

BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah BMT Fastabiq

BMT Fastabiq Adalah suatu kewajiban untuk dapat melaksanakan Islam secara utuh dan menyeluruh dalam semua aspek kehidupan, termasuk di dalamnya menegakkan ekonomi syari'ah. Akar ekonomi ribawi sudah demikian menggurita sehingga dibutuhkan kekuatan yang besar untuk mencabutnya dalam mencengkeram kehidupan umat manusia. Berangkat dari hal di atas, pada tanggal 27 Juli 1998, Pimpinan Daerah Pemuda Muhammadiyah Kabupaten Pati berinisiatif mendirikan Lembaga Keuangan Syari'ah, dengan membentuk Koperasi Serba Usaha (KSU) Fastabiq, dengan Badan Usaha Otonomi Baitul Maal Wat Tamwil Fastabiq, yang selanjutnya disebut BMT FASTABIQ.

BMT FASTABIQ dengan payung hukum Koperasi Serba Usaha (KSU) Fastabiq yang disahkan oleh Menteri Koperasi Pengusaha Kecil dan Menengah melalui SK Nomor: 011/BH/KDK.11.9/X/1998, secara resmi mulai beroperasi bulan Nopember 1998 yang merupakan tonggak awal berdirinya BMT FASTABIQ. Berdasarkan Rapat Anggota Khusus pada tanggal 9 Oktober 2004 diputuskan perubahan AD/ART menjadi KJKS (Koperasi Jasa Keuangan Syariah) BMT Fastabiq. Berdasarkan Keputusan Bupati Pati a.n. Menteri Negara Koperasi dan Usaha kecil Menengah nomor 518/758/V/2006 tentang Pengesahan Akta Perubahan Anggaran Dasar KSU Fastabiq, tertanggal 27 Mei 2006, memutuskan mengesahkan Akta Perubahan Anggaran Dasar Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Fastabiq, untuk selanjutnya disebut : KJKS BMT FASTABIQ, dengan badan hukum nomor : 011 a/BH/PAD/V/2006.

KJKS BMT Fastabiq memperluas layanan wilayah kabupaten menjadi tingkat Jawa Tengah telah mendapat Pengesahan Perubahan Anggaran Dasar dari Pemerintah Provinsi Jawa Tengah Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah dengan KEPUTUSAN GUBERNUR JAWA TENGAH no.07/PAD/KDK.11/IV/2009 tanggal 7 April 2009. tentang Pengesahan Perubahan Anggaran Dasar Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Fastabiq, Badan Hukum nomor : 011/BH/KDK.11.9 /X/1998, tanggal 31 Oktober 1998. Pada

tanggal 9 Desember 2015 telah diadakan Rapat Anggota Khusus RAK) untuk melakukan Perubahan Anggaran Dasar (PAD) sesuai dengan SURAT EDARAN KEMENKOP DAN UKM NO.592/SE/Dept.1/VII/2015.¹

Baitul Maal Wat Tamwil Fastabiq, yang selanjutnya disebut BMT Fastabiq merupakan lembaga intermediasi untuk menghimpun dana dari masyarakat yang memiliki kelebihan dan menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkan. Tujuan BMT Fastabiq ini untuk menciptakan sebuah lembaga perekonomian masyarakat sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi umat Islam, dengan sasaran utama para pedagang pengusaha kecil serta masyarakat umum lapis bawah.

Dalam perkembangannya, BMT Fastabiq mengalami perkembangan yang cukup pesat. Kemajuan dan perkembangannya yang berdiri dengan latar belakang jenis usaha, asal daerah yang berbeda, pendidikan dan status sosial yang berbeda menunjukkan kepercayaan masyarakat yang cukup besar terhadap keberadaan BMT Fastabiq. BMT Fastabiq dalam kegiatan operasionalnya terbagi dalam satu kantor pusat yang terlatak di kecamatan Tayu Pati dan 23 kantor cabang yang terletak di Tambaharjo, Wedarijaksa, Gabus, Tayu, Kayen, Tlogowungu, Margoyoso, Winong, Trangkil, Juana, Sleko, Jekulo, Tambakromo, Ngablak, Puri, Kelet Jepara, Batangan, Kudus, Sukolilo, Mayong, Demak, Mlonggo dan Cepu. BMT Fastabiq dalam menjalankan kegiatan usahanya menawarkan tiga layanan pembiayaan, yaitu: pembiayaan modal usaha, pembiayaan kendaraan bermotor, dan pembiayaan barang elektronik dan rumah tangga.

2. Visi, Misi, dan Tujuan BMT Fastabiq

Adapun Visi, misi dan tujuan BMT Fastabiq adalah sebagai berikut:

- a. Visi
 - 1) Menjadi koperasi jasa keuangan syariah yang unggul dan terpercaya.
- b. Misi
 - 1) Mengedepankan dan membudayakan transaksi ekonomi sesuai nilai-nilai syariah.

