

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF) Yogyakarta

BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF) merupakan lembaga keuangan syariah yang menitik beratkan pada pemberdayaan ekonomi kelas bawah yang didirikan dan dimiliki oleh masyarakat pada tahun 1996 di daerah Gedong Kuning Yogyakarta (<http://bmt-bif.co.id>, diakses pada tanggal 2 November 2018 pukul 10.30 WIB).

Munculnya ide untuk mendirikan BMT BIF ini karena melihat banyak pengusaha kecil potensial tetapi tidak terjangkau oleh bank, selain itu juga karena selama ini dakwah Islam belum mampu menyentuh kebutuhan ekonomi umat. Sehingga seringkali kebutuhan modalnya dicukupi oleh rentenir dan lintah darat yang suku bunganya sangat besar dan juga merupakan praktek riba serta sangat memberatkan masyarakat, karena masyarakat diharuskan membayar bunga tambahan dari dana yang dipinjam. Keprihatinan ini mendorong untuk berdirinya BMT BIF (Profil BMT BIF Yogyakarta) (<http://bmt-bif.co.id>, diakses pada tanggal 2 November 2018 pukul 10.30 WIB).

BMT BIF mendeklarasikan diri berdiri dan mulai beroperasi pada tanggal 11 maret 1996, kemudian pada tanggal 15 mei 1997, lembaga keuangan syariah ini memperoleh badan hukum No. 159/BH/KWK.12/V/1997. Pada prinsipnya usaha BMT BIF dibagi menjadi

dua yaitu *Baitul Maal* (usaha sosial) dan *Baitul Tamwil* (usaha bisnis). Usaha sosial ini bergerak dalam penghimpunan dana zakat, infak, dan shodaqoh (ZIS) serta menstasyarufkannya kepada delapan *Ashnaf*. Skala prioritasnya dimaksud untuk mengentaskan kemiskinan melalui program ekonomi produktif dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang etika bisnis serta bantuan sosial, seperti beasiswa anak asuh, biaya bantuan kesehatan serta perlindungan kecelakaan diri dengan asuransi, karena BMT BIF mengadakan kerja sama dengan Asuransi Takaful (<http://bmt-bif.co.id>, diakses pada tanggal 2 November 2018 pukul 10.30 WIB).

2. Identitas Lembaga

Nama : Koperasi BMT BIF

Kantor Pusat : Jl. Rejowinangun No. 28 B Kotagede Yogyakarta

No. Telp : (0274) 4438807, (0274) 387860

Fax : (0274) 4438807

Website : www.bmt-bif.co.id

Badan Hukum : 159/BH/KWK.12/V/1997. Tanggal 17 Mei 1997

NPWP : 01.852.284.7-541

SIUP : 7/SISP/XV/KPTS/XI/2014

TDP : 120526500194

BMT Bina Ihsanul Fikri memiliki 1 kantor pusat dan 10 kantor cabang, yaitu:

a. Kantor Pusat

1) Jl. Rejowinangun No. 28 B Kotagede Yogyakarta

Telp (0274) 4438807, 387860.

b. Kantor Cabang:

Kota

1) Nitikan

Jl. Sorogenen No. 116 B Nitikan Yogyakarta

Telp. (0274) 370932

2) Bugisan

Jl. Bugisan No. 26 Patang Puluhan Yogyakarta

Telp. (0274) 370577

Bantul

3) Pleret

Jl. Raya Pleret (depan kecamatan Pleret) Bantul

Telp. (0274) 7494729

4) Parangtritis

Jl. Parangtritis Km. 21 Sidomulyo Bambanglipuro Bantul

Telp. (0274) 368832

Sleman

5) Sleman Kota

Jl. Magelang Km. 12 Wadas Tridadi Sleman

Telp. (0274) 869788

6) Berbah

Jl . Wonosari Km 9,8 Berbah Sleman

Telp (0274) 433015

7) Gamping

Jl. Wates Km 5 Gamping Sleman

Telp (0274) 798757

8) Tajem

Jl. Raya Tajem Km. 1,5 Maguwoharjo, Depok, Sleman

Telp. (0274) 2890006

Kulon Progo

9) Brosot

Jl. Raya Brosot No 1 galur Kulonprogo (depan Puskesmas Brosot)

Telp. (0274) 7169623

Gunung Kidul

10) Wonosari

Jl. Wonosari Km 3 Siyono Tengah Logandeng Playen Gunungkidul

Telp (0274) 392029

B. Visi dan Misi BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF) Yogyakarta

1. Visi

Lembaga keuangan syariah yang sehat dan unggul dalam memberdayakan ummat.

2. Misi

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

3. Tujuan

- a. Meningkatkan kesejahteraan anggota, pengelola dan umat
- b. Turut berpartisipasi aktif dalam membumikan ekonomi umat
- c. Menyediakan permodalan islami bagi usaha mikro

4. Motto

“Adil dan menguntungkan”

C. Produk BMT BIF Yogyakarta

1. Produk Penghimpunan Dana (*Funding*)

a. Tabungan Wadi'ah

Tabungan wadi'ah adalah titipan dana yang setiap waktu dapat ditarik pemilik atau anggota dengan cara mengeluarkan semacam surat berharga pemindahbukuan atau transfer dan perintah membayar biaya lainnya. Tabungan wadi'ah dikenakan biaya administrasi, namun karena dana yang dititipkan diperkenankan untuk diputar oleh BMT kepada penyimpanan dana dapat dibagikan semacam bagi hasil sesuai dengan jumlah dana yang ikut berperan di dalam pembentukan laba dan rugi BMT. Tabungan wadi'ah terbagi menjadi dua, yaitu:

1) Wadi'ah amanah

Tabungan wadi'ah amanah yaitu titipan murni dan pihak dititip tidak boleh mengambil manfaat dari barang titipan tersebut, jika barang-barang tersebut berupa surat-surat berharga, sertifikat dan lain-lain.

2) Wadi'ah dhamanah

Produk ini bersifat tabungan yang dapat dimanfaatkan oleh pihak BMT sebagai pihak yang dititipi dan dikembalikan dalam bentuk mata uang yang tidak sama asal nilainya sama bahkan nasabah dapat menerima jasanya.

b. Tabungan Mudharabah

Tabungan Mudharabah yaitu simpanan umum di mana KSPPS BMT BIF memiliki kewenangan penuh untuk mengelolanya sesuai dengan prinsip syariah. Atas produk ini penyimpan akan mendapatkan bagi hasil setiap bulan. Untuk kemudahan BMT BIF memberikan pilihan variasi jenis tabungan yang berakad mudharabah dikembangkan ke dalam berbagai variasi tabungan, yakni :

1) Tabungan Umum (Tabif)

Tabungan Tabif merupakan simpanan anggota yang penarikannya dilakukan setiap saat untuk keperluan sehari-hari.

2) Tabungan Qurban (Taqur)

Tabungan qurban merupakan tabungan yang digunakan untuk melaksanakan ibadah qurban atau aqiqah. Tabungan ini penyeterannya dapat dilakukan harian atau bulanan, sedangkan pengambilannya hanya dilakukan menjelang Idul Qurban atau pada saat aqiqah.

3) Tabungan Pendidikan (Tapen)

Tabungan pendidikan ini digunakan untuk keperluan biaya pendidikan baik dari tingkat TK sampai dengan perguruan tinggi,

dengan penyetorannya dapat dilakukan secara harian atau pun mingguan. Pengambilannya sendiri dilakukan pada saat membutuhkan biaya pendidikan yang sebelumnya telah disesuaikan dengan kesepakatan. Namun di BMT BIF hanya menyediakan satu produk tabungan pendidikan, yaitu tabungan Siarif.

Tabungan Siarif merupakan tabungan yang digunakan untuk keperluan biaya pendidikan dari TK sampai dengan SD. Adapun ketentuan tabungan Siarif sebagai berikut: setoran tidak ditentukan, pengambilannya 1 tahun sekali dan harus melalui pihak sekolah.

4) Tabungan Haji

Tabungan haji merupakan tabungan yang dimaksudkan untuk persiapan ibadah haji. Penyetorannya dapat dilakukan dengan cara harian atau pun mingguan dan waktu pengambilannya pada pelaksanaan ibadah haji. Adapun ketentuan haji adalah sebagai berikut: setoran awal minimal Rp 1.000.000,- setoran perbulannya Rp 500.000,- tidak bisa diambil sewaktu-waktu dengan jangka waktu pengembaliannya pada saat pelaksanaan ibadah haji tiba.

5) Tabungan Walimah(Tawal)

Tabungan walimah ini digunakan untuk keperluan pernikahan atau walimahan, khitanan dan semacamnya. Penyetorannya dilakukan secara harian atau mingguan dan pengambilan tabungan pada saat menjelang walimah atau sejenisnya.

c. Deposito Mudharabah

Deposito Mudharabah yaitu simpanan yang jangka waktu pengambilannya sudah dipastikan. Atas dasar produk ini penyimpan akan mendapatkan bagi hasil, yang umumnya lebih tinggi dibanding dengan tabungan.

