

## LAMPIRAN



UNIT JASA KEUANGAN SYARIAH  
**BMT BAROKAH Padi Melati**  
Badan Hukum : 73/BH/AD/KDK/12.5/LI/2000



### SURAT KETERANGAN

No. P-16/BPM/VI/2019

Surat Keterangan ini diberikan kepada :


Nama : Aprilia Nova Widiyanti  
NIM : 20130730237  
Fakultas : FAI – Ekonomi dan Perbankan Islam  
Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Judul Skripsi : IMPLEMENTASI PRINSIP DASAR SYARIAH MARKETING PADA STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH (STUDI KASUS BMT BAROKAH PADI MELATI YOGYAKARTA)

Menerangkan bahwa mahasiswi yang tersebut di atas telah melakukan penelitian di KSPPS BMT Barokah Padi Melati Yogyakarta.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 24 Juni 2019

Ketua Pengurus,

  
H. Iwan Nur Suharsono  
BAITUL MAAL  
YOGYAKARTA

Hasil Wawancara

Nama narasumber : Hotma Himmawan Harahap

Unit Bagian : Sekretaris 2 BMT Barokah Padi Melati

1. Dalam keseharian apakah BMT Barokah Padi Melati sudah menerapkan nilai-nilai ketuhanan? Jika ya, seperti apa bentuknya?

Jawab: Insyaallah Iya. Jadi kita sering mengadakan sosialisasi biasanya di barengi dengan promosi produk jadi dalam sosialisasi itu mengundang seseorang yang ahli atau faham dalam literasi ekonomi terutama ekonomi syariah. Selain untuk memberi pemahaman kepada nasabah ataupun calon nasabah, juga untuk memberikan tambahan ilmu kepada karyawan agar dapat menjadi agen dakwah syariah juga ketika bekerja, sehingga internalnya harus diperkuat.

2. Apakah dalam meningkatkan jumlah nasabah yang dilakukan BMT Barokah Padi Melati sudah memerhatikan nilai-nilai persaingan sesuai dengan syariah?

Jawab: Kami lebih mengedepankan pada kemanfaatan. Jika ada yang datang untuk bertanya mengenai produk yang mereka butuhkan maka akan kami beri solusi. Semisal ingin membeli HP tapi di cicil, ya kita beri solusi dengan menggunakan produk pembiayaan murabahah. Yang penting sesuai dengan SOP yang sudah ditetapkan oleh BMT Barokah Padi Melati.

3. Dalam bentuk apa BMT Barokah Padi Melati melakukan upaya untuk menarik minat nasabah melakukan pembiayaan murabahah?

Jawab: Kita tular. Dalam artian strategi kami ini kebanyakan dari mulut ke mulut. Jadi ada nasabah yang sudah melakukan pembiayaan disini, kemudian

tetangganya atau saudaranya bertanya kira-kira BMT yang bisa membantu dimana, nanti nasabah kami memberitahu bahwa di BMT Barokah Padi Melati bisa. Selain itu ya dengan sering-sering ngobrol dengan nasabah yang datang ke kantor, meletakkan brosur di meja teller.

4. Kegiatan apa saja yang dilakukan BMT Barokah Padi Melati untuk meningkatkan minat nasabah dalam melakukan pembiayaan murabahah?

Jawab: Kita terkadang mengadakan pertemuan atau pengajian dengan mitra-mitra kita. Seperti besok mau diadakan pertemuan dengan kepala sekolah, guru dan orang tua murid TK ABA. Ya kegiatan itu kita gunakan untuk *sharing* kira-kira kebutuhannya seperti apa, semisal tabungan untuk murid-murid, kemudian pembiayaan untuk guru-guru, kalau sudah tahu masalahnya nanti baru kita bantu selesaikan. Intinya ya kegiatan promosi itu ada pasar secara fisik maupun non fisik. Kalau yang fisik ya seperti pasar Legi contohnya.

5. Apakah produk-produk yang ditawarkan oleh BMT Barokah Padi Melati sudah sesuai dengan nilai-nilai syariah?

Jawab: Semua produk yang ditawarkan mengikuti Fatwa DSN-MUI. Tabungan dan pembiayaan penerapannya sesuai dengan petugas dan sesuai dengan SOP yang berlaku.

6. Apa saja produk pembiayaan murabahah yang ditawarkan BMT Barokah Padi Melati kepada masyarakat?

Jawab: Motor, handphone, kamera. Kita mintakan spesifikasi barangnya, kemudian kita *searching* nanti kita lihat harganya berapa, kalau cocok dengan

nasabah ya nanti kita pesan kemudian BMT antar ke rumahnya. Renovasi rumah juga bisa, jadi nanti kita yang membelikan material-material nya.