¹ <https://www.bmtfastabiq.co.id/sejarah/>. Diakses pada tanggal 25 Desember 2021 pada pukul 21.00 WIB.

- 2) Menjunjung tinggi akhlaqul karimah dalam mengelola amanah umat
- 3) Mengutamakan kepuasan dalam melayani anggota
- 4) Menjadi BMT yang tumbuh dan berkembang secara sehat
- 5) Meningkatkan kesejahteraan anggota dan melakukan pembinaan kaum dhuafa.

c. Tujuan

Meningkatkan kesejahteraan anggota dan pengelola dengan mengedepankan nilai nilai syariah, menjunjung tinggi akhlaqul karimah, serta mengutamakan kepuasan anggota.

3. Struktur Organisasi BMT Fastabiq

Perusahaan membutuhkan adanya struktur organisasi yang tepat dan jelas sebagai dasar untuk mempelajari aktivitas yang sebenarnya. Struktur organisasi merupakan suatu petunjuk bagaimana tugas, tanggung jawab antara anggota-anggotanya sehingga dapat memudahkan pimpinan dalam mengadakan pengawasan maupun meminta pertanggung jawaban pada bawahannya.

Adapun susunan Pengurus, Pengawas, Dewan Pengawas Syari'ah Periode 2015-2020 sebagai berikut :

Ketua : H. Sutaji, SH, MM.

Sekretaris : Drs. H. M. Sapuan

Bendahara : Santosa, SE

Pengawas

Koordinator : Alif Amari, S.Th.I

Anggota : H. Ahmad Dahlan, S.Pd.

Anggota : H. Abdul Wahid, S.Pd.I

Dewan pengawas syariah

Koordinator : S. Ahmad Syafi'i, S.Th.I

Anggota : M. Rifqi Arrizal, Lc

Pengelola

Pelaksana BMT Fastabiq:

Direktur Utama : H. Ruswanto, S.E

Direktur Sumber Daya Insani : Agus Jamaluddin, S.Ag

Direktur Operasional : Sri Sutiyani, SE

Direktur Bisnis : Sunaji, SE

Staff dan Karyawan : 20 karyawan.²

² Hasil dokumentasi BMT Fastabiq, dikutip tanggal 5 Desember 2021.

a. Uraian Tugas

Berikut ini uraian pembagian tugas masing-masing jabatan di Struktur Organisasi BMT Fastabiq:

1) Rapat Anggota

Rapat Anggota merupakan pemegang kekuasaan tertinggi dalam BMT. Rapat Anggota dihadiri oleh anggota, pengurus, pengawas, dan tamu undangan. Rapat Anggota membahas antara lain:

- a) Kebijakan umum di bidang organisasi, manajemen dan usaha BMT
- b) Pemilihan, pengangkatan, dan pemberhentian pengurus dan pengawas.
- c) Penyusunan rencana kerja serta pengesahan laporan keuangan.
- d) Pertanggungjawaban pengurus dalam pelaksanaan tugasnya.
- e) Pembagian Sisa Hasil Usaha.
- f) Penggabungan, peleburan, pembagian, dan pembubaran BMT.
- g) Perubahan Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga.

2) Pengurus

- a) Memimpin organisasi dan usaha BMT.
- b) Menyelenggarakan RAT tepat waktu.
- c) Terlaksananya hasil keputusan yang diamanatkan oleh RAT.
- d) Menyusun/merumuskan kebijakan umum, mengajukan Rencana Kerja (RK) dan Rencana Anggaran Pendapatan dan Belanja (RAPB) BMT untuk mendapat persetujuan Rapat Anggota.
- e) Menyelenggarakan rapat pengurus untuk evaluasi bulanan perkembangan kinerja lembaga dan menentukan serta membuat kebijakan strategi yang terkait dengan lembaga.
- f) Menerima laporan keuangan yang dapat dipertanggungjawabkan pelaksanaan tugas yang dijalankan pengelola setiap bulan.
- g) Pengurus BMT dipilih dari dan oleh anggota dalam rapat anggota untuk masa jabatan 5 tahun dan dapat dipilih kembali.

- h) Menandatangani dokumen dan surat yang berhubungan dengan lembaga.
- i) Melakukan segala perbuatan hukum untuk dan atas nama BMT.
- j) Mewaliki BMT dihadapan dan diluar pengadilan.
- k) Memelihara kerukunan diantara anggota dan mencegah segala hal yang menyebabkan perselisihan.

b. Dewan Pengurus Syariah

Dewan Pengawas Syariah (DPS) adalah badan yang dibentuk oleh Badan Pengurus berdasarkan rekomendasi Majelis Ulama Indonesia setempat. Badan ini melakukan fungsi pengawasan kesyariahan dan oleh karena itu badan ini bekerja sesuai dengan cara-cara yang dituntunkan oleh Majelis Ulama Indonesia. Dalam pelaksanaan tugas sehari-hari, DPS wajib mengikuti fatwa DSN yang merupakan otoritas tertinggi dalam mengeluarkan fatwa mengenai kesesuaian produk/ jasa BMT dengan ketentuan dan prinsip syariah. Tugas-tugas pokok:

