF).

6) Tabungan Berjangka (Tabah)

Merupakan tabungan berjangka mudharabah baik individu maupun lembaga sesuai dengan syariah. Jangka waktu Tabah-Deposito Mudharabah minimal 3 bulan sampai 1 tahun.(brosur BMT BIF).

7) Produk Obligasi Syariah

Obligasi syariah merupakan surat pengakuan kemitraan-investasi dalam jangka panjang dengan sistem bagi hasil. Penyimpan akan mendapatkan bagi hasil setiap bulan yang umumnya lebih besar

dari deposito. Jangka waktu minimal satu tahun, dengan nilai minimal Rp. 1000.000. (profil BMT BIF 2017).

#### 8) Penyertaan Musyarakah

Penyertaan musyarakah merupakan bukti penyertaan modal pada BMT BIF Group atau sejenis sertifikat pendiri yang besarnya akan ditetapkan setiap tahunnya. Pemegang rekening merupakan pemilik yang terbatas atas KSPPS BMT BIF. Jangka waktu minimal satu tahun dan hanya dapat diambil setelah disetujui forum musyawarah tahunan. Besarnya satu lembar penyertaan setiap tahun akan ditinjau ulang dan selama tahun 2004 dijual dengan harga perlembar Rp. 500.000. (profil BMT BIF 2017).

#### 9) Wakaf Tunai

Wakaf dalam bentuk uang yang diserahkan kepada panti asuhan dan diinvestasikan di KSPPS BMT BIF. Setiap bulan hasil investasinya disalurkan untuk membiayai/ bea siswa sekolah anak-anak panti asuhan. (profil BMT BIF 2017)

### b. Produk Pembiayaan Syariah

Produk pembiayaan yang ada di BMT BIF antara lain:

#### 1) Pembiayaan Mudharabah (modal 100% dari BMT BIF)

Manfaat yang diperoleh:

- a) Pembiayaan untuk pengembangan usaha anggota
- b) dana yang disediakan dari Rp 100.000- Rp 50.000.000.

c) Jaminan berupa motor, mobil, tanah (termasuk hak milik).

2) Pembiayaan Musyarakah (Modal patungan)

Manfaat yang diperoleh:

a) Pembiayaan untuk pengembangan usaha anggota

b) Dana disediakan dari Rp 100.000- RP 50.000.000

c) Jaminan berupa motor, mobil, tanah (termasuk hak milik)

3) Pembiayaan Murabahah (Pengadaan barang dan jual beli)

Manfaat bagi anggota:

d) Pembiayaan untuk pengembangan usaha anggota

e) Dana disediakan dari Rp 100.000- RP 50.000.000

f) Jaminan berupa motor, mobil, tanah (termasuk hak milik)

4) Al Qard (Dana sosial)

Manfaat:

a) Untuk usaha produktif

b) Pendampingan usaha

c) Fasilitas pemasaran

5) Layanan Dana Talangan Umroh

Dana talangan umroh merupakan produk pembiayaan untuk anggota KSPPS BMT BIF, untuk memenuhi biaya keberangkatan umroh berdasarkan prinsip syariah dengan menggunakan akad ijarah multi jasa dengan jangka waktu 3 tahun (36 bulan).

6) .Layanan Zakat, Infak, Shodaqoh.

- 7) Layanan pembayaran listrik, telepon, speedy ON LINE, kirim uang dan tiketing (brosur BMT BIF).

## **B. Strategi Pemasaran BMT Bina Ihsanul Fikri**

Strategi pemasaran memiliki peranan penting dalam keberhasilan usaha suatu perusahaan yang berdampak pada peningkatan jumlah nasabah. Diperlukan rancangan strategi pemasaran yang kompetitif dan terus dikembangkan agar mampu bersaing dengan perusahaan lain. Menurut Siregar (2015:64) strategi pemasaran harus memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan oleh perusahaan dengan memanfaatkan setiap kesempatan yang ada. Untuk itu perusahaan tidak hanya membatasi diri pada usaha penempatan dana, namun harus jeli dalam mengantisipasi kebutuhan konsumen.

Dengan perumusan strategi perusahaan dapat menentukan sasaran pasar, peluang yang ada, produk yang akan ditawarkan, serta cara pemasaran. Ketika perusahaan memiliki kesamaan dalam hal sasaran pasar ataupun produk maka perusahaan perlu menunjukkan keunggulan mereka dibanding perusahaan lain. Sama halnya dengan BMT BIF yang sekilas terlihat sama dengan lembaga keuangan syariah sejenis sehingga diperlukan nilai plus agar dapat menarik minat masyarakat.

Dalam merumuskan strategi pemasaran, BMT BIF menerapkan segmentasi berdasarkan variabel geografis dan demografis. Dari wawancara yang dilakukan pada hari Rabu, 9 Agustus 2018 pukul 08.14 WIB dengan

bapak Saifu Rijal selaku manajer, diketahui jika wilayah pemasaran BMT BIF sudah berkembang di hampir seluruh wilayah D.I.Y.