7. Apa keunggulan produk pembiayaan murabahah di BMT Barokah Padi Melati dibandingkan dengan BMT lainnya?

Jawab: Sama saja. Cuma kita lebih berusaha unggul dalam aspek pelayanan. Jadi memberikan kemudahan bagi nasabah terutama nasabah yang lama. Kalau dari segi profit, tidak.

8. Apakah nasabah BMT Barokah Padi Melati berasal dari berbagai kalangan?

Jawab: Iya. Ada yang agama Islam, Kristen, Katholik. Tapi kebanyakan Islam, Hindu dan Budha belum ada. Kalau pekerjaan ya beragam, ada yang PNS, pedagang, ibu rumah tangga, karyawan swasta.

9. Apa saja rencana atau target yang dimiliki untuk lebih bisa mengembangkan BMT Barokah Padi Melati?

Jawab: Untuk saat ini lebih ke sosialisasi dan edukasi secara personal maupun kelompok. Jadi kita sosialisasi produk kita ke instansi-instansi seperti TK ABA itu. Kalau untuk membangun cabang masih belum ada komunikasi dengan pimpinan.

10. Apa saja rencana atau target BMT Barokah Padi Melati untuk lebih berkembang pada produk pembiayaan murabahah?

Jawab: targetnya yang penting bisa mensosialisasikan muamalah. Kalau target angka yaa ada. Rencana akan memberikan kemudahan bagi nasabah yang sudah sering mengajukan pembiayaan murabahah. Jadi bisa tidak usah pakai

jaminan dengan syarat maksimal angsuran nya hanya satu tahun. Tapi itu masih di pikirkan.

11. Bagaimana cara AO atau marketing di BMT Barokah Padi Melati melakukan strategi pemasarannya?

Jawab: Mengarahkan sesuai dengan kewenangan, kreatifitas, improvisasi, semua kembali lagi kepada petugas. Dalam pelaksanaannya biar bisa berjalan efisien. Jadi ada marketing yang strateginya dengan menggunakan brosur ada juga yang dengan pendekatan dengan nasabah lama.

12. Bagaimana cara *customer service* di BMT Barokah Padi Melati menawarkan produk-produk kepada nasabah?

Jawab: Kalau di kantor *customer service* itu merangkap jadi teller. Rata-rata nasabah yang datang ke kantor, memberi tahu kebutuhannya apa nanti kita bantu, kalau ada brosur nanti kita berikan brosur juga sebagai panduan nasabah.

13. Bagaimana cara BMT Barokah Padi Melati dalam melakukan pendekatan kepada setiap nasabahnya?

Jawab: lebih kepada pendekatan personal. Kita ajak komunikasi. Jika beretemu baik dikantor maupun ditoko misalnya sedang mengambil angsuran pembiayaan ya kita tanya kesibukannya. Dengan saling komunikasi maka kita juga akan semakin dekat. Sering juga melakukan dialog dengan calon nasabah agar calon nasabah merasa nyaman dan di perhatikan.

14. Apa saja kendala yang dialami BMT Barokah Padi Melati yang berkaitan dengan produk pembiayaan murabahah?

Jawab: Kendalanya yang sering dialami yaitu kebanyakan anggota masih belum memahami syarat dan rukun murabahah. Konteks anggota yang butuh itu kadang suka *ngeyel*. Rata-rata yang baru melakukan pembiayaan murabahah masih menganggap margin itu sebagai bunga. Kendala lainnya yaitu pembiayaan murabahah yang pembelian barang nya harus berbeda-beda. Semisal pemilik toko kaos mengajukan pembiayaan murabahah, maka kita harus membelikan kain di toko A, benang nya bisa di toko B. Yang seperti ini sangat berpengaruh dengan jarak dan waktu.

15. Apa yang akan dilakukan oleh BMT Barokah Padi Melati jika menemukan nasabah atau mitra yang mengalami pembiayaan bermasalah?

Jawab: *Di telateni*. Sambil mencari solusi, kita lakukan pendekatan. Kita atur ulang angsurannya. Biayanya di perkecil dan waktu angsuran juga jadi lebih lama. Semisal tidak membayar sama sekali selama tiga bulan maka kita eksekusi. Kita sita barang jaminannya.

16. Jika BMT Barokah Padi Melati mengalami penurunan dalam pendapatan dan penurunan dalam jumlah nasabah. Strategi apa yang akan BMT Barokah Padi Melati lakukan?

Jawab: Lebih gencar lagi dalam mencari nasabah. Mengantisipasi yang perlu diantisipasi, mulai dari kontak melalui alat komunikasi. Memerhatikan karakter anggota juga. Penurunan anggota kebanyakan karena mereka sudah meninggal dunia.