- 1) Memastikan produk/ jasa koperasi sesuai dengan syariah.
- 2) Memastikan tata laksana manajemen dan pelayanan sesuai dengan syariah.
- 3) Terselenggaranya pendidikan anggota yang dapat mencerahkan dan membangun kesadaran bersama sehingga anggota siap dan konsisten bermuamalah secara Islami melalui wadah BMT.
- 4) Membantu terlaksananya pendidikan anggota yang dapat meningkatkan kualitas aqidah, akhlak, ibadah, dan muamalah anggota.

c. Pengawas

Pengawas mempunyai fungsi untuk mengawasi jalannya kegiatan usaha BMT agar tetap berjalan sesuai dengan ketentuan, arah, dan kebijakan yang telah ditetapkan Rapat Anggota. Tugas Pengawas:

- 1) Memberikan penilaian terhadap keputusan-keputusan kegiatan BMT.
- 2) Mengawasi dan menjaga agar pelaksanaan operasional BMT sesuai dengan ketentuan, arah, dan kebijakan yang telah ditetapkan Rapat Anggota.
- 3) Memberi saran atau pendapat kepada pengurus dan pengelola untuk kemajuan BMT.
- 4) Melakukan pemeriksaan / audit.

- 5) Membuat hasil laporan pengawasan kepada rapat anggota.
- 6) Pengawas dipilih dari dan oleh anggota di dalam suatu rapat Anggota.
- 7) Jumlah Pengawas minimal 3 (tiga) orang dan susunannya terdiri dari seorang ketua dan anggota- anggota.
- 8) Jumlah dan susunan Pengawas dapat berubah sesuai dengan dengan perkembangan BMT, tetapi harus gasal dan minimal 3 (tiga) orang.
- 9) Masa bakti Pengawas sama dengan masa bakti Pengurus.
- 10) Minimal salah satu dari anggota pengawas harus memahami prinsip muamalah syariah.

d. Audit Internal

- 1) Bertanggung jawab memberikan jasa kepada manajemen, berupa informasi dan advis sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan manajemen serta memikirkan cara-cara alternatif yang baik bagi BMT.
- 2) Hasil penilaian mengenai kelayakan dan kecukupan pengendalian dibidang keuangan, bidang pembiayaan dan kegiatan BMT lainnya serta peningkatan efektifitas pengendalian dengan biaya yang layak.
- 3) Hasil pemeriksaan untuk memastikan bahwa semua kebijakan, rencana dan prosedur BMT telah benar- benar ditaati.
- 4) Hasil pemeriksaan untuk memastikan bahwa semua harta milik BMT telah dipertanggung jawabkan dan dijaga dari semua kerugian.
- 5) Hasil pemeriksaan untuk memastikan bahwa data informasi yang disajikan kepada manajemen BMT dapat dipercaya.
- 6) Hasil penilaian mengenai kualitas pelaksanaan tugas tiap unit kerja dalam melaksanakan tanggung jawabnya.
- 7) Memberikan rekomendasi mengenai perbaikan- perbaikan di bidang operasional, pembiayaan dan bidang lainnya.
- 8) Membuat laporan berkaitan dengan hasil audit.³

e. Manager SDI/ HRD

- 1) Bertanggung jawab mengelola dan mengembangkan sumber daya insani BMT termasuk perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan SDI dan pengembangannya.

³ Hasil dokumentasi BMT Fastabiq, dikutip tanggal 5 Desember 2021

- 2) Membuat sistem sumber daya yang efektif dan efisien misalnya dengan membuat SOP, *job description*, *training*, dan *development system*.
- 3) Bertanggungjawab penuh dalam proses recruitment karyawan mulai dari mencari calon karyawan, wawancara hingga seleksi
- 4) Melakukan seleksi, promosi, transferring dan demosi pada karyawan yang dianggap perlu.
- 5) Melakukan kegiatan pembinaan, pelatihan dan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pengembangan kemampuan, potensi, mental, ketrampilan dan pengetahuan karyawan yang sesuai dengan standar lembaga.
- 6) Bertanggung jawab terhadap absensi karyawan, perhitungan gaji, bonus dan tunjangan.
- 7) Membuat kontrak kerja karyawan serta memperbaharui masa berlaku kontrak kerja.
- 8) Melakukan tindakan disipliner pada karyawan yang melanggar kebijakan perusahaan.

f. Manager Keuangan dan Umum

- 1) Manajer keuangan bekerja sama dengan manajer yang lain bertugas merencanakan dan meramalkan perencanaan umum keuangan BMT.
- 2) Mengambil keputusan penting investasi dan berbagai pembiayaan serta semua hal yang terkait dengan keputusan tersebut.
- 3) Melaporkan laporan keuangan bulanan pada pertemuan tingkat manajemen pusat.
- 4) Membuat analisis laporan keuangan.
- 5) Memberikan masukan yang berkaitan dengan kebijakan akuntansi dan keuangan.
- 6) Merencanakan, mengatur dan mengontrol perencanaan laporan keuangan dan laporan pembiayaan.
- 7) Merencanakan, mengatur dan mengontrol arus kas perusahaan.
- 8) Merencanakan, mengatur dan mengontrol anggaran perusahaan.
- 9) Merencanakan, mengatur dan mengontrol pengembangan system dan prosedur keuangan.
- 10) Merencanakan, mengatur dan mengontrol analisis keuangan.