Deposito yang tersedia untuk pilihan waktunya yaitu minimal 3 bulan, dengan nilai nominal Rp 500.000,-

d. Sertifikat Bagi Hasil atau Obligasi Syariah

Sertifikat Bagi Hasil atau Obligasi Syariah yaitu sejenis surat berharga atau obligasi syariah. Dengan jangka waktu minimal satu tahun. Penyimpan akan mendapatkan bagi hasil setiap bulan yang umumnya lebih besar dari deposito. Penyimpan dapat memilih sendiri calon peminjam (Muqoyyadah) namun kelayakan usahanya tetap menjadi kewenangan KSPPS BMT. Jangka waktu minimal satu tahun dengan nilai minimal Rp 1.000.000,-

e. Penyertaan *Musyarakah*

Penyertaan Musyarakah merupakan sejenis sertifikat pendiri yang besarnya akan ditetapkan pada setiap tahunnya. Pemegang rekening, merupakan pemilik yang terbatas atas KSPPS BIF, karena mereka tidak dapat dipilih menjadi pengurus, tetapi dapat memilih dalam setiap musyarakah akhir tahun. Jangka waktu minimal satu tahun dan hanya dapat diambil setelah disetujui dalam forum musyawarah tahunan. Besarnya satu lembar penyertaan setiap tahun akan ditinjau

ulang dan selama tahun 2004 dijual dengan harga per lembar Rp 1.000.000,- Masyarakat dapat memiliki lebih dari satu, namun suaranya tetap sama.

f. Sertifikat Pendiri

Sertifikat pendiri yaitu simpanan pokok anggota, sebagai pemilik modal pada saat awal KSPPS BMT didirikan. Pemegang rekening ini merupakan pemilik KSPPS BMT BIF secara mutlak, karena dapat dipilih dan memilih dalam forum musyawarah akhir tahun. Sertifikat ini tidak dapat dipindahtangankan, sehingga KSPPS BMT BIF secara otomatis akan menjadi pembeli langsung jika yang bersangkutan mengundurkan diri. Besarnya satu sertifikat seharga Rp 250.000,- dan dapat memiliki lebih dari satu lembar, tetapi suara dalam rapat tetap sama. Anggota baru, akan terus dikembangkan dengan cara mengangsur sesuai dengan kesanggupan.

g. Wakaf Tunai

Wakaf Tunai yaitu wakaf dalam bentuk uang yang diserahkan kepada Panti Asuhan dan diinvestasikan di KSPPS BMT BIF. Setiap bulan hasil investasinya disalurkan untuk membiayai atau beasiswa sekolah anak-anak Panti Asuhan. Besarnya wakaf tunai untuk masing-masing tingkatan sekolah adalah sebagai berikut :

- a) SD : Rp 1.000.000,-
- b) SLTP : Rp 2.500.000,-
- c) SLTA : RP 7.500.000,-

2. Produk Penyaluran Dana BMT

Orientasi pembiayaan yang diberikan BMT adalah untuk mengembangkan dan meningkatkan pendapatan anggota dan BMT. Sasaran pembiayaan ini adalah semua ekonomi seperti pertanian, perdagangan, industry rumah tangga dan jasa. Untuk menjangkau umat sampai pada lapisan yang paling bawah. Pembiayaan di BMT BIF Yogyakarta ada beberapa jenis produk yaitu:

a. Jual Beli (Murabahah)

Murabahah yaitu penyediaan barang modal atau barang konsumtif oleh BMT BIF kepada peminjam. Atas dasar akad ini BMT BIF akan mendapatkan keuntungan yang besarnya dihitung atas dasar kesepakatan. (Fatwa DSN-MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000). Murabahah merupakan prinsip jual beli dengan bentuk penyediaan barang modal maupun investasi untuk pemenuhan kebutuhan modal atau investasi. Dari transaksi tersebut BMT mendapat sejumlah keuntungan karena sifatnya jual beli yang harus memenuhi konsep syariah.

Adapun persyaratan atas produk ini sebagai berikut:

- 1) Fotocopy KTP suami istri
- 2) Fotocoy Kartu Keluarga
- 3) Suat jaminan
- 4) Surat izin usaha
- 5) Slip gaji bagi karyawan

- 6) Minimal pembiayaan Rp 300.000,-
- 7) Marginnya 2%-2,5%

Manfaat bagi anggota:

- 1) Pembiayaan untuk pengembangan usaha anggota
- 2) Dana disediakan dari Rp 100.000 – Rp 50.000.000
- 3) Jaminan berupa motor, mobil, surat tanah

b. Bagi Hasil (Mudharabah-Musyarakah)

- 1) Mudharabah (Modal 100% dari BMT)

Menurut fatwa SN-MUI No. 07/DSN-MUI/IV/2000, secara praktis akad mudharabah adalah kerjasama dua orang atau lebih, salah satu pihak menyediakan modal secara penuh dan pihak lain mengelola dan menjalankan usaha tersebut.

Manfaat bagi anggota:

- a) Pembiayaan untuk pengembangan usaha
- b) Dana disediakan dari Rp 100.000 – Rp 50.000,00
- c) Jaminan berupa motor, mobil, surat tanah

- 2) Musyarakah (Modal Patungan)

Musyarakah adalah pembiayaan pada anggota BMT dengan menyertakan modal uang atau barang untuk meningkatkan produktifitas usaha, dari transaksi ini, BMT dan anggota bersepakat dimana pembagian keuntungan berdasarkan perjanjian sebelumnya yang telah disepakati, demikian juga dengan kerugian akan ditanggung bersama-sama sesuai dengan perjanjian yang

telah disepakati (Fatwa DSN-MUI No. 08/DSN-MUI/IV/2000).

Adapun persyaratan atas produk ini sebagai berikut:

- a) Fotocopy KTP suami istri
- b) Fotocopy Kartu Keluarga
- c) Surat jaminan izin usaha
- d) Slip gaji bagi karyawan

Manfaat bagi anggota:

- a) Pembiayaan untuk pengembangan usaha anggota
- b) Dana disediakan dari Rp 100.000 – Rp 50.000.000
- c) Jaminan berupa motor, mobil, surat tanah

3) Jasa (*Hiwalah – Ar-Rahn-Kafalah*)

Jasa (*Hiwalah – Ar-Rahn – Kafalah*) yaitu produk jasa talangan dana yang dibutuhkan sangat cepat sementara piutang nasabah di tempat lain belum jatuh tempo (*Hiwalah*).

Adapun persyaratan atas produk *hiwalah* sebagai berikut:

- a. Fotocopy KTP suami istri
- b. Fotocopy Kartu Keluarga
- c. Surat jaminan
- d. Izin usaha
- e. Slip gaji bagi karyawan
- f. Jangka waktu minimal 2-3 bulan (tempo)
- g. Maksimal talangan dana Rp 20.000.000,-

4) Dana Kebajikan (Al-Qard-Al-Qardhul Hasan)

Al Qarrdh yaitu pinjaman kebajika yang pokoknya harus kembali. Sedangkan dana yang tidak bias kembali disebut Al-Qardhul Hasan. Al-Qardh sumber dananya berasal dari dana produktif maupun social (ZIS), tetapi Al-Qardhul Hasan dananya bersumber dari dana social (ZIS). Namun BMT BIF akan mendapatkan fee atau infaq yang besarnya tidak ditentukan.

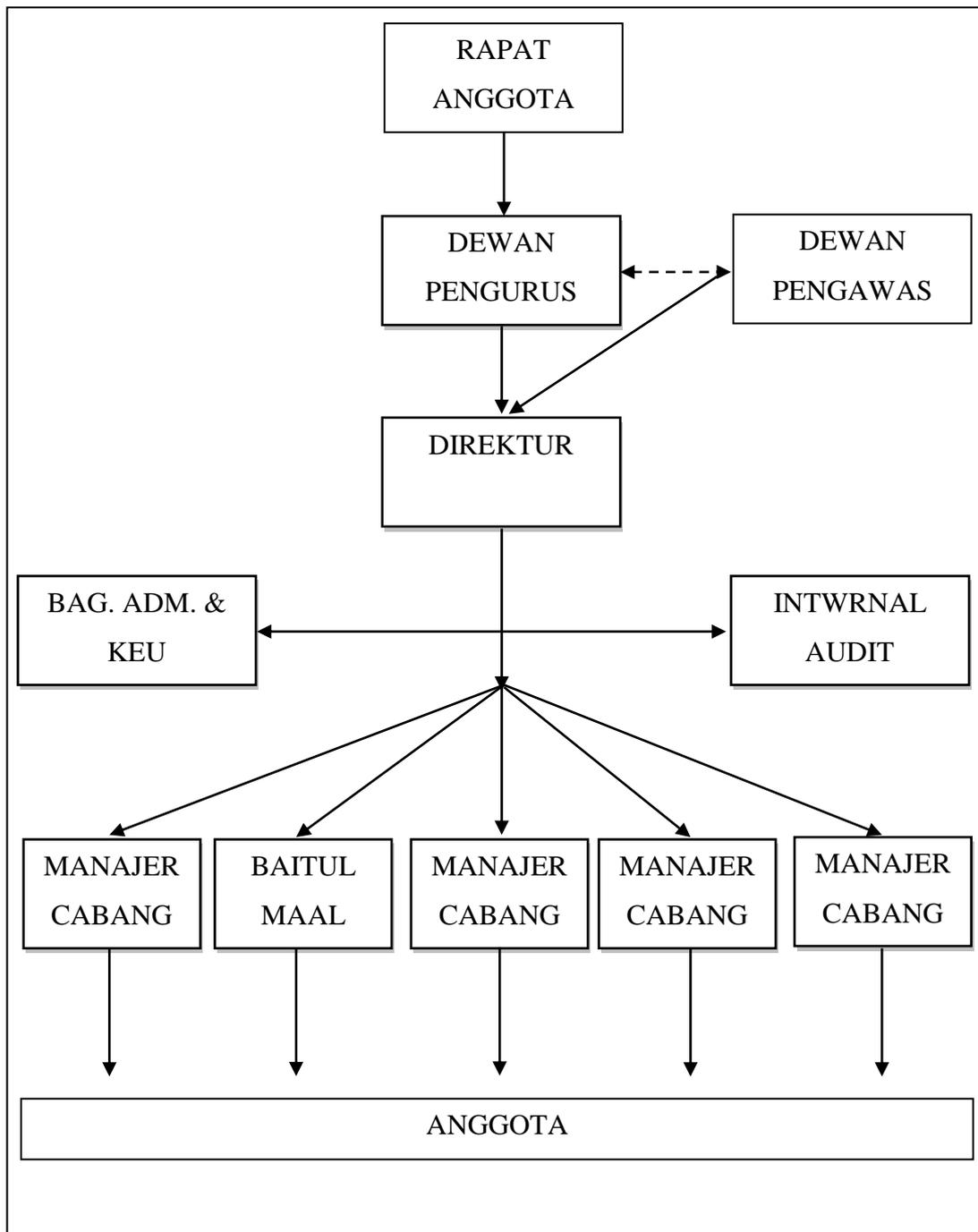
Manfaat bagi anggota:

- a. Untuk usaha produktif
- b. Pendampingan usaha
- c. Fasilitas Pemasaran

5) Ijarah (Sewa beli)

Menurut fatwa DSN-MUI No. 09/DSN-MUI/IV/ 2000 tentang pembiayaan ijarah, ijarah yaitu akad penyaluran dana untuk pemindahan hak guna (manfaat) atas satu barang dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (ujrah), antara perusahaan pembiayaan sebagai pemberi sewa (mu'ajjir) dengan penyewa (musta'jir) tanpa diikuti pengalihan kepemilikan barang itu sendiri.

3. Struktur Organisasi BMT BIF Yogyakarta



Gambar 4.1 Struktur Organisasi BMT BIF Yogyakarta

Sumber: Profil BMT BIF Yogyakarta

Susunan Kepengurusan BMT BIF Yogyakarta adalah sebagai berikut:

Pengurus

Ketua : M. Ridwan, S.E., M.Ag.
 Sekretaris : Supriyadi, S.H., M.M.
 Bendahara : Saiful Rijal, S.H., M.M.

Pengawas Manajemen

Ketua : Ir. Sushardi, SKH., MP.
 Anggota : Ir. Fuad Abdullah
 : Hadi Muhtar, S.E., M.M.

Pengurus Syari'ah

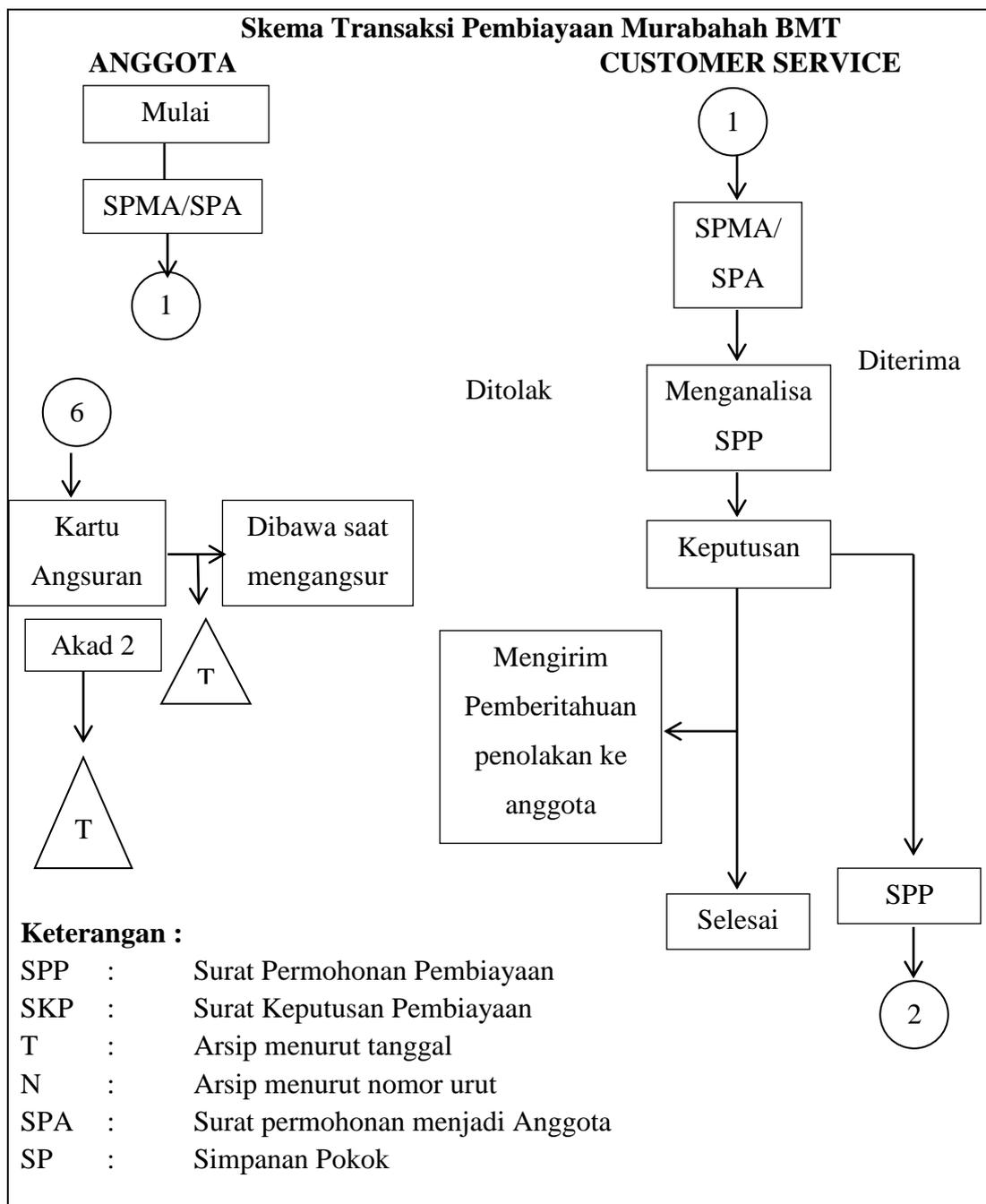
Ketua : DR. Hamim Ilyas, M.A
 Anggota : Nurrudin, S.H., M.A.

Pengelola

Direktur : Muhammad Ridwan, SE, M.Ag
 Manajer HRD : Supriyadi, SH, MM
 Internal Audit : Hari Yuniyanto, SE, AKt
 Manajer Cabang GK : Saiful Rijal, SH, MM
 Manajer Cabang Sleman : Nur Astuti Rahmawati, SE
 Manajer Cabang Nitikan : Yudana Octy Sagijo, SE
 Manajer Cabang Bugisan : Sutardi, SHI
 Manajer Cabang Pleret : Heni Purnoko, A.Md
 Manajer Cabang Sleman Kota : Anton Supriyanto, S.IP
 Manajer Cabang Demangan : Neny Nur Aini, SE
 Manajer Cabang Parangtritis : Sudarmanto, S.Ag
 Manajer Gunung Kidul : M. Taufiqurrahman, SE
 Manajer Brosot : Rina Putra Limawantoro, SE
 Manajer Gamping : Hendra Cahyono, S.SI

D. Praktik Pembiayaan Murabahah Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta

Skema praktik pembiayaan murabahah Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.2 Skema Pembiayaan Murabahah
Sumber: Profil BMT BIF Yogyakarta

Pembiayaan akad murabahah di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta merupakan pembiayaan yang paling diminati oleh nasabah BMT dibandingkan dengan produk pembiayaan lain seperti pembiayaan ijarah, musyarakah, mudharabah, Qard dan istishna. Alasan utama produk pembiayaan murabahah paling diminati yaitu berdasarkan kebutuhan akan modal usaha yang diwujudkan dengan barang.

Praktik pembiayaan murabahah di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta sebagai berikut:

1. Anggota mengisi blangko permohonan calon anggota.
2. Calon anggota mengisi blanko permohonan dengan mengumpulkan data pendukung sebagai berikut:
 - a. Telah masuk menjadi anggota / calon anggota.
 - b. Membuka simpanan murabahah Rp. 10.000,00
 - 1) Tabungan murabahah. Rp. 10.000,00
 - c. Pengumpulan syarat dilakukan dengan mengisi formulir pengajuan pembiayaan dan melengkapi persyaratan berupa data diri calon anggota yaitu:
 - 1) FC KTP permohonan (masih berlaku).
 - 2) FC KTP suami / istri/ orang tua pemohon (sebagai penjamin).
 - 3) FC kartu keluarga pemohon.
 - 4) FC surat nikah / orang tua pemohon.
 - 5) Slip gaji 3 bulan terakhir (untuk pegawai)
 - 6) FC sk pengangkatan pegawai.