“Untuk wilayah pemasarannya kita di masih di seputar Jogja, kita di setiap pintu masuk Jogja ada, jadi kalo BIF itu di setiap pintu masuk Jogja itu ada jadi dari Klaten mau ke Prambanan itu ada dari Magelang mau masuk Jogja itu ada dari Parangtritis ada, itu kan menjadi promosi yg luar biasa orang-orang kan mikir kok ini BIF dimana-dimana ada seperti itu kan orang-orang jadi yakin”

Hal tersebut dibuktikan dengan keberadaan kantor-kantor cabang BMT BIF, diantaranya yaitu:

Tabel 4.2 Kantor Cabang BMT BIF

No	Nama Kantor Cabang	Alamat
1	Kantor Cabang BIF Gamping	Jl. Wates KM 5 Gamping, Sleman
2	Kantor cabang BIF Brosot	Jl. Raya Brosot no 1 (depan puskesmas Brosot)
3	Kantor cabang BIF Sleman Kota	Jl. Raya Magelang KM 12 Wadas Tridadi Sleman
4	Kantor cabang BIF Parangtritis	Jl. Parangtritis KM. 21 Sidomulyo Bambanglipuro Bantul
5	Kantor cabang BIF Gunungkidul	Jl. Wonosari-Jogja KM.3 Siyono Logandeng Tengah Playen
6	Kantor cabang BIF Tajem	Jl. Tajem Km 1,5 Maguwoharjo Depok Sleman
7	Kantor cabang BIF Bugisan	Jl. Bugisan No.26 Bugisan Yogyakarta
8	Kantor cabang BIF Nitikan	Jl. Sorogenen No.116 B Nitikan

		Yogyakarta
9	Kantor cabang BIF Pleret	Jl. Raya Pleret (depan kecamatan Pleret) Bantul
10	Kantor cabang BIF Sleman	Jl. Wonosari Km.7 Brebah Sleman

Sumber: [www.BMT-BIF.co.id](http://www.BMT-BIF.co.id)

Selain menentukan wilayah pemasaran, BMT BIF juga menentukan segmentasi berdasarkan variabel demografis. Letak kantor yang strategis di pusat kegiatan ekonomi seperti pasar dan pertokoan sehingga kebanyakan anggota BMT BIF berprofesi sebagai pengusaha skala kecil. Seperti penjelasan bapak Muhammad Taufik Kuncoro selaku marketing dalam wawancara pada hari Sabtu, 11 Agustus 2018 pukul 08.27 WIB:

“Kalo BMT itu mikro kecil jadi ya target kita anu pengusaha-pengusaha mikro kecil di Jogja itu, pengusaha-pengusaha kecil sudah kita wujudkan hampir di semua pasar, di Jogja pasti ada BIF itu. Walaupun beberapa ya setahun ini pembiayaan kita besar-besar tidak hanya 4 juta 5 juta ke pedagang asongan pedagang pasar itu, kita 100 juta 150 juta itu ya ada tapi jangan sampai mengalahkan pengusaha-pengusaha kecil tadi”

Penentuan sasaran pasar yang dilakukan BMT BIF berdasarkan sasaran pasar yaitu pengusaha mikro namun tidak menutup diri dari anggota yang membutuhkan dana lebih besar, karena itulah BMT BIF berusaha menyediakan kebutuhan modal bagi para anggotanya namun tetap memprioritaskan anggota yang berskala mikro.

*Positioning* adalah menempatkan posisi di masyarakat sebagai

perusahaan yang memiliki keunggulan atau keunikan dibandingkan dengan perusahaan lain yang sejenis. Kelebihan yang dimiliki BMT BIF diantaranya:

1. Semangat dalam mengembangkan BMT BIF. Hal ini dibuktikan dengan kemampuan BMT BIF yang bertahan selama hampir 22 tahun.
2. Memiliki prestasi nasional, dan sumber daya manusia yang berkualitas dan amanah.
3. Produk yg disesuaikan dengan kebutuhan anggota.
4. Proses pengajuan pembiayaan yang cepat dan mudah.

Agar strategi pemasaran semakin optimal maka diperlukan *differentiation* atau pembeda dari lembaga keuangan mikro lainnya. *Diferentiation* yang dimiliki pada BMT BIF dijelaskan oleh bapak Saifu Rijal selaku manajer pada wawancara pada hari Rabu, 9 Agustus 2018 pukul 08.14 WIB:

“kita basisnya syariah untuk akad kita pakai prinsip syariah jadi tidak ada riba atau bunga, syarat-syaratnya juga lebih mudah dibandingkan dengan bank umum”

Sebagai lembaga keuangan mikro syariah, BMT BIF tidak jauh berbeda dengan lembaga keuangan lain yaitu bergerak dalam kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana, agar tidak disamakan dengan lembaga keuangan lain maka dibutuhkan unsur pembeda/ *differentiation* yang mampu memberikan nilai khusus bagi BMT BIF. Dalam Kertajaya dan Syakir Sula

(2006:176) *differentiation* dapat berupa nilai yang ditawarkan kepada pelanggan, dalam hal ini BMT BIF memiliki perbedaan dari lembaga keuangan lain dalam hal prinsip yang digunakan yaitu prinsip syariah. Selain nilai yang digunakan, *context* atau cara perusahaan menawarkan produk dan infrastruktur juga menjadi salah satu unsur pembeda.

Cara yang digunakan oleh BMT BIF dalam menawarkan produknya yaitu dengan mendatangi sekolah-sekolah, majelis taklim atau ke pasar-pasar. Infrastruktur merujuk pada sumber daya manusia dan fasilitas. Dalam hal sumber daya manusia, BMT BIF memiliki syarat khusus yaitu harus memiliki jiwa sosial, amanah dan memahami visi misi BMT BIF, selain itu pelatihan bagi karyawan juga dibutuhkan demi meningkatkan kualitas SDM. Seperti yang disampaikan oleh bapak Saifu Rijal selaku manajer BMT BIF:

“kalo kita tes karyawan baru salah satu syarat karyawan itu harus punya jiwa sosial, sekarang marketing tapi dikampungnya blas ra tau metu pergaulannya kurang itu kan sulit to berkembang, sebenarnya aspeknya kecil-kecil tapi dari kecil itu bisa berkembang”

Hal tersebut dapat dibuktikan melalui laporan Rapat Anggota Tahunan 2017 BMT BIF (RAT), dalam realisasi program bidang pengendalian SDI, telah dilaksanakan beberapa kegiatan seperti pelatihan marketing yang rutin dilakukan setiap dua bulan sekali dan pelatihan operasional dilakukan setiap tiga bulan sekali. Pelatihan bagi manajer serta staf operasional pun turut dilaksanakan untuk meningkatkan kualitas SDM BMT BIF.