- 11) Merencanakan, mengatur dan mengontrol untuk memaksimalkan nilai perusahaan.

g. Manager Pemasaran

- 1) Menyusun draft rencana pemasaran berupa target funding, lending dan konfirmasi per cabang.
- 2) Rencana pengembangan produk, promosi dan distribusi berdasarkan pemetaan segmen dan potensi pasar.
- 3) Memimpin rapat koordinasi bulanan dengan marketing cabang.
- 4) Mengembangkan data base pelanggan jasa keuangan untuk menyusun profil dan pengembangan pemasaran.
- 5) Mengembangkan strategi pemasaran.
- 6) Melaksanakan survey.
- 7) Sebagai koordinator dalam penagihan pembiayaan bermasalah.

h. Kepala Operasional Cabang

- 1) Menjabarkan kebijaksanaan umum BMT yang telah dibuat Pengurus dan disetujui rapat anggota.
- 2) Menyusun dan menghasilkan rancangan anggaran BMT dan rencana jangka pendek, rencana jangka panjang, serta proyeksi (finansial maupun non finansial) kepada pengurus yang selanjutnya akan dibawa pada rapat anggota.
- 3) Menyetujui pembiayaan yang jumlahnya tidak melampaui batas wewenang manajemen.
- 4) Mengusulkan penambahan, pengangkatan dan mempromosikan serta pemberhentian karyawan pada kantor cabang.
- 5) Mengelola dan mengawasi pengeluaran dan pemasukan biaya-biaya harian dan tercapainya target yang telah ditetapkan secara keseluruhan.
- 6) Mengamankan harta kekayaan BMT agar terlindungi dari bahaya kebakaran, pencurian, perampokan dan kerusakan, serta seluruh asset BMT.
- 7) Terselenggaranya penilaian prestasi kerja karyawan dan membuat laporan secara periodik.
- 8) Menandatangani dan menyetujui permohonan pembiayaan dengan batas wewenang yang ada pada kantor wilayah masing-masing.

- 9) Meningkatkan pendapatan dan menekan biaya serta mengawasi operasional kantor wilayah masing-masing.⁴

i. Administrasi Pembukuan

- 1) Pembuatan laporan keuangan.
- 2) Pengarsipan laporan keuangan dan berkas-berkas yang berkaitan secara langsung dengan keuangan.
- 3) Menyediakan data-data yang dibutuhkan untuk kebutuhan analisis lembaga.
- 4) Pengarsipan bukti slip transaksi.
- 5) Pengeluaran dan penyimpanan uang dari dan ke brankas.
- 6) Penghitungan bagi hasil dan pembukuannya.

j. Kabag Marketing Cabang

- 1) Merencanakan, mengarahkan serta mengevaluasi target *lending* dan *funding* serta memastikan strategi yang digunakan sudah tepat dalam upaya mencapai sasaran termasuk dalam menyelesaikan pembiayaan bermasalah.
- 2) Tercapainya target marketing baik *funding* maupun *lending*.
- 3) Terselenggaranya rapat *marketing* dan terselesainya permasalahan ditingkat *marketing*.
- 4) Menilai dan mengevaluasi kinerja bagian *marketing*.

k. Customer Service (CS)

- 1) Pelayanan terhadap pembukaan dan penutupan rekening simpanan harian dan simpanan berjangka serta mutasinya.
- 2) Pengarsipan simpanan dan simpanan berjangka.
- 3) Memberikan pelayanan prima kepada mitra sehubungan dengan produk *funding* (penghimpunan dana) yang dimiliki oleh BMT, dan *lending* (pembiayaan).
- 4) Memberikan informasi hak dan kewajiban anggota secukupnya dan informasi lain yang diperlukan dan mengarahkan anggota/calon anggota pada pilihan produk yang sesuai dengan kebutuhannya.

l. Teller

- 1) Bertanggungjawab atas pelayanan anggota dalam hal transaksi uang tunai seperti penyetoran dan penarikan simpanan, angsuran pembiayaan, dll.
- 2) Menerima, menyimpan uang serta melakukan administrasi kas.