- 7) Bukti pendapatan (wiraswasta)
 - 8) Legalitas lembaga (SIUP,TDP,HO,NPWP)
 - 9) Laporan keuangan 3 bulan terakhir
 - 10) FC jaminan.
 - a) BPKB & STNK (masih berlaku/ sudah bayar pajak)
 - b) Sertifikat & PBB terahir (masih berlaku/ sudah bayar pajak).
3. Tim pembiayaan menjadwalkan untuk survey dengan dilakukan seleksi data persyaratan.
- a. *Customer service* atau marketing

Menerima formulir pengajuan serta berkas – berkas dari mitra. Berkas – berkas tersebut di lihat kelengkapannya kemudian diserahkan kepada manajer untuk dilakukan pengecekan ulang terkait kelengkapan dan kesesuaian berkas administratif calon mitra.
 - b. Bagian surveyor
 - 1) Melakukan kesesuaian berkas-berkas administratif dengan fisik di lapangan.
 - 2) Menghubungi mitra terkait jadwal survey yang telah di tentukan bersama.
 - 3) Melakukan penilaian terhadap laporan keuangan anggota secara ringkas dan jelas.

Setelah dilakukan seleksi data persyaratan surveyor melakukan visit atau surver berdasarkan 5C (*Character, Condition of economic, Capability, Capital, Collateral*).

Berikut tahapan yang dilakukan pada proses analisis yaitu:

- a) Analisa karakter (*character*) adalah analisa terkait kemampuan pemohon yang bersangkutan untuk melengkapi kewajiban yang sudah disepakati bersama. Cara yang pertama dilakukan dalam menganalisa karakter pemohon pembiayaan adalah dengan cara melakukan pemeriksaan BI *checking* tentang keadaan pembiayaan yang ada di bank lain. Kedua, Bank *checking* yaitu pemeriksaan di bank lain baik tentang rekeningnya maupun pembiayaannya. Ketiga, *Trade cheking* adalah memeriksa informasi terkait ketetapan pemenuhan kewajiban. Terakhir, *Personal trade* yaitu pemeriksaan informasi umum baik kepada keluarga, teman bisnis, atau kawan disekitar si pemohon tentang karakter serta moralitasnya (Brosur Pembiayaan Murabahah BMT BIF Yogyakarta).
- b) Analisa keadaan atau kondisi perekonomian mitra (*condition of economic*) adalah keadaan ekonomi yang bisa mempengaruhi aktivitas bisnis (pemasaran, produk dan keuangan) mitra atau calon mitra. Analisis ini dilakukan dengan survey lapangan yaitu survey ke tempat tinggal mitra. Surveyor dalam melakukan analisa terkait hal ini dengan cara bertanya kepada tetangga yang ada dilingkungan sekitar, minimal 3 orang tetangga. Misalnya pamong desa, takmir masjid, serta penjual di warung sekitar tempat tinggal

- mitra guna mendapatkan data pendukung (Brosur Pembiayaan Murabahah BMT BIF Yogyakarta).
- c) Analisa kemampuan (*capability*) adalah kemampuan pemohon untuk melunasi dana dan beban yang harus dibayarkan. Dalam hal ini total pembiayaan yang dilakukan oleh calon mitra maksimal sebesar 40% dari pendapatan bersih mitra yang sudah dikurangi dengan biaya pokok perbulan mitra (Brosur Pembiayaan Murabahah BMT BIF Yogyakarta).
- d) Analisa permodalan (*capital*) merupakan kondisi modal yang dimiliki oleh calon anggota atau mitra, yang akan dijadikan bahan untuk pertimbangan memutuskan besar kecilnya pembiayaan yang akan diberikan kepada calon mitra tersebut (Brosur Pembiayaan Murabahah BMT BIF Yogyakarta).
- e) Analisa jaminan (*collateral*) yaitu mempelajari jaminan berupa kas, *fixed asset* atau dalam bentuk lain yang bisa diberikan oleh calon mitra untuk jaminan pembiayaan yang di berikan oleh BMT (Brosur Pembiayaan Murabahah BMT BIF Yogyakarta).
4. Tim pembiayaan melakukan survey ke rumah calon anggota untuk konfirmasi pembelian barang.
5. Tim pembiayaan menganalisis apakah layak untuk mengajukan pembiayaan murabahah dan apabila layak maka berkas diserahkan kepada marketing yang telah ditunjuk.

6. Berkas diserahkan ke admin pembiayaan dan ditindaklanjuti dengan pembelian barang sesuai yang dibutuhkan oleh calon anggota namun sebelumnya melakukan konfirmasi dengan calon anggota terlebih dahulu.
7. Bagian administrasi membuat akad pembiayaan murabahah.
8. Calon anggota diminta untuk datang ke kantor untuk menjadi anggota dan melakukan transaksi pembiayaan murabahah terhadap barang yang sudah dibeli oleh BMT dengan harga yang telah disepakati (Wawancara dengan Manager BMT BIF tanggal 19 Desember 2019 pukul 09.00 WIB).

Proses penandatanganan akad secara tertulis dilakukan ketika mitra telah menerima barang yang ia butuhkan. Proses akad ini dihadiri oleh mitra dan penjaminnya, *general manager/manager*, admin pembiayaan, *surveyor* dan marketing. Pihak penjual dan pembeli dalam hal ini adalah pihak BMT BIF Yogyakarta yang diwakilkan oleh *general manager/ manager* sebagai penjual, dan mitra sebagai pihak pembelinya. Dalam proses akad, juga di jelaskan kepada mitra terkait akad murabahah yaitu akad jual beli yang mana BMT membeli barang kebutuhan mitra, kemudian BMT menjual kembali kepada mitra tersebut sebesar harga pokok di tambah dengan margin sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.

Berbagai strategi BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta dalam mendapatkan nasabah:

1. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar tradisional di BMT BIF Yogyakarta dilakukan dengan strategi WOM (*Word of Mouth*) dengan teknik keramahan. Dari teknik keramahan ini nasabah akan tertarik dengan produk yang ditawarkan

oleh marketing. Hal tersebut membuat nasabah akan datang dengan sendirinya (Hasil wawancara dengan Manager BMT BIF tanggal 19 Desember 2019 pukul 09.00 WIB).

2. Rumah

Strategi yang dilakukan BMT untuk mendapatkan nasabah yaitu dengan mengajak tokoh masyarakat dengan bersosialisasi pada pertemuan RT, dasawisma dan pengajian. Hal tersebut akan membuat masyarakat yang sebelumnya menggunakan produk tentang perbankan konvensional akan tertarik untuk menjadi nasabah di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta (Wawancara dengan Manager BMT BIF tanggal 19 Desember 2019 pukul 09.00 WIB).

3. Sumber Daya Insani (SDI) di BMT yang aktif dalam organisasi.

Sumber Daya Insani di BMT yang aktif diikuti dalam organisasi internal ataupun eksternal akan mempromosikan produk-produk yang tersedia di BMT Bina Ihsanul Fikri sehingga membuat anggota organisasi yang lain menjadi berminat untuk menyimpan dana atau melakukan pembiayaan di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta (Hasil wawancara dengan Manager BMT BIF tanggal 19 Desember 2019 pukul 09.00 WIB).

4. Membangun jaringan ke masyarakat dengan menjadi sponsor diberbagai acara. Menjadi sponsor ini juga salah satu strategi yang dilakukan BMT untuk mendapatkan nasabah, seperti menjadi sponsor di acara atau *event* yang dilakukan oleh kampus (Hasil wawancara dengan Manager BMT BIF tanggal 19 Desember 2019 pukul 09.00 WIB).

5. Sumber Daya Insani (SDI) di BMT yang mencalonkan diri di lingkungannya untuk menjadi tokoh masyarakat yaitu sebagai Ketua RT, Takmir dan lain-lain (Hasil wawancara dengan Manager BMT BIF tanggal 19 Desember 2019 pukul 09.00 WIB).

E. Analisis Strategi Bersaing Pembiayaan Murabahah dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Usaha Mikro.

1. Strategi Bersaing BMT BIF Yogyakarta dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Usaha Mikro.

Strategi bersaing merupakan usaha pengembangan rencana bisnis dalam bersaing, apa yang seharusnya menjadi tujuannya dan kebijakan apa yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Tujuan utama analisis strategi pemasaran adalah untuk mengetahui dukungan apa saja yang diperlukan agar pelanggan potensial mau membeli produk yang ditawarkan. Terutama dalam kondisi persaingan yang sangat ketat seperti saat ini, pelanggan banyak disugahi dengan berbagai macam produk pembiayaan dengan berbagai macam kelebihanannya. Untuk mengetahui seberapa jauh strategi bersaing di BMT BIF Yogyakarta maka peneliti menganalisis dengan meningkatkan *competitive advantage* yaitu:

- a. Membuat variasi produk simpanan dan pembiayaan.

Penghimpunan dana BMT BIF dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dilakukan dengan menyediakan produk Simpanan Mudharabah, Simpanan Pendidikan, Simpanan Qurban, dan Deposito Mudharabah. Sedangkan dalam produk pembiayaan yaitu, Mudharabah,

Musyarakah, Murabahah, Al-Qard dan Ijarah. Dalam beberapa produk tersebut yang paling diminati adalah produk pembiayaan murabahah, karena bisa membantu nasabah yang mempunyai usaha mikro yang membutuhkan pembelian barang untuk mengembangkan usahanya. Penjelasan tersebut didukung dengan hasil wawancara dengan Bapak Faqih selaku karyawan BMT BIF Yogyakarta sebagai berikut:

“Produk pembiayaan yang paling diminati yaitu murabahah karena dari segi resiko itu berimbang dengan dana yang dipakai kita karena dana dari anggota”. (Wawancara dengan Bapak Faqih, pada 20 Desember 2019 Pukul 09.00 WIB).