17. Bagaimana cara BMT Barokah Padi Melati menghadapi *competitor* lain dalam melakukan pemasaran produk pembiayaan murabahah?

Jawab: Dari segi industri yang mengancam adalah perbankan konvensional dan rentenir-rentenir pasar yang masih banyak. Kalau antar BMT biasanya malah saling membantu. Saling *sharing* menyebarkan dakwah ekonomi islam.

18. Bagaimana cara BMT Barokah Padi Melati dalam menjaga hubungan baik dengan mitra atau calon mitra BMT Barokah Padi Melati?

Jawab: Dengan mengadakan kunjungan, pendampingan, komunikasi. Semua yang bisa kita lakukan, misalnya tau rumahnya atau tau nomor teleponnya ya kita datangi kita hubungi yang penting bisa kita jangkau.

19. Dalam mencari mitra, apakah BMT Barokah Padi Melati sudah memerhatikan nilai-nilai syariah? Jika ya, seperti apa bentuknya?

Jawab: Harus sesuai dengan syariah. Contoh dalam mencari mitra melalui kumpulan pengajian dengan pembahasan ekonomi syariah. Kebanyakan mitra itu datang sendiri karena memang butuh jadi kita ajak komunikasi akad yang di gunakan ini atau itu nanti mereka kita jelaskan sampai paham.

20. Dalam meningkatkan spiritual dan kekompakan antar karyawan, kegiatan apa saja yang sudah BMT Barokah Padi Melati lakukan?

Jawab: Kalau internal kita adakan rapat. *Brand storming*. Ada masalah apa di kantor atau yang marketing alami, maka kita cari solusinya. Dari segi spiritual kita adakan tadarus bersama sebelum rapat dimulai, pengajian setiap tiga bulan sekali.

Untuk eksternal kita biasanya lewat organisasi seperti Baitul Arqam dalam bermuhammadiyah dan bermuamalah. Mengajak BMT lain yang sama-sama

dibawah naungan muhammadiyah. Kalau dengan nasabah dan calon nasabah  
ya kadang juga kita adakan pengajian seperti dengan TK ABA itu.



Hasil Wawancara

Nama narasumber : Andriansyah Zaenuri, S.Pd.I

Unit Bagian : Marketing BMT Barokah Padi Melati

1. Dalam keseharian apakah BMT Barokah Padi Melati sudah menerapkan nilai-nilai ketuhanan? Jika ya, seperti apa bentuknya?

Jawab: Dengan sholat berjamaah, biasanya Dhuhur dan Ashar. Terkadang juga ngaji bersama sebelum sholat pada saat bulan Ramadhan. Pengajian juga terkadang diadakan.

2. Apakah dalam meningkatkan jumlah nasabah yang dilakukan BMT Barokah Padi Melati sudah memerhatikan nilai-nilai persaingan sesuai dengan syariah?

Jawab: Insyaallah. Kalau persaingan sebenarnya dengan teman-teman lembaga keuangan lain tidak ada, jadi kita saling dukung karena niat kita kan menolong nasabah, memudahkan nasabah.

3. Dalam bentuk apa BMT Barokah Padi Melati melakukan upaya untuk menarik minat nasabah melakukan pembiayaan murabahah?

Jawab: Dengan pendekatan kepada nasabah. Kita juga berikan margin bagi hasil yang tidak memberatkan nasabah. Kalau nasabah beberapa kali telat membayar maka akan di bantu untuk akad yang baru.

4. Kegiatan apa saja yang dilakukan BMT Barokah Padi Melati untuk meningkatkan minat nasabah dalam melakukan pembiayaan murabahah?

Jawab: Dengan melakukan promosi. Ya ngobrol biasa sama nasabah. Misalnya lagi ambil tabungan di pasar ketemu pedagang nanti kita tawarkan untuk mengajukan pembiayaan.

5. Apakah produk-produk yang ditawarkan oleh BMT Barokah Padi Melati sudah sesuai dengan nilai-nilai syariah?

Jawab: Produk yang ada di BMT Barokah Padi Melati sudah sesuai dengan DSN-MUI. Semua sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

6. Apa saja produk pembiayaan murabahah yang ditawarkan BMT Barokah Padi Melati kepada masyarakat?

Jawab: Produk pembiayaan murabahah biasanya pembelian motor, laptop, mobil bekas. Kalau di pasar biasanya untuk kebutuhan *home industry* yaitu bahan-bahannya. Seperti konveksi pakaian, kerajinan tangan dan lain-lain.