⁴ Hasil dokumentasi BMT Fastabiqi, dikutip tanggal 5 Desember 2021

- 3) Mengatur dan menyimpan pengeluaran uang tunai yang telah disetujui oleh kepalacabang.
- 4) Bertanggung jawab atas kecocokan saldo akhir laporan kas dengan tunai yang ada memberikan saldo kas kepada manajer melalui kabag. keuangan menurut ketentuan yang telah ditetapkan.
- 5) Membuat laporan harian kas, daftar mutasi vault, register o, kertas kerja rekap, slip pencairan debit/kredit, slip memorial.
- 6) Memberikan pelayanan dan informasi kepada anggota.
- 7) Mengadministrasikan pembukaan rekening simpanan dan validasi.
- 8) Bertanggung jawab terhadap slip-slip (setoran, pengambilan, dll).
- 9) Bertanggung jawab terhadap pengisian buku simpanan dan pembiayaan.
- 10) Melakukan pendataan semua anggota pada buku anggota.

m. Administrasi Pembiayaan

- 1) Melayani pengajuan pembiayaan, melakukan pengecekan kelengkapan administrasi serta mengadministrasikan berkas pembiayaan.
- 2) Memastikan seluruh pengajuan pembiayaan telah diproses sesuai dengan proses yang sebenarnya.
- 3) Memastikan analisis pembiayaan telah dilakukan dengan tepat dan lengkap sesuai dengan kebutuhan dan mempresentasikan dalam rapat komite.
- 4) Membantu terselesaikannya pembiayaan bermasalah.
- 5) Melihat peluang dan potensi pasar yang ada dalam upaya pengembangan pasar.
- 6) Melakukan monitoring atas ketepatan alokasi dana serta ketepatan angsuran pembiayaan mitra.⁵

n. Marketing

- 1) Menerapkan strategi dan pola-pola tertentu dalam rangka *funding* dan *lending*.
- 2) Memastikan target *funding* dan *lending* tercapai sesuai dengan rencana.
- 3) Membuka hubungan dengan pihak /lembaga luar dalam rangka *funding* dan *lending*.

⁵ Hasil dokumentasi BMT Fastabiq, dikutip tanggal 5 Desember 2021

- 4) Tersosialisasinya produk-produk *funding* dan *lending* di BMT.

o. Office Boy

- 1) Membuka pintu pagar dan semua pintu dan jendela pada setiap pagi hari dan menutupnya kembali pada sore harinya.
- 2) Membersihkan halaman depan, teras, dan semua ruang kantor.
- 3) Menyalakan dan memadamkan lampu di luar kantor pada setiap pagi dan sore hari.
- 4) Membuang sampah yang ada pada tempat sampah. Membersihkan toilet dan kamar mandi, membersihkan bak mandi dan mengisinya, membersihkan dinding kamar mandi, dan menjaga kamar mandi selalu dalam kondisi bersih.
- 5) Membersihkan dan merapikan meja kursi dan perlengkapan lainnya. Menyediakan minuman untuk karyawan dan tamu.
- 6) Mencuci piring, gelas dan perlengkapan lainnya.
- 7) Memperbaiki kunci-kunci pintu dan jendela apabila rusak.
- 8) Memasang/menaikkan bendera merah putih pada setiap pagi hari (jam 06.00) dan menurunkan pada sore harinya (Jam 18.00).
- 9) Menyampaikan informasi, usul, dan saran yang berkaitan dengan tugasnya kepada atasan.
- 10) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan, baik lisan maupun tertulis.

p. Security Night

- 1) Menjaga kantor pada malam hari.
- 2) Melakukan pengontrolan lingkungan sekitar kantor untuk memastikan kondisi keamanan kantor.
- 3) Menyalakan dan mematikan lampu-lampu kantor setelah jaga malam.
- 4) Mengecek kunci-kunci pintu dan pagar.
- 5) Membuat laporan tentang kejadian-kejadian penting selama masa penjagaan.⁶

⁶ Hasil dokumentasi BMT Fastabiq, dikutip tanggal 5 Desember 2021.

4. Ruang Lingkup Usaha BMT Fastabiq

Produk-Produk BMT Fastabiq antara lain, yaitu:

a. Produk Pembiayaan (*Landing*)

1) *Murabahah*

Adalah akad jual beli dengan pembayaran harga pokok beserta keuntungannya pada waktu jatuh tempo sesuai kesepakatan bersama.

2) *Ijarah*

Adalah akad atau kesepakatan antara satu atau beberapa pihak, yang mana satu pihak sebagai penyewa yaitu BMT dan nasabah sebagai penggarapnya, keuntungan maupun kerugian ditanggung bersama-sama sesuai dengan kesepakatan.

3) *Musyarakah*

Adalah persekutuan antara dua orang atau lebih dalam modal untuk melakukan perdagangan dengan keuntungan dibagi dua sesuai dengan kesepakatan. *Musyarakah* merupakan pembiayaan modal investasi atau modal kerja yang dalam prakteknya lembaga keuangan sebagai penyedia sebagian dari modal keseluruhan pembagian keuntungan berdasarkan perjanjian sesuai proporsinya dalam bentuk nisbah, dan bila terjadi kerugian masing-masing pihak menanggung kerugian.