“Karena kalau produk lain seperti musyarakah, mudharabah, analisa resikonya sedikit rumit jadi anggota kadang tidak mau ribet dengan laporan dan pencatatan yang detail. Dan yang memudahkan memang menggunakan produk murabahah, karena sisitemnya jual beli langsung/marketing dan mereka sudah familiar dengan produk murabahah”. ”. (Wawancara dengan Bapak Faqih, pada 20 Desember 2019 Pukul 09.00 WIB).

Hal yang tidak jauh berbeda juga diungkapkan oleh Bapak Syarif As’ad SEI., MEI selaku pihak ahli yaitu:

*“Murabahah ini sebagai salah satu skema yang sangat menjadi idola, di akhir-akhir ini perbankan syariah atau lembaga keuangan syariah lainnya seperti BMT dia ingin mentargetkan berbagai *market share* yang semakin hari, semakin tahun melalui triwulan semester, ataupun tahunan menginginkan proyeksi-proyeksi meningkat sehingga apa yang dia bisa lakukan dengan cepat untuk mencapai target. Prosentase pembiayaan murabahah itu tinggi, ini seperti muara karena hampir di semua perbankan syariah ataupun lembaga keuangan syariah lainnya menggunakan pembiayaan murabahah”*. (Wawancara dengan Bapak Syarif As’ad SEI., MEI, pada tanggal 10 Januari 2019 Pukul 08.00 WIB).

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pembiayaan murabahah merupakan variasi produk yang paling diminati. Pembiayaan atau transaksi murabahah yang didasarkan pada konsep jual beli sampai saat

ini masih merupakan pembiayaan yang bersifat konsumtif dan merupakan salah satu produk andalan serta sangat berperan penting dalam lembaga keuangan syariah termasuk di lembaga mikro syariah (BMT) (Prayogo, 2011:62). Transaksi ini sangat populer di kalangan masyarakat karena syarat pada transaksi ini termasuk simpel dan mudah untuk dilaksanakan. Nasabah lebih mengandalkan murabahah untuk mendapatkan dana talangan dalam memenuhi kebutuhan mereka yang tidak dapat mereka bayarkan secara tunai, apalagi dengan adanya akad murabahah di lembaga keuangan mikro syariah ini sangat membantu khususnya masyarakat kecil untuk memenuhi kebutuhannya.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Manajer BMT BIF Yogyakarta yaitu produk pembiayaan yang paling diminati dari berbagai jurnal, media masa, atau melihat di TV terkait produk bank syariah itu hampir sama dengan produk yang paling diminati oleh BMT BIF ini yakni produk pembiayaan murabahah. Selain itu BMT BIF juga membuat variasi produk yaitu umroh. Produk di BIF saat ini yang diunggulkan adalah Pembiayaan Umroh, kenapa umroh karena kita melihat masyarakat di Yogyakarta saat ini sedang semangatnya mengkaji tentang keislaman. Kalau dulu 2017 tentang tabungan berhadiah. Untuk tahun ini tentang pembiayaan umroh.

b. Sosialisasi kepada masyarakat

Untuk mempercepat pertumbuhan BMT maka solusi terbaik adalah dilakukan kerjasama dengan perorangan, instansi maupun masyarakat

sekitar. Untuk mewujudkan hal tersebut dapat dilakukan dengan sosialisasi melalui radio, promosi serta silaturahmi ke calon nasabah potensial. Sosialisasi dapat dilakukan dengan berbagai cara sesuai dengan penjelesan hasil wawancara dengan Bapak Sutardi salah satu Manajer di BMT BIF Yogyakarta yaitu:

“Sosialisasi yang pertama melalui pengajian, misalnya kalau sedang mengisi pengajian, bercandaan di luar tema, media, masa, koran, TV lokal TVRI Yogyakarta dan yang paling utama yaitu media sosial karena sekarang ini semua memegang hp android jadi ini juga memudahkan dan dapat diakses setiap saat”.(Wawancara dengan Bapak Sutardi pada tanggal 19 Desember 2019 Pukul 09.00).

Sosialisasi yang aktif diberikan kepada masyarakat dapat dilakukan dalam berbagai hal. Seperti yang sudah dijelaskan pada hasil wawancara bahwa melalui acara pengajian BMT BIF Yogyakarta melakukan sosialisasi terkait tema-tema yang berkaitan dengan ekonomi syariah dan sudah dilakukan selama 3 tahun terakhir. Priyadi dan Sutardi (2017) mendukung pernyataan tersebut yaitu perlu adanya kegiatan sosialisasi produk dan layanan BMT secara intensif dan berlanjut kepada masyarakat baik melalui kampanye syariah, pekan olah raga syariah, ceramah di masjid/ majlis taklim, membuat seminar dan lain sebagainya, adanya kegiatan tersebut akan memberikan pemahaman persepsi secara tepat kepada masyarakat mengenai operasional lembaga mikro syariah.

Keberhasilan dalam sosialisasi juga dilakukan dengan adanya dukungan faktor internal dan eksternal sesuai hasil wawancara dengan Bapak Sutardi salah satu manajer BMT BIF berikut:

“Faktor internal, SDM sudah siap, bahan-bahan yang akan dilakukan sudah siap. Faktor eksternal berkaitan dengan masyarakat, dukungannya yang sangat positif. Media massa, radio, TV lokal juga sangat mendukung. Organisasi yang manajer ikuti seperti Muhammadiyah di majelis ekonomi, dan teman – teman yang lain seperti di ranting, PCM dan organisasi lainnya. Apalagi manajer - manajer di BIF ini ada yang menjadi pengurus puskopiyah, absindo, tamwil Muhammadiyah”. ”.(Wawancara dengan Bapak Sutardi pada tanggal 19 Desember 2019 Pukul 09.00 WIB).

Adanya faktor pendukung tersebut mampu berdampak baik dalam meningkatkan keunggulan kompetitif usaha mikro di BMT BIF Yogyakarta. SDM dan materi yang ada di BMT sudah selalu siap setiap saat dalam meningkatkan keunggulan kompetitif. Selain itu, BMT terjun langsung ke lokasi para pelaku usaha mikro untuk menyalurkan pembiayaannya sehingga para pelaku usaha mikro tidak perlu datang ke kantor BMT. Kemudahan tersebut menjadi keunggulan BMT dan umumnya diminati oleh para pelaku usaha mikro. Namun demikian BMT bertanggungjawab terhadap pembinaan anggotanya terutama anggota yang melakukan pembiayaan.

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Bapak Syarif As’ad SEI., MEI selaku pihak ahli yaitu:

“ BMT harus bisa melihat karakter masyarakat, sosialisasi dengan masyarakat, menggunakan strategi pemasaran dari mulut ke mulut (door to door). Pelayanan yang baik, ramah, akhlak sopan, pengetahuan bagus” (Wawancara dengan Bapak Syarif As’ad SEI., MEI pada tanggal 10 Januari 2018 Pukul 08.00).

c. Membuka jaringan kantor

Membuka kantor sebagai bagian dari strategi BMT untuk pengembangan usahanya, meningkatkan tingkat “persaingan” antar

lembaga BMT di beberapa kota seperti di Yogyakarta sangat ketat. Sebagai bagian dari proses penyebaran ekonomi syariah dari pengembangan usaha maka sebaiknya pembukaan kantor memenuhi keidah yakni tidak melakukan pembukaan kantor di suatu pasar / wilayah yang sudah ada BMT nya, melakukan studi kelayakan bisnis secara ketat, valid dan layak (Priyadi dan Sutardi, 2017).

BMT BIF Yogyakarta telah melakukan perluasan jaringan guna meningkatkan keunggulan kompetitif. Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) mempunyai cabang BMT terbanyak dan mempunyai beberapa keunggulan. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Sutardi Manajer BMT BIF Yogyakarta yaitu:

“Perluasan jaringan sekarang ini baru menguatkan di DIY. Apalagi di DIY ini mempunyai cabang terbanyak. Dan keunggulan dari kantor kita ini yaitu berada di jalan-jalan protokol yang disetiap masuk kota jogja itu ada cabang kantor BMT BIF. Di setiap Kabupaten di Jogja itu juga ada, seperti di Kulonprogo, Gunungkidul, Sleman. Dengan brand BMT yang sama yaitu berwarna hijau kuning, itu akan menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat”.(Wawancara dengan Bapak Sutardi pada tanggal 19 Desember 2018 Pukul 09.00 WIB).