Agar mampu mencapai pasar sasaran maka perusahaan perlu menerapkan bauran pemasaran atau *marketing mix* yang terdiri dari produk, harga, lokasi, dan promosi. Adapun bauran pemasaran yang diterapkan oleh BMT BIF yaitu:

a. Produk

Produk yang dimiliki BMT BIF juga beragam sehingga nasabah bisa memilih sesuai kebutuhannya seperti simpanan dan pembiayaan. Sebagai lembaga keuangan mikro syariah, BMT BIF menyediakan produk untuk membantu peningkatan usaha mikro seperti murabahah untuk pembiayaan usaha dan al-qadh untuk masyarakat kurang mampu yang membutuhkan modal untuk memulai usaha. Seperti yang disampaikan oleh bapak Saifu Rijal selaku manajer BMT BIF dalam wawancara pada hari Rabu 9 Agustus 2018

“Untuk produk ya dari kita silaturahmi tadi setelah bertemu ketempat anggota tadi, penguannya untuk apa biar penggunaanya pas, sesuai kebutuhan dan peruntukan”.

BMT BIF juga menyediakan produk bagi masyarakat kurang mampu yang membutuhkan modal namun tidak memiliki jaminan yaitu produk al-qadh. Anggota hanya perlu mengembalikan sejumlah yang dipinjamkan, sedangkan jaminan berupa jaminan tunjuk atau menunjukkan barang berharganya yang bisa dijadikan jaminan, berbeda dengan pembiayaan lain yang memerlukan surat kepemilikan barang jaminan. Seperti yang

disampaikan oleh bapak Saifu Rijal selaku manajer BMT BIF dalam wawancara pada hari Rabu, 9 Agustus 2018

“Kita juga ada pembiayaan Al qardh, jadi itu mengembalikan pokok saja juga dianjurkan ngasih semacam ZIS (Zakat, Infak, Sodaqoh), itu seikhlasnya tapi yang jelas harus pokoknya. Kalo anggunannya jaminan tunjuk, cuman menunjukkan jaminana saya perabot atau sepeda”.

b. Harga

Dalam perspektif syariah, tidak diperbolehkan memberikan harga yang hanya akan menguntungkan diri sendiri dan merugikan pembeli. Dalam operasionalnya BMT BIF menerapkan sistem bagi hasil serta kesepakatan antara nasabah dan pihak BMT BIF. Sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan bapak Muhammad Taufik Kuncoro selaku marketing BMT BIF pada hari Sabtu 11 Agustus 2018:

“Kalo untuk bagi hasil dan semacamnya itu berdasarkan akad mbak sebenarnya kalo seperti musyarakah dan lain-lain itu anu mbak kita gak menentukan bagi hasil tapi kesepakatan, pak tak silihi duit semene iki arep tok nggo usaha iki sesok kiro-kiro usahamu mlaku koe gelem ngenei aku piro, nah itu kesepakatan mbak, kalo murabahah atau jual beli itu kita sudah patok 1,5- 2% per bulan gitu, jadi kalo koe tak silihi duit sejuta umpamane koe sesasine ngenei aku piro bu, nek 30 ribu pie bu, oh kelarangan yowes 20 ribu, jadi satu juta kita kasih modal para pedagang itu dia tiap bulannya ngasih kita 20 ribu”

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa BMT BIF selalu berusaha memberikan kemudahan serta keuntungan bagi anggotanya dalam

bertransaksi sehingga nantinya tidak merugikan dua pihak yaitu pihak BMT BIF dan anggota.

c. Promosi

Promosi adalah suatu kegiatan dalam bidang pemasaran yang bertujuan meningkatkan jumlah penjualan sehingga perusahaan harus dapat menciptakan komunikasi secara efektif (Nurcholifah, 2014:82). Seperti yang disampaikan oleh bapak Saifu Rijal selaku manajer dalam wawancara:

“Kalo untuk promosi ya kita dari personal ke personal jejaring komunitas ke media cetak elektronik sosial media terus brosur-brosur”.

Sedangkan kegiatan pemasaran yang disampaikan oleh bapak Muhammad Taufik Kuncoro selaku marketing hampir sama dengan yang disampaikan oleh pihak manajer, dalam wawancara yang dilakukan dengan pihak marketing pada hari Sabtu, 11 Agustus 2018 pukul 08.30:

“Kalo usahanya ya hampir sama dengan semua lembaga, promosi gitu ya, kalo yg normal ya kita nyebar brosur kemudian kita budayakan semua marketing jadi kalo dulu ada program anu apa tiap hari satu marketing satu nasabah baru setiap hari. Jadi marketing tu kan punya kebebasan artinya yg memasarkan BIF ini ya marketing jadi marketing tu bekalnya bisa brosur bisa surat kerjasama resmi jdi masuk ke sekolah-sekolah masuk ke lembaga-lembaga seperti itu”

Dalam penelitian Sa’adah (2009:75) secara garis besar ada tiga macam sarana promosi yaitu periklanan, publisitas, dan penjualan pribadi. Dari usaha promosi yang dilakukan BMT BIF telah memenuhi ketiganya, yaitu

periklanan melalui brosur, media cetak, dan media sosial. Sedangkan publisitas BMT BIF mengadakan promosi lewat lewat komunitas. Selain lewat komunitas, BMT BIF juga melakukan pemasaran melalui program jaringan sekolah (RAT BMT BIF 2017, hal 14). Promosi terakhir yaitu lewat promosi personal atau dari mulut ke mulut.

#### d. Lokasi

Pemilihan lokasi dapat mempengaruhi minat masyarakat menjadi anggota atau nasabah, sehingga pemilihan lokasi kantor yang strategis sangat diperlukan (Faiqoh, 2013:287).