4) *Mudharabah*

Adalah suatu akad antara dua pihak atas penyerahan uang dari satu pihak ke pihak lain untuk berdagang dan keuntungan dibagi sesuai kesepakatan. *Mudharabah* bukanlah akad pinjam- meminjam, tetapi akad penyerahan modal untuk dikelola dengan tujuan mendapatkan laba. Persyaratan pendaftaran permohonan pembiayaan / syarat pengajuan pembiayaan:

a) Mengisi formulir permohonan pembiayaan

b) Fotocopy KTP suami istri

c) Fotocopy KK (kartu keluarga)

d) Fotocopy sertifikat / STNK dan BPKB

e) Survey kelayakan oleh petugas

f) Pemberitahuan kepada pemohon disetujui atau tidak

5) Upaya Menangani Pembiayaan Bermasalah atau Kredit Macet

a) Menganalisis penyebab kemacetan

- b) Silaturahmi ke nasabah.⁷
- b. Produk Simpanan (*Funding*)
- 1) SiRela (Simpanan *Mudharabah* Sukarela Lancar)

Simpanan dalam bentuk investasi ini sangat menguntungkan bagi anggota. Karena BMT Fastabiq akan menghitung simpanan yang anggota investasikan dengan menggunakan saldo rata-rata harian. Penyetoran dan pengambilan investasi SiRela dapat dilakukan dengan mudah dan cepat, setiap saat (pada jam kerja) diseluruh cabang BMT Fastabiq. Manfaat investasi:

 - a) Anggota dapat mengambil simpanan sewaktu-waktu setiap jam kerja.
 - b) Simpanan akan diinvestasikan dalam bidang dan sektor yang sesuai syariah.
 - c) Perhitungan bagi hasil dengan menggunakan saldo rata-rata.
 - d) Anggota dapat melakukan transaksi lebih dari satu kali sehari.
 - e) Setoran awal minimal Rp. 10.000,- selanjutnya minimal Rp. 2000,-
 - f) Penyetoran bisa dilakukan oleh orang lain.
 - g) Pengambilan wajib dilakukan oleh pemilik rekening dengan membawa identitas diri.
 - h) Apabila pemilik rekening berhalangan, maka pengambilan dilakukan dengan memberi surat kuasa kepada orang lain dengan menunjukkan identitas pemilik rekening.
 - 2) SiSuka (Simpanan *Mudharabah* Sukarela Berjangka)

Kemudahan dalam bertransaksi merupakan prinsip BMT Fastabiq dalam melayani kebutuhan masyarakat. Investasi SiSuka memberi kemudahan berinvestasi, karena BMT Fastabiq memberikan bagi hasil yang menarik bagi anggota. Dana yang penuh *amanah* dengan menggunakan profesionalisme kerja, agar mendapat berkah. Manfaat investasi:

 - a) Bagi hasil ditentukan berdasarkan *nisbah*/pembagian keuntungan.

⁷ Wawancara dengan Bapak Ruswanto, Manajer BMT Fastabiq, dikutip tanggal 5 Desember 2021.

- b) Investasi tidak perlu dizakati karena BMT Fastabiq akan memotong zakat dari bagi hasil yang diperoleh.
 - c) Setoran investasi minimal Rp. 500.000,-
 - d) Jangka waktu terdiri dari 3 dan 6 bulan.
 - e) Investasi SiSuka hanya dapat diambil pada saat jatuh tempo.
 - f) Tanpa biaya administrasi.
- 3) Simapan (Simpanan *Mudharabah* Masa Depan)
- Simapan adalah salah satu produk BMT Fastabiq yang memberi kemudahan kepada anggota untuk mencapai hidup yang lebih baik dengan rencana yang matang melalui investasi yang berpedoman pada prinsip syariah dengan hasil yang menguntungkan. Manfaat investasi:
- a) Setoran minimal Rp. 25.000,- / Rp. 2.000 per hari.
 - b) Jangka waktu minimal 5 tahun.
 - c) Pengambilan hanya pada saat jatuh tempo.
 - d) Bagi hasil yang diterima telah dipotong zakat.
 - e) InsyaAllah dana anggota dikelola secara Islami sesuai prinsip syariah.
- 4) Simabrur (Simpanan *Mudharabah* Haji Maburr)
- Setoran minimal tiap bulan sesuai ketentuan haji. Dengan waktu ditentukan sesuai dengan kesepakatan. Keuntungan:
- a) Setiap peserta/anggota BMT Fastabiq yang telah siap akan mendapatkan hadiah yang mendukung kenyamanan ibadah haji.
 - b) BMT Fastabiq akan membantu proses pendaftaran dan administrasi haji dan anggota.
 - c) BMT Fastabiq akan memberikan informasi bimbingan haji pada anggota yang membutuhkan.
- 5) Simpelpres (Simpanan Pelajar *Mudharabah* Berprestasi)
- Setoran minimal Rp. 25.000,-/ bulan atau Rp. 1.000,-/hari.
- Investasi Simpelpres dapat diambil sesuai dengan kesepakatan. Keuntungan:
- 1) Anggota dapat merencanakan jangka waktu yang diinginkan untuk kelancaran pendidikan putra putrinya.
 - 2) Investasi Simalprespres ini akan mendapatkan bagi hasil.
 - 3) Anggota akan mendapatkan bonus dari KJKS BMT Fastabiq sesuai saldo yang diinvestasikan.