7. Apa keunggulan produk pembiayaan murabahah di BMT Barokah Padi Melati dibandingkan dengan BMT lainnya?

Jawab: Prosesnya tidak terlalu lama. Jadi dibantu biar cepat di *acc* sama pimpinan. Margin bagi hasil yang mampu bersaing. Sistem jemput bola, jadi nasabah tidak harus datang ke kantor. Nanti marketing bisa datang ke rumah nasabah.

8. Apakah nasabah BMT Barokah Padi Melati berasal dari berbagai kalangan?

Jawab: Iya. Pedagang kecil, buruh, PNS, *home industry*. Itu kalau dari segi pekerjaan. Yang beragama Islam dan Kristen juga ada.

9. Apa saja rencana atau target yang dimiliki untuk lebih bisa mengembangkan BMT Barokah Padi Melati?

Jawab: Lebih mengembangkan promosi, ya biar bisa dapat nasabah sebanyak-banyaknya.

10. Apa saja rencana atau target BMT Barokah Padi Melati untuk lebih berkembang pada produk pembiayaan murabahah?

Jawab: membidik sasaran atau nasabah yang berpotensi untuk menjadi nasabah seperti halnya dengan mengembangkan *home industry* yang dimiliki oleh salah satu nasabah.

11. Bagaimana cara AO atau marketing di BMT Barokah Padi Melati melakukan strategi pemasarannya?

Jawab: Kita harus pintar-pintar cari pangsa baru. Jadi tidak terpaku pada yang sudah-sudah. Kita juga melakukan pendekatan kepada nasabah agar nyaman. Jadi marketing itu juga harus "*ra duwe isin*" (tidak punya malu), maksudnya kalau misal menawarkan pembiayaan di tolak ya jangan terus menyerah.

12. Bagaimana cara *customer service* di BMT Barokah Padi Melati menawarkan produk-produk kepada nasabah?

Jawab: Sama seperti marketing. Cuma bedanya kalau *customer service* lebih di kantor jadi dia *stay* melayani nasabah yang datang ke kantor.

13. Bagaimana cara BMT Barokah Padi Melati dalam melakukan pendekatan kepada setiap nasabahnya?

Jawab: Biasanya diadakan pengajian dengan para nasabah. tapi waktunya tidak menentu. Mengadakan bakti sosial juga, donor darah.

14. Apa saja kendala yang dialami BMT Barokah Padi Melati yang berkaitan dengan produk pembiayaan murabahah?

Jawab: Pihak BMT harus banyak meluangkan waktu untuk membelikan barang yang dibutuhkan nasabah. Jika barang yang diinginkan tidak ada,

maka harus kita cari di tempat lain. Yang seperti itu kadang menyita banyak waktu sehingga mengulur waktu marketing untuk bertemu dengan nasabah yang lain.

15. Apa yang akan dilakukan oleh BMT Barokah Padi Melati jika menemukan nasabah atau mitra yang mengalami pembiayaan bermasalah?

Jawab: Kita silaturahmi ke rumahnya dan berbicara dengan sifat kekeluargaan. Jadi enaknya bagaimana kendalanya kira-kira apa. Kalau tidak terjadi penyelesaian maka kita serahkan ke Badan Arbitrase Nasional.

16. Jika BMT Barokah Padi Melati mengalami penurunan dalam pendapatan dan penurunan dalam jumlah nasabah. Strategi apa yang akan BMT Barokah Padi Melati lakukan?

Jawab: Kita jemput bola. Jadi harus sering-sering bertemu dengan orang. Kalau di pasar kan banyak itu, kadang saling kenal dari pedagangnya. Jadi kita promosi lagi.

17. Bagaimana cara BMT Barokah Padi Melati menghadapi *competitor* lain dalam melakukan pemasaran produk pembiayaan murabahah?

Jawab: Kita unggulkan kelebihan kita. Tapi yang paling sering dijadikan *competitor* itu adalah rentenir, apalagi di pasar. Masih banyak rentenir.

18. Bagaimana cara BMT Barokah Padi Melati dalam menjaga hubungan baik dengan mitra atau calon mitra BMT Barokah Padi Melati?

Jawab: Dengan sering-sering komunikasi. Kalau yang sebaya kadang diajak ngopi. Kalau dipasar biasanya sambil cerita-cerita dengan pedagang lain.

19. Dalam mencari mitra, apakah BMT Barokah Padi Melati sudah memerhatikan nilai-nilai syariah? Jika ya, seperti apa bentuknya?

Jawab: Iya. Ya dengan tetap melakukan dakwah ekonomi syariah kepada nasabah.

20. Dalam meningkatkan spiritual dan kekompakan antar karyawan, kegiatan apa saja yang sudah BMT Barokah Padi Melati lakukan?

Jawab: Dengan diadakan rapat rutin. Pengajian juga kita adakan. Yang penting saling komunikasi.

Foto dokumentasi