Lokasi kantor pusat BMT BIF berada di Jl. Rejowinangun, Kotagede, Yogyakarta, kantor operasional BMT BIF sangat mudah dijangkau karena dekat dengan jalan raya serta pasar sehingga mudah untuk di akses oleh anggota maupun masyarakat yang melewati jalan Rejowinangun. Seperti yang diungkapkan oleh ibu Esti dalam wawancara pada hari Sabtu, 11 Agustus 2018 pukul 10.46 WIB yang merupakan salah satu anggota BMT BIF

“saya milih BMT BIF karena letaknya dekat sama rumah saya jadi gak butuh waktu lama”.

Hal serupa juga diungkapkan oleh ibu Suparmi dalam wawancara pada hari Jumat, 7 September 2018 pukul 10.20 WIB yang merupakan anggota pembiayaan di BMT BIF:

“karena dulu kantornya ngontrak disebelah pasar sini jadi enak gak jauh, terus sekarang kan bikin kantor baru tapi masih bisa dijangkau, masnya juga bisa nyamperin ke pasar”

Selain dekat dengan pasar, letak BMT BIF juga dekat dengan sekolah-sekolah, institusi pendidikan seperti, pertokoan, pasar, dan pabrik, sehingga sangat membantu dalam kegiatan pemasarannya serta mudah dijangkau oleh anggota.

Selain menentukan strategi pemasaran faktor penjualan juga memiliki peran penting. Penjualan tidak hanya sekedar memasarkan produk kemudian mendapatkan keuntungan namun juga mampu memaksimalkannya sehingga menciptakan situasi yang *win-win solution* bagi kedua pihak, seperti halnya yang dilakukan BMT BIF dimana ketika anggota merasa keberatan dengan harga yang di tawarkan maka BMT BIF akan mencari solusi terbaik. Seperti yang disampaikan oleh bapak Muhammad Taufik Kuncoro dalam wawancara Sabtu, 11 Agustus 2018 pukul 08.30:

“Kalo ada anggota yang macet ya itu kan kita liat alesannya apa dulu, sepakat segini kok akhirnya dia gak mau, kan kita ini ya sistemnya kekeluargaan ya mbak, jadi memang karena mungkin usahanya itu lagi sepi atau usahanya gak jalan atau mohon maaf mungkin kebutuhannya mendesak, orang tuanya sakit atau anaknya sakit spt itu ya kita mengikuti aja artinya jangan sampe kita rugi banyak yg jelas kekeluargaan”

Hal ini menunjukkan bahwa BMT BIF tidak hanya sekedar mencari keuntungan pribadi semata namun turut memperhatikan kondisi kemampuan para anggotanya sesuai dengan motonya ‘Adil dan menguntungkan’, artinya BMT BIF bersikap adil tanpa membedakan kelas ekonomi anggotanya, serta menguntungkan tidak hanya bagi BMT BIF namun juga para anggotanya.

### **C. Pengaruh Strategi BMT BIF Pada Keuangan Inklusif Syariah**

Sebagai lembaga keuangan mikro, BMT BIF berperan penting dalam menyediakan kemudahan akses keuangan bagi masyarakat terutama bagi kalangan mikro. Untuk mendorong peningkatan keuangan inklusif, BMT BIF diharapkan dapat menyediakan akses keuangan yang dibutuhkan oleh setiap lapisan masyarakat.

#### **1) Segmentasi**

Dalam penerapan strategi segmentasi, BMT BIF telah memiliki beberapa kantor yang tersebar di provinsi D.I.Y diantaranya di Kota Gede, Gamping, Brosot, Parangtritis, Gunung Kidul, Tajem, Bugisan, Nitikan, Pleret dan Sleman. Sasaran pasar yang dituju BMT BIF adalah para pedagang kecil yang ada di pasar-pasar sehingga pemilihan lokasi kantor BMT BIF berada dekat dengan pasar tradisional. Hal ini bertujuan untuk memudahkan masyarakat terutama pengusaha kecil dalam mengakses layanan jasa keuangan di BMT BIF.

Namun BMT BIF masih belum berencana membuka kantor cabang diluar Yogyakarta, hal ini dikarenakan pertumbuhan ekonomi nasional berdampak pada rendahnya pelemparan pembiayaan mikro dan meningkatnya pembiayaan bermasalah (Laporan RAT BMT BIF 2017,hal.12). Hal ini juga disampaikan oleh bapak Saifu Rijal selaku manajer dalam wawancara

“Kalo saat ini belum ada rencana buka cabang ke luar Jogja, karena keputusan anggota itu masih menginginkan bahwa kantor untuk BMT BIF masih di wilayah DIY. Itu yo karena nanti kalo diluar DIY, disamping perijinan, efisien efektif ya dirasa belum, karena badan hukum BMT adalah koperasi sehingga apapun yg akan dilakukan harus atas persetujuan anggota-anggota BMT”

## 2) *Targeting*

Umumnya anggota BMT BIF berprofesi sebagai pedagang dan pelaku UMKM sehingga BMT BIF juga memberikan pembinaan kepada anggota pembiayaan dengan melakukan monitoring untuk melihat perkembangan usahanya. Seperti yang diungkapkan oleh bapak Muhammad Taufik Kuncoro selaku marketing:

“Untuk usaha-usaha kecil kita ada pembinaan ya jadi kita pembinaannya monitoring tiap 3 bulan sekali monitoring itu ya, ngopo buk kok ra diundakke pembiayaanne, ngopo kok seret pembiayaanne. Iki karang le buang dagangan angel, gini gini. Usaha apa to, didelok-didelok, kita syukur bisa bantu. Kayak gitulah sedikit banyak jadi kita bina mbak carane ngenten bu. Jangan sampe mereka macet tapi kita diam saja”

Hal tersebut juga didukung dengan hasil realisasi program dalam bidang keanggotaan, BMT BIF telah melaksanakan pelatihan bagi anggota serta turut mendorong pemasaran produk anggota melalui pameran di JEC dimana BMT BIF juga bekerjasama dengan dinas koperasi (Laporan RAT BMT BIF 2017). Dengan adanya monitoring yang dilakukan maka BMT BIF telah melaksanakan pilar kedua yaitu fasilitas keuangan publik dengan memberdayakan masyarakat sekaligus UMKM. Lewat monitoring ini diharapkan anggota memiliki kemampuan dalam mengelola usahanya yang nantinya akan berdampak pada kesejahteraan ekonominya.