Jaringan BMT harus dikuatkan dengan aktif di semua organisasi. Tentunya dalam perluasan jaringan perlu adanya faktor pendukung secara internal dan eksternal. Perluasan jaringan internal yaitu dengan adanya Sumber Daya Manusia yang mampu berkontribusi dalam mengembangkan BMT. SDM harus dipersiapkan untuk bisa ditempatkan dicabang manapun. Perluasan jaringan eksternal, kita membangun jaringan orang-orang sekitar. Mempunyai tokoh di daerah itu untuk

menjadi penggerak masyarakat untuk menjadi anggota di BMT BIF. Pengelolaan BMT setidaknya menjadi tokoh masyarakat atau menjadi Da'i karena akan lebih mudah membangun jaringan di masyarakat.

d. Merekrut Sumber Daya Insani (SDI) yang kompeten

Problem utama Sumber Daya Insani (SDI) di BMT adalah rendahnya minat orang untuk karir di BMT. Apabila BMT mau tetap eksis, maka harus kompetitif, professional, dan menjadi pilihan bagi Sumber Daya Insani (SDI) yang unggul, *competence*, berkarakter dan mampu memberikan kesejahteraan bagi para SDI sehingga mereka bersemangat mengembangkan ekonomi syariah.

Keunggulan yang dihadirkan di BIF ini yang pertama itu masalah Sumber Daya Insani (SDI), karena SDI di BMT BIF Yogyakarta sebagai garda ke depan. Jika Sumber Daya Insani (SDI) bagus maka kualitas yang diberikan BMT BIF Yogyakarta kepada masyarakat akan lebih optimal. Salah satu keunggulan di BMT BIF masalah Sumber Daya Insani (SDI) yang pertama hal pendidikan yaitu rata-rata karyawan mayoritas adalah lulusan S1, untuk D3 hanya beberapa saja dan lulusan SMA 2 orang.

Sumber Daya Insani di BMT BIF itu unggul dalam hal pelatihan karena setiap satu bulan sekali beberapa karyawan diikutsertakan dalam berbagai pelatihan. Baik itu pelatihan yang diadakan oleh Dinas, PUSKOPSYAH, ABSINDO, atau lembaga pelatihan yang lain. Selain itu Sumber Daya Insani di BMT BIF masih muda dan *fresh graduate*,

sehingga memiliki semangat yang luar biasa dalam memasarkan produk yang ada di BMT yaitu melalui media sosial, *door to door*, serta organisasi-organisasi yang berkerjasama dengan BMT. Dengan banyaknya organisasi yang bekerjasama dan Sumber Daya Insani (SDI) yang handal maka menjadi strategi bersaing BMT BIF dalam keunggulan kompetitif (Hasil wawancara dengan Bapak Sutardi pada tanggal 19 Desember 2018 Pukul 09.00 WIB).

e. Efisiensi dan efektivitas di segala bidang.

Melihat persaingan lembaga yang sangat ketat, maka BMT pun perlu menerapkan efisiensi dan efektivitas. Beberapa strategi yang dilakukan misalnya : modal angsuran harian diubah menjadi mingguan atau bulanan, kontrol angsuran yang ketat kepada mitra, dokumen / form – form dibuat sederhana, dan lain-lain (Priyadi dan Sutardi, 2017).

BMT BIF Yogyakarta melihat efisiensi di segala bidang tersebut yaitu dengan penghematan biaya. Pihak BMT menekan berapa biaya yang harusnya dikeluarkan agar tidak berlebihan dalam pengeluaran dana. Mengenai efisiensi pada BMT BIF dilihat berdasarkan RAT bobotnya masih tinggi, tetapi dilakukan berbagai usaha agar bobotnya setidaknya 80% karena selama ini melebihi dari 80%.

Cara agar bisa bersaing pada kompetitor dalam hal biaya yang dilakukan oleh BMT BIF Yogyakarta yaitu dengan mengutamakan efektivitas dan efisiensi biaya – biaya murah dalam hal bersaing, contohnya pada saat pengumuman dalam pengadaan produk atau

program baru menggunakan *pamflett* saat ini sudah tidak digunakan lagi, cukup dengan media sosial. Contoh lain yaitu dengan menghemat biaya iklan, iklan di televisi lokal biasanya 1 bulan sekali sekarang 1 tahun 1 kali.

2. Analisis Kendala-kendala Strategi

Dalam strategi bersaing pembiayaan murabahah dalam meningkatkan keunggulan kompetitif usaha mikro di BMT BIF Yogyakarta tidak lepas dari hambatan atau kendala-kendala yang dihadapi baik kendala internal maupun eksternal. Berikut adalah kendala-kendala yang dihadapi BMT BIF Yogyakarta berdasarkan hasil wawancara dengan Manajer dan Karyawan.

- a. Kendalanya adalah dalam pembiayaan murabahah sering dari pihak BMT BIF maupun masyarakat hanya fokus dengan prosentase pokok, sehingga dalam akad apabila tidak memahami mengenai akad murabahah termasuk dalam aplikasinya maka timbul adanya riba yang menyebabkan masyarakat banyak beranggapan dalam sistem bagi hasil belum adanya transparansi. Sebenarnya apabila kedua belah pihak yang melakukan akad sudah paham mengenai prinsip syariah dalam akad murabahah maka tidak akan menimbulkan riba. Pembiayaan murabahah ini sangat fleksibel dengan angsuran, caranya itu mudah dan sebagai keunggulannya sehingga sangat diminati oleh masyarakat.
- b. Masyarakat belum memahami tentang apa itu ekonomi syariah, maka solusinya kita edukasikan masyarakat tentang ekonomi syariah melalui

pengajian. Seperti yang dilakukan manajer ketika mengisi pengajian di mana isi dari pengajian temanya tentang ekonomi syariah.

- c. Hambatan dan kendala dalam faktor internal adalah pihak BMT belum menguasai betul wilayah yang bisa dipromosikan secara menyeluruh mengenai produk-produk pembiayaan yang ada di BMT BIF Yogyakarta. Selain itu belum maksimal dalam penguasaan wilayah tersebut akan menjadi kendala bersaing dengan lembaga keuangan lain yang saat ini berpola syariah.

F. Analisis SWOT

1. Tabel IFAS dan Analisisnya

IFAS (*Internal Strategic Factors Summary*) merupakan faktor strategis internal yang terdiri dari kekuatan (*strenghts*) dan kelemahan (*weakness*) suatu perusahaan. Berikut adalah faktor strategis internal BMT BIF Yogyakarta :

a. Kekuatan (*Strenghts*)

1) Sumber Daya Insani yang kompeten

BMT BIF Yogyakarta memiliki Sumber Daya Insani yang kompeten dengan mayoritas lulusan S1. Sumber Daya Insani yang ada di BMT juga aktif dalam bidang organisasi. Hal tersebut dapat menjadi kekuatan BMT untuk turut serta berperan di organisasi maupun masyarakat dan dalam setiap kegiatan dapat memberikan sosialisasi terkait program-program yang ada di BMT.

2) Pendampingan yang intensif

Keunikan BMT BIF Yogyakarta adalah pelayanan yang bersifat kekeluargaan. Jadi antara karyawan dengan anggota itu tidak seperti bank dengan nasabah tetapi seperti saudara dengan mengutamakan pendampingan yang intensif.

3) Pelayanan yang *personality*

Memberikan pelayanan yang terbaik dalam jasa keuangan mikro syariah selalu menjadi visi utama dari BMT BIF Yogyakarta. Memberikan pelayanan yang ramah kepada nasabah sehingga nasabah tidak akan berpindah ke tempat lainnya.

4) Didukung oleh masyarakat

Masyarakat sekitar dan nasabah selalu mendukung program dan produk yang ditawarkan oleh BMT BIF Yogyakarta. Masyarakat merasakan peran BMT terdapat pada gerakan sosial seperti pengajian yang diadakan oleh BMT. Selain itu BMT juga membangun jaringan ke masyarakat dengan menjadi sponsor diberbagai acara. Pada segi pembiayaan menggunakan sistem bagi hasil yang dengan itu masyarakat dapat menentukan nisbah dengan cara negosiasi melihat kemampuan dari pada pendapat masyarakat.

5) Lokasi kantor yang strategis

Letak kantor BMT BIF Yogyakarta yang berada di tengah kota dan tepat dipinggir jalan raya sehingga sangat mudah untuk ditemukan. Selain itu juga berada dikawasan yang padat penduduk

dan dikelilingi oleh banyak perkantoran dan industri usaha sehingga dapat memperluas sasaran untuk dijadikan nasabah pembiayaan murabahah.

6) Syarat pengajuan mudah

Persyaratan dalam beberapa produk pembiayaan BMT BIF Yogyakarta pengajuannya cukup mudah, terutama pembiayaan murabahah yang paling banyak diminati oleh masyarakat.

b. Kelemahan (*Weakness*)

1) Penguasaan wilayah

Hambatan dan kendala untuk internal di BMT BIF Yogyakarta adalah beberapa Sumber Daya Insani di BMT belum menguasai wilayah. Solusi terbaik yang diberikan adalah dengan melakukan sosialisasi dengan masyarakat dengan melihat potensi yang ada untuk menguatkan wilayah tersebut.

2) Pemahaman marketing dalam membedakan penggunaan akad pembiayaan.

Maraknya lembaga keuangan yang mulai menyebar di Indonesia pada umumnya dan terjadi pula di Yogyakarta pada khususnya merupakan sebuah tanda atas sebuah perkembangan perekonomian menuju ke arah yang lebih baik yaitu ekonomi syariah. Lembaga keuangan seperti BMT ini merupakan lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah guna berjalannya perekonomian di sektor riil di daerah pedesaan dan daerah pembangunan industri rumah tangga. Namun peran BMT dinilai

masih kurang dalam mengembangkan usaha mikro karena marketing masih kurang dalam membedakan penggunaan akad pembiayaan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan Manager BMT BIF Yogyakarta pada tanggal 19 Desember 2018 Pukul 09.00 WIB.