### 3) *Positioning*

Dalam upaya menyediakan produk keuangan yang dapat dinikmati oleh kalangan kecil, BMT BIF cukup kompetitif dari segi bagi hasil serta kemudahan bertransaksi. Sedangkan syarat pengajuan pembiayaan lebih mudah dibanding dengan bank umum konvensional, selain itu proses pencairan dana pun tidak membutuhkan waktu lama. Seperti yang disampaikan oleh ibu Triyem salah satu anggota BMT BIF dalam wawancara pada hari Sabtu, 11 Agustus 2018 pukul 10.03:

“prosedurnya gampang cukup isi formulir sama fotokopi ktp suami istri, kartu keluarga terus sama jaminan. Pencairan juga cepet, beda sama di BRI lama nunggu satu minggu terus nunggu sebulan baru

cair”

Hal serupa juga disampaikan oleh beberapa anggota lainnya seperti ibu Nurhayati dalam wawancara yang dilakukan pada tanggal 7 September 2018 pukul 10:35

“syaratnya fotokopi ktp suami istri, fotokopi kartu keluarga, sama jaminan BKPB udah itu aja terus nanti diproses. Nggak lama kok itu paling minggu iki ngajuin minggu depan wes cair”.

Sedangkan ibu Hasma tidak menggunakan fotokopi jaminan BPKB melainkan menggunakan surat keterangan usaha, seperti yang disampaikan dalam wawancara pada tanggal 7 September 2018 pukul 10:57 WIB

“pake fotokopi ktp, kartu keluarga. Bpkb enggak mbak saya pakenya itu e surat keterangan usaha”.

Tidak hanya syarat dalam mengajukan pembiayaan, syarat untuk membuka tabungan di BMT BIF juga terbilang mudah, cukup mengisi formulir dan setoran awal minimal Rp 10.000. Sedangkan persyaratan untuk mengajukan pembiayaan yaitu:

1. Anggota BMT BIF
2. Fotokopi identitas (KTP) suami dan istri
3. Fotokopi kartu keluarga
4. Fotokopi jaminan
5. Slip gaji (bagi karyawan)

Dengan syarat yang ringan serta proses yang cepat menjadi upaya BMT BIF untuk menyediakan dana bagi anggotanya sehingga usahanya dapat berjalan dengan lancar tanpa terhalang modal. Hal ini menunjukkan bahwa produk dan jasa keuangan BMT BIF telah memenuhi kebutuhan anggota. Selain itu kemudahan lain diberikan BMT melalui sistem jemput bola, dimana anggota tidak perlu datang ke kantor untuk melakukan setoran. Seperti yang disampaikan oleh bapak Muhammad Taufik Kuncoro dalam wawancara:

“Fasilitasnya, modal itu jelas nggih itu kalo yg pinjaman, kemudian antar jemput angsuran misal kita pencairan telpon nggih saat pencairan minta pengajuan 20 juta misal, cukup ngirim KTP nanti uang kita anter terus gak perlu ke kantor, fasilitas seperti itu apa ya yg justru itu walaupun kita mahal tapi dengan kita mau ambil tiap minggu tiap bulan malah terasa banget kekeluargaan karena sering ketemu, pokoknya kita siap 24 jam nonstop kita siap panggilan kapan aja”

Kemudahan ini menjadi hal yang menguntungkan bagi para anggotanya yang kebanyakan tidak memiliki waktu untuk ke bank karena kesibukan berdagang di pasar, seperti yang diungkapkan oleh bapak Yufizer pada wawancara 6 September 2018 pukul 10.43 WIB

“enaknya kalo di BIF kan kita yang disamperin jadi masih bisa sambil jualan, kalo ke kantornya saya gak ada waktu”.

Tidak hanya bapak Yufizer saja, hal serupa juga disampaikan oleh ibu Nurhayati pada wawancara 7 september 2018 pukul 10.35 WIB

“enak saya gak usah ke BMT, kalo butuh apa-apa tinggal telfon ke masnya seumpamanya mau ambil berapa gitu terus langsung dianter kesini atau mau nabung juga gak perlu ninggal dagangan”.

Tidak hanya sekedar fasilitas jemput bola, BMT BIF juga telah merealisasikan program kantor layanan rumah, artinya BMT BIF memfungsikan rumah pengurus, pengelola dan tempat usaha anggota sebagai pelayanan pembiayaan (laporan RAT BMT BIF 2017, hal.13). Dengan pelayanan yang maksimal, BMT BIF telah memberikan kemudahan akses keuangan bagi masyarakat dengan menambah fasilitas layanan keuangan sehingga tidak perlu datang ke kantor operasional. Pelayanan yang optimal serta akses yang mudah akan membuat masyarakat semakin tertarik untuk memanfaatkan fasilitas yang disediakan.

Dari segi penggunaan dapat dilihat dari frekuensi dan lama waktu penggunaan, dari beberapa anggota yang ditemui rata-rata dari mereka telah menggunakan produk dari BMT BIF selama lebih dari lima tahun , seperti yang diungkapkan oleh ibu Triyem selaku nasabah pembiayaan

“udah lama mbak sekitar tahun 2012 gitu, terus sekarang mau ngajuin lagi buat pembiayaan usaha, soalnya disini tu pelayanannya cepet terus ya memuaskan juga”.

Begitupula yang dialami oleh ibu Esti dalam wawancara

“sudah dari 2010 ya kira-kira udah mau 8 tahun”.

Dari jangka waktu yang lama menunjukkan bahwa anggota merasakan kepuasan terhadap layanan dan produk yang diberikan oleh BMT BIF. Pelayanan dan fasilitas yang baik akan berdampak pada kesejahteraan anggota, hal ini dapat dilihat dari peningkatan usaha yang semakin membaik. Seperti yang diungkapkan oleh ibu Hasma selaku anggota BMT BIF dalam wawancara pada tanggal 7 September 2018 pukul 11.00 WIB:

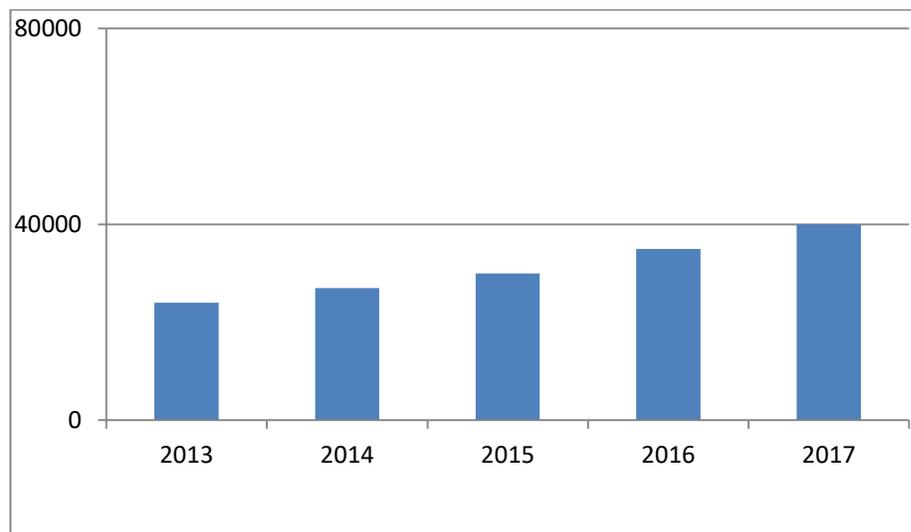
“awal pembiayaan dulu buat nambah dagangan terus alhamdulillah lancar, terus ngajuin lagi lima juta buat nambah dagangan lagi disamping situ, dulu kan dagangannya cuman dikit cuman disini aja sekarang bisa nambah lagi”.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh ibu Ari dalam wawancara pada Jumat tanggal 21 September 2018 pukul 10.20 WIB:

“ada mbak, dulu cuman usaha parut terus nambah jualan galon”

Tidak hanya pada ibu Hasma dan ibu Ari saja, rata-rata narasumber juga mengungkapkan adanya peningkatan dari segi usaha setelah mengajukan pembiayaan di BMT BIF. Hal ini menunjukkan bahwa layanan akses keuangan yang di berikan oleh BMT BIF berdampak pada kesejahteraan ekonomi anggotanya.

Untuk mengetahui perkembangan kegiatan keuangan inklusif dapat dilihat dari jumlah anggota dalam kurun waktu lima tahun terakhir.



Sumber: Profil BMT BIF 2017

Gambar 4.2 Perkembangan Jumlah Anggota

Sedangkan untuk melihat perkembangan BMT BIF dilihat dari laporan keuangan lima tahun terakhir menunjukkan keuangan BMT BIF mengalami kenaikan.

Tabel 4.4 Laporan Keuangan BMT BIF tahun 2013-2017

Keterangan	2013	2014	2015	2016	2017
Asset	44.780.880.900	60.024.724.110	69.597.242.345	78.573.907.018	89.054.050.926
Simpanan	65.802.894.923	78.603.800.219	91.900.418.422	155.398.147.514	136.646.706.194
Pembiayaan	46.760.042.947	66.604.773.165	73.662.428.344	69.495.369.430	82.949.825.604
Laba	538.370.801	883.119.164	870.922.011	797.909.294	1.087.454.160

Sumber: Laporan Rapat Anggota Tahunan BMT BIF tahun 2017

Upaya lain yang dilakukan BMT BIF dalam meningkatkan keuangan

inklusif yaitu dengan memberikan kemudahan bertransaksi seperti syarat yang mudah, waktu pencairan yang cepat, dan pelayanan jemput bola.

Hal tersebut dibuktikan dengan pengakuan para anggota dalam wawancara, seperti yang diungkapkan oleh ibu Waginem dan Ibu Sri dalam wawancara mengungkapkan pelayanan cepat dan fasilitas jemput bola menjadi point plus bagi BMT BIF dalam melayani anggota.