3) Kurang sosialisasi

Masyarakat yang paham dalam lembaga keuangan syariah ini masih perlu adanya sosialisasi terhadap masyarakat. Jika pihak BMT bisa mengenalkan diri mereka bukan hanya kepada akademisi lewat bangku perkuliahan namun terjun langsung kepada masyarakat yang membutuhkan dana guna mengembangkan usaha akan menjadi sebuah terobosan baru.

Tabel 4.1
Tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Summary*)

1	2	3	4
Faktor Strategi Internal	Bobot	Peringkat	Terbobot
<i>Kekuatan (Strengths)</i>			
1. Sumber Daya Insani yang kompeten	0,15	5	0,75
2. Pendampingan yang intensif	0,10	4	0,40
3. Pelayanan yang <i>personality</i>	0,10	3	0,30
4. Didukung oleh masyarakat	0,10	3	0,30
5. Lokasi kantor yang strategis	0,10	3	0,30
6. Syarat pengajuan mudah	0,10	2	0,20
<i>Kelemahan (Weakness)</i>			
1. Penguasaan wilayah	0,15	5	0,75
2. Pemahaman marketing dalam membedakan penggunaan akad pembiayaan	0,10	2	0,20
3. Kurang sosialisasi	0,10	2	0,20
Total	1,00		3,40

Sumber : Data yang Sudah Diolah

Tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Summary*) digunakan untuk mengatur faktor-faktor strategis ke dalam kategori-kategori kekuatan dan kelemahan. Berdasarkan hasil analisis tabel IFAS di atas, bobot diberikan berdasarkan faktor-faktor yang memiliki kemungkinan mempengaruhi posisi strategis bersaing BMT BIF Yogyakarta sesuai dengan kriteria yang dipandang penting bagi BMT BIF Yogyakarta. Bobot yang diberikan disesuaikan oleh peneliti agar total bobot pada akhirnya 1.00 (sesuai dengan aturan yang ada) berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber-narasumber yang ada dan diskusi yang dilakukan dengan pihak BMT BIF Yogyakarta. Bobot yang diberikan dari rentang 0.0 yang berarti tidak penting sampai dengan 1.0 yang berarti paling penting.

Sedangkan untuk peringkat diberikan berdasarkan seberapa baik respon (cara mengatasi) BMT BIF Yogyakarta saat ini terhadap faktor-faktor strategis internal tersebut. Rating yang diberikan dari rentang 1 yang berarti jelek sampai dengan 5 yang berarti hebat. Peringkat setiap faktor pada tabel IFAS di atas menunjukkan rating yang bermacam-macam mulai dari 2 yang berarti dibawah rata-rata, 3 yang berarti rata-rata, 4 yang berarti diatas rata-rata dan 5 yang berarti sangat baik. Skor total terbobot menunjukkan angka 3,40 yang berarti menunjukkan bahwa manajemen sudah cukup baik (rata-rata) menanggapi faktor-faktor strategi internal yang ada dalam hal tingkat pentingnya faktor tersebut bagi BMT BIF Yogyakarta.

2. Tabel EFAS dan Analisisnya

EFAS (*External Strategic Factors Summary*) merupakan faktor strategis eksternal yang terdiri dari peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) suatu perusahaan. Berikut adalah faktor strategis eksternal BMT BIF Yogyakarta:

a. Peluang (*Opportunity*)

1) Potensi pasar yang berkembang

Heykal (2013: 364) menyebutkan fungsi Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) dalam rangka mencapai tujuannya yaitu mengidentifikasi, memobilisasi, mengorganisasi, mendorong dan mengembangkan potensi serta kemampuan potensi ekonomi anggota melalui pembinaan dan pendanaan usaha kecil atau usaha mikro. Dalam setiap usaha yang dilakukan oleh BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta dalam memasarkan produk-produknya yang bertujuan untuk meningkatkan sumber dana dengan menargetkan sejumlah nasabah atau calon nasabah potensial sesuai dengan apa yang direncanakan merupakan bagian dari strategi bersaing. Salah satu hal yang paling mendasar sangat diperlukan dalam strategi bersaing dalam meningkatkan keunggulan kompetitif adalah bagaimana cara dan upaya meningkatkan potensi pasar yang berkembang di wilayah BMT. Oleh karena itu dibutuhkan strategi yang tepat untuk meraih kesempatan yang ada dengan sebaik-baiknya.

2) Respon positif masyarakat tentang produk pembiayaan di BMT

Tanggapan dari nasabah sangat baik karena masyarakat menyukai produk-produk yang ada di BMT BIF Yogyakarta. Tanggapan dari nasabah mengenai prospek BMT ini banyaknya permintaan produk pembiayaan murabahah maka produk ini sangat positif di masyarakat. Produk pembiayaan yang paling diminati dan mendapatkan respon positif dari masyarakat adalah pembiayaan murabahah karena dari segi resiko itu berimbang dengan dana yang dipakai karena dana tersebut didapatkan dari anggota. Selain itu produk lain seperti musyarakah, mudharabah, analisa risikonya sedikit rumit jadi anggota atau nasabah memilih pembiayaan murabahah karena persyaratannya yang cukup mudah.

3) Sistem jemput bola merupakan pelayanan yang ekstra pada anggota

Keaktifan pengelola dalam memasarkan produk BMT 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 BMT di awal operasionalnya adalah dengan melakukan pendekatan “jemput bola“. Pendekatan ini dilakukan dengan pihak BMT langsung mendatangi calon nasabah dan petugas leluasa menjelaskan mengenai konsep keuangan syariah serta sistem dan prosedur operasional BMT. Hal ini juga dilakukan apabila nasabah atau anggota yang tidak bisa ke kantor maka kita mempunyai layanan jemput bola.

b. Ancaman (*Threats*)

1) Kurang pemahaman masyarakat mengenai pola ekonomi syariah

Masyarakat hanya fokus dengan prosentase pokok dan beberapa ada yang belum paham mengenai prinsip-prinsip dalam ekonomi syariah dan belum paham mengenai keseluruhan akad murabahah.

2) Kompetitor baru di area yang sama

BMT BIF Yogyakarta harus bersaing ketat dengan BMT lainnya yang memiliki produk yang sama yaitu pembiayaan murabahah dan berada di wilayah yang sama yaitu D.I.Yogyakarta karena mengingat cabang dari BMT memang banyak jumlahnya di wilayah D.I.Yogyakarta ini.

3) Banyaknya lembaga keuangan yang saat ini berpola syariah

Banyaknya lembaga keuangan yang bergerak dalam bidang yang sama merupakan ancaman bagi BMT BIF Yogyakarta. Beberapa lembaga yang lain juga menawarkan produk yang sama.

Tabel 4.2
Tabel EFAS (*External Strategic Factors Summary*)

1	2	3	4
Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Peringkat	Terbobot
<i>Peluang (Opportunity) :</i>			
1. Potensi pasar yang berkembang	0,25	4	1,00
2. Respon positif masyarakat tentang produk pembiayaan di BMT	0,20	4	0,80
3. Sistem jemput bola merupakan pelayanan yang ekstra pada anggota	0,10	3	0,30
<i>Ancaman (Threats) :</i>			
1. Kurang pemahaman masyarakat mengenai pola ekonomi syariah	0,25	4	1,00
2. Kompetitor baru di area yang sama	0,10	3	0,30
3. Banyaknya lembaga keuangan yang saat ini berpola syariah	0,10	3	0,30
Total	1,00		3,70

Sumber : Data yang Sudah Diolah

Tabel EFAS (*External Strategic Factors Summary*) digunakan untuk mengorganisir faktor-faktor strategis eksternal kedalam kategori-kategori yang diterima secara umum mengenai peluang dan ancaman. Hasil analisis tabel EFAS diatas yaitu bobot diberikan berdasarkan faktor-faktor yang memiliki kemungkinan mempengaruhi posisi strategis BMT BIF Yogyakarta yang disesuaikan oleh peneliti agar total bobot pada akhirnya 1.00 (sesuai dengan aturan yang ada) berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber-narasumber yang ada dan diskusi yang dilakukan dengan pihak BMT BIF Yogyakarta.

Bobot yang diberikan dari rentang 0.0 yang berarti tidak penting sampai dengan 1.0 yang berarti paling penting. Sedangkan untuk peringkat diberikan berdasarkan seberapa baik respon (cara mengatasi) BMT BIF Yogyakarta saat ini terhadap faktor-faktor strategis eksternal tersebut. Rating yang diberikan dari rentang 1 yang berarti jelek sampai dengan 5 yang berarti hebat. Rata-rata peringkat setiap faktor pada tabel EFAS diatas menunjukkan rating 3 yang berarti rata-rata, 4 yang berarti di atas rata-rata, dan 5 yang berarti hebat. Skor total terbobot menunjukkan angka 3,70 yang berarti menunjukkan bahwa manajemen sudah cukup baik (rata-rata) menanggapi faktor-faktor strategi eksternal yang ada dalam hal tingkat pentingnya faktor tersebut bagi BMT BIF Yogyakarta.