#### 4) Bauran Pemasaran

##### a) Produk

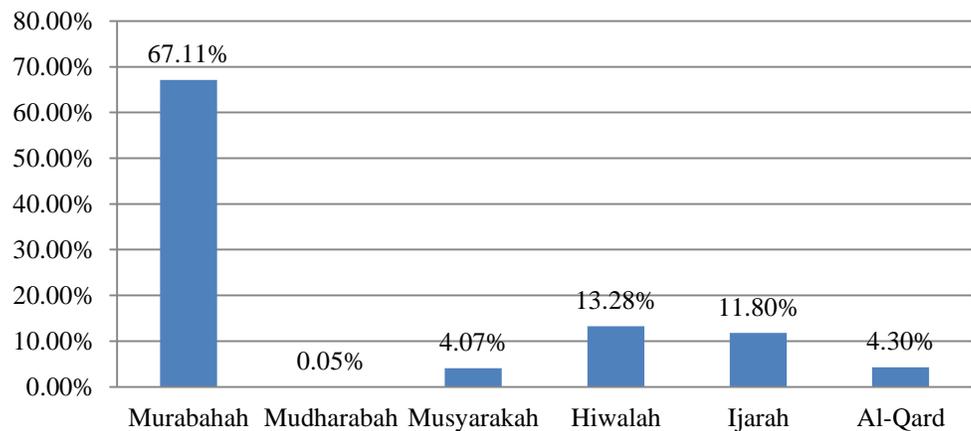
BMT BIF juga menyediakan akad al-qardh, akad ini ditunjukkan kepada anggota kurang mampu yang ingin memulai usaha atau miskin produktif. Syarat dan prosedur yang digunakan juga lebih mudah dimana anggota hanya perlu mengembalikan dana sejumlah yang dipinjam. Seperti yang dijelaskan oleh bapak Saifu Rijal selaku manajer:

“Kita juga ada pembiayaan Al qardh, jadi itu mengembalikan pokok saja juga dianjurkan ngasih semacam ZIS (Zakat, Infak, Sodaqoh), itu seikhlasnya tapi yang jelas harus pokoknya. Kalo anggunannya jaminan tunjuk, cuman menunjukkan jaminan saya perabot atau sepeda.”

Dengan penyediaan produk ini BMT BIF telah membantu masyarakat miskin yang dikategorikan *unbankable* atau tidak layak menjadi *bankable*. Kebanyakan masyarakat kecil kesulitan mengakses layanan kredit dikarenakan agunan yang tidak layak dan syarat yang rumit. Hal tersebut

sesuai dengan tujuan dalam pilar strategi keuangan inklusif yang bertujuan untuk meningkatkan kapistas masyarakat terutama kaum miskin yang tadinya berstatus *unbankable* agar menjadi *bankable*.

Untuk mengetahui perkembangan kegiatan keuangan inklusif dapat dilihat dari jumlah anggota dan jumlah pengguna akad dalam kurun waktu lima tahun terakhir.



Sumber: Laporan Rapat Anggota Tahunan BMT BIF 2017

Gambar 4.3 Jumlah Pembiayaan Berdasarkan Akad

#### b) Harga

Dalam operasionalnya untuk setiap produk BMT BIF menerapkan sistem bagi hasil serta kesepakatan antara nasabah dan pihak BMT BIF, selain itu untuk produk tabungan wadi'ah penyimpanan akan diberikan bonus (profil BMT BIF). Dengan menetapkan bagi hasil yang telah disesuaikan dengan kemampuan ekonomi anggotanya maka BMT BIF telah memberikan kemudahan dalam keterjangkauan harga.

c) Lokasi

Lokasi kantor pusat BMT BIF berada di Jl. Rejowinangun, Kotagede, Yogyakarta, kantor operasional BMT BIF sangat mudah dijangkau karena dekat dengan jalan raya serta pasar sehingga mudah untuk di akses oleh anggota maupun masyarakat yang melewati jalan Rejowinangun. Dengan kemudahan akses yang dekat dengan lingkungan masyarakat maka BMT BIF telah mencapai indikator pertama yaitu ketersediaan akses.

d) Promosi

Promosi yang dilakukan BMT BIF hampir sama dengan yang lain namun promosi yang dirasa paling efektif adalah personal selling. Seperti yang disampaikan oleh bapak Saifu Rijal selaku manajer dalam wawancara:

“Kalo untuk promosi ya kita dari personal ke personal jejaring komunitas ke media cetak elektronik sosial media terus brosur-brosur”.

Selain itu promosi tidak hanya sekedar menawarkan produk namun juga menyampaikan tentang keunggulan produk seperti tidak menggunakan bunga namun bagi hasil. BMT BIF telah menjalankan pilar ke enam yaitu transparansi produk

5) *Diferentiation*

Perbedaan tidak hanya terletak pada nilai yang diterapkan, sebagai lembaga keuangan mikro syariah, BMT BIF sama dengan BMT lain yang menggunakan prinsip syariah. Agar menjadi BMT yang unggul dimata

masyarakat maka BMT BIF berusaha memaksimalkan SDM yang dimiliki dengan memberikan pelatihan yang rutin, dengan meningkatkan kualitas SDM maka segala kegiatan operasional dan pelayanan di BMT BIF tidak hanya mencoba memberikan kepuasan pelayanan namun juga rasa aman karena SDM BMT BIF yang berkualitas dan amanah (Laporan RAT BMT BIF). Dengan usaha ini BMT BIF telah mewujudkan pilar ke enam yaitu perlindungan konsumen dengan jaminan rasa aman dalam bertransaksi.

6) *Selling*

Keberhasilan penjualan tidak hanya dilihat dari produk yang diterima masyarakat, namun juga keuntungan yang diperoleh kedua pihak. Di BMT BIF ketika anggota merasa keberatan dengan harga yang di tawarkan atau terjadi kredit macet maka BMT BIF akan mencari solusi terbaik dengan melihat kondisi ekonomi anggota yang bersangkutan. Pilar ke enam perlindungan konsumen yaitu penanganana keluhan nasabah.

“Kalo ada anggota yang macet ya itu kan kita liat alesannya apa dulu, sepakat segini kok akhirnya dia gak mau, kan kita ini ya sistemnya kekeluargaan ya mbak, jadi memang karena mungkin usahanya itu lagi sepi atau usahanya gak jalan atau mohon maaf mungkin kebutuhannya mendesak, orang tuanya sakit atau anaknya sakit spt itu ya kita mengikuti aja artinya jangan sampe kita rugi banyak yg jelas kekeluargaan”

Dalam rangka meningkatkan akses keuangan BMT BIF melakukan upaya lain yaitu dengan melakukan kerja sama dalam penyediaan dana dengan lembaga

keuangan syariah lain seperti bank Mandiri Syariah, BTN Syariah, dan Bank Muamalat agar anggota dapat terus terlayani. Seperti yang diungkapkan oleh bapak Saifu Rijal selaku manajer BMT BIF dalam wawancara Kamis, 9 Agustus 2018 pukul 08.14 WIB:

“Kerjasama dengan bank syariah untuk pembiayaan karena kebutuhan dari BMT BIF untuk melayani anggota itu kurang, sehingga BMT BIF mengakses dana dari Bank Umum Syariah untuk menambah dana biar anggota bisa terus terlayani”

Dari usaha tersebut menunjukkan bahwa BMT BIF telah melaksanakan pilar kelima dalam pilar strategi keuangan inklusif yaitu fasilitas intermediasi dan saluran distribusi dengan melakukan kerjasama antar lembaga keuangan untuk meningkatkan skala usaha, dalam hal ini BMT BIF bekerjasama dalam hal penyediaan dana dengan bank-bank umum syariah.

Tabel 4.4 Kerjasama Modal BMT BIF

No	Tahun	Kegiatan	Sumber	Nilai
1	2011	Modal Kerja	LPDB	5.000.000.000
2	2011	Modal Kerja	BMI	1.000.000.000
3	2011	Modal Kerja	Bank Syariah Mandiri	1.000.000.000

4	2012	Modal Kerja	BNI Syariah	1.000.000.000
5	2013	Modal Kerja	Inkopsyah	2.500.000.000
6	2013	Modal Kerja	BTN Syariah	1.950.000.000
7	2013	Modal Kerja	BNI Syariah	2.000.000.000
8	2013	Modal Kerja	Bank Syariah Mandiri	5.000.000.000
9	2013	Modal Kerja	Inkopsyah	5.000.000.000
10	2013	Modal Kerja	Panin Syariah	5.000.000.000
11	2014	Modal Kerja	Panin Bank Syariah	5.000.000.000
12	2015	Modal Kerja	Panin Bank Syariah	10.000.000.000
13	2016	LPDB KUMKM	Modal Kerja	3.000.000.000

Sumber: Profil BMT BIF 2017

Selain kerjasama dalam penyediaan modal, BMT BIF juga memiliki wali amanah atau tokoh market yang berasal dari masyarakat yang sudah lama

menjadi anggota di BMT BIF. Seperti yang disampaikan oleh bapak Muhammad Taufik Kuncoro selaku marketing BMT BIF dalam wawancara pada hari Sabtu, 11 Agustus 2018 pukul 08.30 WIB:

“terus juga kita punya anu mbak punya tokoh market artinya satu misal di daerah tertentu kita megang satu orang satu orang itu sudah nasabah kita, tugasnya dia itu ikut menyampaikan ke orang lain gitu lo, jadi kalo orang itu udah lama ikut BIF terus kalo ada orang lewat atau ketemu dengan beliau ikut ditawarkan gitu lo, tapi kita punya tindakan lebih pada orang itu mungkin rapat RAT kita undang mungkin ada bingkisan tiap bulan. Tapi yg utama itu marketing”

Dalam kegiatan operasionalnya BMT BIF sudah memiliki badan hukum No:159/BH/KWK.12/V/1997, hal ini akan berdampak pada rasa aman yang di peroleh anggota karena seluruh kegiatan operasional BMT BIF telah mendapat persetujuan dari pemerintah. Selain itu BMT BIF dalam menjalankan kegiatannya juga berpedoman pada SOP agar nantinya ketika menerima keluhan dari anggota, BMT BIF mampu menentukan tindakan berdasar SOP. Seperti yang disampaikan oleh bapak Muhammad Taufik Kuncoro selaku marketing:

“Biasa kayak gitu, pasti ada seperti itu, tapi kita tetep berpegang pada SOP yang ada disini gitu, misal contoh administrasi kita sudah kasih murah tapi kok ada yang protes kok mahal banget, ya kita udah berpegang pada SOP yg ada di kantor, jadi kalo ada apa-apa kalo ada kesalahan itu bukan salah kita, kecuali kalo bagi hasil di kantor ditentukan segini kok sama marketing ada yang nawar sama dia dikasih ya itu salah marketing”

Apabila melihat keluhan yang sering muncul dari segi harga atau administrasi hal ini menunjukkan bahwa pemahaman anggota tentang BMT BIF masih kurang serta penjelasan dari marketing saat menawarkan produknya kurang detail sehingga yang ditangkap oleh anggota bisa berbeda dengan yang sebenarnya dimaksud oleh

marketing atau pihak BMT BIF. Meski transparansi produk sudah diberikan lewat brosur namun penjelasan langsung dirasa lebih efektif.

Meski jumlah anggota kian meningkat namun masih ditemui anggota yang kurang paham mengenai akad yang mereka gunakan serta perbedaannya dengan produk lain, hal ini menunjukkan bahwa BMT BIF masih perlu memberikan edukasi kepada anggota maupun masyarakat sekitar tidak hanya tentang produk-produk yang ada di BMT BIF, namun juga pemahaman seputar keuangan syariah. Dengan bertambahnya pemahaman anggota maupun masyarakat tentang keuangan syariah akan berdampak pada keputusan mereka dalam memilih perencanaan keuangan yang baik. Selain itu pada pembiayaan akad Murabahah meski menunjukkan angka yang paling tinggi namun pada praktiknya yang masih sering terjadi adalah BMT BIF memberikan kuasa kepada anggota untuk membeli barang atas nama BMT, yang berarti BMT BIF tidak menyediakan barang namun hanya memebrikan uang kepada anggotanya untuk dibelikan sebuah barang sehingga akad Murabahah ini juga diikuti dengan akad Wakalah.