3. Tabel SFAS dan Analisisnya

SFAS (*Strategic Factors Analysis Summary*) merupakan ringkasan analisis faktor-faktor strategi internal dan eksternal suatu perusahaan. Tabel

dibawah merupakan kumpulan dari faktor-faktor internal dan eksternal yang dipadatkan dan diringkas menjadi 6 faktor yang dianggap paling penting dalam menganalisis situasi perusahaan.

Tabel 4.3
Tabel SFAS (*Strategic Factors Analysis Summary*)

1 Faktor Strategis Kunci	2 Bobot	3 Peringkat	4 Skor Terbobot	5 Durasi		
				Pj	Mg	Pk
1. Sumber Daya Insani yang kompeten	0,15	5	0,75		X	
2. Penguasaan wilayah	0,15	5	0,75		X	
3. Potensi pasar yang berkembang	0,25	4	1,00		X	
4. Respon positif masyarakat tentang produk pembiayaan di BMT	0,20	4	0,80		X	
5. Kurang pemahaman masyarakat mengenai pola ekonomi syariah	0,25	4	1,00		X	
Total	1,00		4,30			

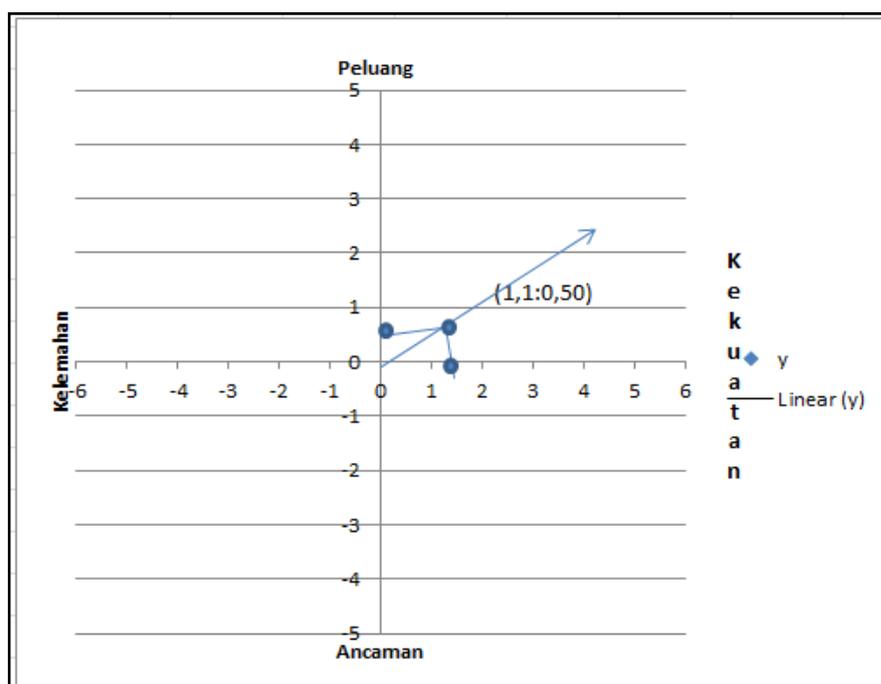
Sumber : Data yang Sudah Diolah

Berdasarkan hasil analisis situasi pada tabel diatas, diperoleh angka 4,30 pada total kolom skor terbobot, hal ini berarti BMT BIF Yogyakarta dianggap sudah cukup baik (berdasarkan rating 1-5) dalam menanggapi faktor-faktor strategi kunci yang ada dalam hal tingkat pentingnya faktor tersebut bagi BMT BIF Yogyakarta dimana angka 4 sudah menunjukkan arti rata-rata mendekati angka 4,50 yang berarti di atas rata-rata dalam menghadapi atau menanggapi situasi perusahaan yang ada. Sedangkan

kolom durasi pada seluruh faktor strategis kunci pada tabel SFAS berada pada durasi menengah yang berarti sudah diatasi atau ditanggapi.

4. Matrix SWOT dan Analisisnya

Adapun cara untuk menentukan pilihan strategi dengan membuat perhitungan sebagai berikut: menjumlahkan nilai kekuatan dikurangi nilai kelemahan, sebagai berikut: $2,25 - 1,15 = 1,1$ habisnya lebih besar kekuatan daripada kelemahan. Selanjutnya menjumlahkan nilai peluang dikurangi nilai ancaman sebagai berikut: $2,1 - 1,6 = 0,5$ hasilnya lebih besar peluang dibandingkan ancaman. Hal tersebut menunjukkan pilihan yang paling strategis adalah mengoptimalkan peluang.



Gambar 4.3 Matrik Pilihan Strategi Utama

Berdasarkan analisis grafik tersebut BMT BIF Yogyakarta berada di kuadran 1 Strategi SO. Artinya BMT BIF Yogyakarta sudah cukup baik dapat melakukan pendekatan lebih intensif dengan Mengembangkan Produk

Menggunakan strategi jemput bola. menganalisis situasi perusahaan, maka selanjutnya adalah mengidentifikasi cara-cara alternatif sehingga organisasi dapat menggunakan kekuatan-kekuatan khususnya untuk menggunakan kesempatan atas peluang-peluang atau untuk menghindari ancaman-ancaman, dan mengatasi kelemahan-kelemahannya dengan menyusun matriks SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) sebagai berikut :

Tabel 4.4
Matrix SWOT

	<p>Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sumber Daya Insani yang kompeten 2. Pendampingan yang intensif 3. Pelayanan yang <i>personality</i> 4. Didukung oleh masyarakat 5. Lokasi kantor yang strategis 6. Syarat pengajuan mudah 	<p>Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penguasaan wilayah 2. Pemahaman marketing dalam membedakan penggunaan akad pembiayaan 3. Kurang sosialisasi
<p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi pasar yang berkembang 2. Respon positif masyarakat tentang produk pembiayaan di BMT 3. Sistem jemput bola merupakan pelayanan yang ekstra pada anggota 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan Produk 2. Menggunakan strategi jemput bola 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perluasan jaringan eksternal 2. Memberikan Pelatihan/Seminar Untuk Meningkatkan Kompetensi Pegawai
<p>Ancaman (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurang pemahaman masyarakat mengenai pola ekonomi syariah 2. Kompetitor baru di area yang sama 3. Banyaknya lembaga keuangan yang saat ini berpola syariah 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan kualitas 2. Meningkatkan pelayanan dengan SDI yang kompeten 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Edukasi Berupa Penyuluhan atau Sosialisai Kepada Masyarakat yang Menjadi Sasaran. 2. Mengutamakan penguasaan wilayah di sekitar BMT agar mampu bersaing dengan kompetitor

Sumber : Data yang sudah Diolah

Berdasarkan pendekatan tersebut, kemungkinan-kemungkinan yang dapat dilakukan oleh BMT BIF Yogyakarta dalam menentukan strategi bersaing produk pembiayaan murabahah adalah sebagai berikut.

a. Menghasilkan strategi SO dengan menggunakan kekuatan-kekuatan yang dimiliki untuk mengambil manfaat dari peluang-peluang yang ada, yaitu dengan cara :

- 1) Mengembangkan produk yang sudah ada sesuai dengan permintaan pasar tetapi tetap dengan mempertahankan kualitas yang sudah ada.
- 2) Menerapkan sistem jemput bola dimana petugas yang akan mengambil setiap tabungan nasabah sesuai waktu yang telah disepakati sehingga nasabah tidak perlu datang ke kantor dan nasabah juga akan menjadi lebih rutin dan teratur dalam menabung.

b. Menghasilkan strategi ST dengan mempertimbangkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki untuk menghindari ancaman-ancaman yang ada, yaitu dengan cara :

- 1) Mempertahankan kualitas yang diberikan kepada nasabah dengan mengutamakan rasa kekeluargaan.
- 2) Meningkatkan pelayanan dengan SDI yang kompeten karena mayoritas karyawan BMT BIF Yogyakarta adalah lulusan S1 yang sudah berpengalaman dan memiliki kompetensi yang baik.

c. Menghasilkan strategi WO dengan mengambil keuntungan dari peluang-peluang yang ada dengan mengatasi berbagai kelemahan-kelemahan yang ada, yaitu dengan cara :

- 1) Perluasan jaringan eksternal dengan membangun jaringan masyarakat maupun tokoh masyarakat sekitar. Kerjasama dengan tokoh masyarakat dapat menjadi penggerak masyarakat untuk menjadi anggota di BMT BIF.
 - 2) Memberikan Pelatihan/Seminar untuk meningkatkan kompetensi pegawai melalui berbagai pelatihan yang diadakan oleh Dinas, PUSKOPSYAH, ABSINDO, atau lembaga pelatihan yang lain.
- d. Menghasilkan strategi WT sebagai strategi defensif dengan meminimisasi kelemahan-kelemahan dan menghindari ancaman-ancaman, yaitu dengan cara :
- 1) Meningkatkan pemahaman dan memberikan edukasi kepada masyarakat yang menjadi sasaran Produk Pembiayaan Murabahah dengan cara sosialisasi tentang ekonomi syariah melalui pengajian. Seperti yang dilakukan manajer BMT BIF Yogyakarta ketika mengisi pengajian di beberapa daerah yaitu dengan memberikan materi kajian tema ekonomi syariah yang membahas mengenai akad pembiayaan murabahah.
 - 2) Mengutamakan penguasaan wilayah di sekitar BMT agar mampu bersaing dengan kompetitor.