6) Suqur (Simpanan Mudharabah Qurban)

إِنَّا أَعْطَيْنَاكَ الْكَوْثَرَ ﴿١﴾ فَصَلِّ لِرَبِّكَ وَأَنْحَرْ ﴿٢﴾ إِنَّ
شَانِعَكَ هُوَ الْأَبْتَرُ ﴿٣﴾

Artinya : Sesungguhnya Kami telah memberikan kepadamu nikmat yang banyak. Maka dirikanlah shalat karena Tuhanmu; dan berkorbanlah. Sesungguhnya orang-orang yang membenci kamu dialah yang terputus. (QS. Al-Kautsar: 1-3).

Dengan membuka rekening Suqur, Anggota akan mendapatkan hewan Qurban plus pada saat idul adha. Manfaat investasi:

- a) Setoran minimal Rp. 70.000,- per bulan atau Rp. 3.000,- per hari selama satu tahun.
- b) Satu orang bisa memiliki lebih dari satu rekening Suqur.
- c) Pengambilan hanya pada saat jatuh tempo.
- d) Anggota berhak atas bagi hasil yang insyaAllah sesuai syariah.
- e) BMT Fastabiq menyediakan hewan untuk qurban.⁸

5. Kantor Cabang BMT Fastabiq

BMT Fastabiq sekarang telah memiliki cabang di berbagai kecamatan di Kota Pati ada 15 kantor cabang dan 1 kantor pusat. Sementara cabang di kota lain, yakni Kudus dan Jepara masing-masing ada 2 kantor cabang. Hal ini menunjukkan bahwa BMT Fastabiq telah berkembang dengan pesat.

a. Kantor di kota Pati:

- 1) Kantor Pusat: Jl Raya Pati-Tayu km. 3 Tambaharjo-Pati, Phone. (0295) 383 999.
- 2) Kantor Cabang Wedarijaksa: Jl. Raya Wedarijaksa-Juwana, Phone. (0295) 393 302
- 3) Kantor Cabang Gabus: Jl. Raya Gabus Pati, Phone. (0295) 550 535
- 4) Kantor Cabang Tayu: Kompleks pasar Tayu, Phone. (0295) 454 5053

⁸ Brosur Jasa Layanan Simpanan BMT Fastabiq

- 5) Kantor Cabang Kayen: Depan pasar Kayen, Phone. (0295) 550 5536
 - 6) Kantor Cabang Tlogowungu: Pertigaan Pasar Tlogowungu
 - 7) Kantor Cabang Margoyoso: Jl. Raya Margoyoso- Tayu. Phone (0295) 415 0489
 - 8) Kantor Cabang Winong: Jl. Raya Winong- Jakenan, HP. 0821 3425 13 11
 - 9) Kantor Cabang Trangkil: Kompleks Pasar Trangkil, Phone. (0295) 419 1624
 - 10) Kantor Cabang Juwana: Kompleks Pasar Porda Juwana, Phone. (0295) 473 750
 - 11) Kantor Cabang Sleko: Kompleks Pasar Sleko, Phone. (0295) 382 612
 - 12) Kantor Cabang Tambakromo: Jl. Raya Tambakromo – Kayen, HP. 081 325 256 201
 - 13) Kantor Cabang Ngablak: Jl. Raya Ngablak – Kelet, Phone. (0295) 454 5429
 - 14) Kantor Cabang Puri: Kompleks Pasar Puri Pati, Phone. (0295) 392 073
 - 15) Kantor Cabang Batangan: Kompleks Pasar Batangan
 - 16) Kantor Cabang Sukolilo: Jl. Raya Kayen – Sukolilo
- b. Kantor Kudus:
- 1) Kantor Cabang Kudus: Pentol Rendeng Kudus, Phone. (0291) 424 6500
 - 2) Kantor Cabang Jekulo: Kompleks Pasar Jekulo Kudus, Phone. (0291) 424 6100
- c. Kantor Jepara:
- 1) Kantor Cabang Kelet: Depan Pasar Kelet Jepara
 - 2) Kantor Cabang Mayong: Depan Pasar Mayong Jepara.⁹

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Kendala-kendala yang Dihadapi Marketing dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Anggota pada Pembiayaan Mitra Usaha di BMT Fastabiq Jekulo

Kendala-kendala yang dihadapi oleh *marketing* dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah atau anggota pada

⁹ <https://www.bmtfastabiq.co.id/sejarah/>. Diakses pada tanggal 25 Desember 2021 pada pukul 21.00 WIB.

pembiayaan mitra usaha BMT Fastabiq Cabang Jekulo Kudus adalah:

a. Produk

Kendala yang dihadapi *marketing* dalam segi produk yaitu:

- 1) Pemahaman masyarakat yang masih kurang terhadap produk di BMT Fastabiq Cabang Jekulo, khususnya pembiayaan mitra usaha. *“Meskipun sudah kami sosialisasikan semaksimal mungkin, banyak masyarakat yang tidak tertarik pada produk yang kami tawarkan mas, mungkin dari produk yang kami tawarkan masih kalah dengan bank konvensional, sehingga masyarakat lebih memilih bank konvensional sebagai mitra usaha mereka”*
- 2) Banyaknya pesaing dari pihak lain baik dari sesama BMT atau pun dari bank konvensional sehingga menjadikan anggota banyak pilihan dalam memilih produk yang diinginkan. *“Selain BMT Fastabiq, daerah sini juga banyak koperasi konvensional juga mas, seperti koperasi Mintorogo, BFI Finance, dll.”¹⁰*

b. Lokasi

Kendala yang dihadapi dalam segi lokasi yaitu luas kantor yang sempit. Sehingga nasabah pun cenderung tidak mempercayai *marketing* ketika melakukan promosi produk, khususnya produk pembiayaan mitra usaha kepada masyarakat. Masyarakat yang belum mengetahui BMT Fastabiq Cabang Jekulo pastinya meragukan jika mereka hendak menjadi nasabahnya. Mereka berpikir jika kantornya saja sempit pasti aset yang dimilikinya juga sedikit, sehingga masyarakat meragukan apakah BMT Fastabiq Cabang Jekulo mampu membiayai usahanya ketika mereka menjadi nasabah dalam pembiayaan mitra usaha. Selain itu kendala lain mengenai luas kantor yang sempit yaitu, jika banyak nasabah yang datang ke kantor cenderung tidak dapat masuk ruangan semua. Sehingga masyarakat pun harus berpikir dua kali untuk menjadi nasabah BMT Fastabiq Cabang Jekulo.¹¹

¹⁰ Wawancara dengan Ibu Sri Sutyati, Kepala Cabang Operasional BMT Fastabiq pada tanggal 5 Desember 2021.

¹¹ Wawancara dengan Ibu Sri Sutyati, Kepala Cabang Operasional BMT Fastabiq pada tanggal 5 Desember 2021.

c. Promosi

Untuk kendala yang dihadapi *marketing* dari segi promosi yaitu kurangnya tenaga *marketing* yang ada di BMT Fastabiq Cabang Jekulo, sehingga promosi yang dilakukannya pun kurang maksimal. Selain itu, tidak ada promosi khusus untuk produk pembiayaan mitra usaha.

“Jumlah tenaga marketing disini sangat terbatas mas, jumlahnya sudah ditetapkan dari pusat, kita hanya bisa menjalankan dengan tenaga yang ada saja”.¹²

d. Loyalitas Masyarakat terhadap Bank Konvensional

Tingkat loyalitas masyarakat yang tinggi kepada bank konvensional. Masyarakat menganggap bank konvensional sama dengan bank syariah atau BMT, hanya nama saja yang membedakannya. Sehingga masyarakat lebih memilih bank konvensional karena masyarakat menganggap bank konvensional memberikan kemudahan dalam pelayanannya, proses operasional yang mudah dan cepat dibandingkan dengan BMT.¹³

“Disini bank konvensional terdekat banyak sekali mas, ada bank BRI, Mandiri dan BCA diwilayah Jekulo sini, sehingga masyarakat banyak pilihan dalam hal pengajuan pinjaman, tetapi meski begitu, kami tetap berkomitmen memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah, tidak kalah dengan bank konvensional sekitar sini”.¹⁴

Konsep dasar *marketing syariah* adalah tata cara cipta, rasa, hati, dan karsa (implementasi) yang dibimbing oleh integritas keimanan, ketakwaan, dan ketaatan kepada syariat Allah SWT. Jika iman, takwa, dan taat syariat ini semu, maka aktivitas *marketing* yang dilakukan itu tidak ada sangkut pautnya dengan syariat Islam. Dalam Al-Quran dan hadits kita dapat melihat bagaimana ajaran Islam mengatur kehidupan bisnis (pemasaran) seorang muslim.¹⁵

Strategi *marketing* merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi

¹² Wawancara dengan Ibu Sri Sutyati, Kepala Cabang Operasional BMT Fastabiq pada tanggal 5 Desember 2021.

¹³ Wawancara dengan Ibu Sri Sutyati, Kepala Cabang Operasional BMT Fastabiq pada tanggal 5 Desember 2021.

¹⁴ Wawancara dengan Ibu Sri Sutyati, Kepala Cabang Operasional BMT Fastabiq pada tanggal 5 Desember 2021.

¹⁵ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, h. 12

manajemen suatu organisasi bisnis. Dengan adanya strategi *marketing*, maka implementasi program dalam mencapai tujuan organisasi dapat dilakukan secara aktif, sadar, dan rasional tentang bagaimana suatu merek atau produk mencapai tujuannya dalam lingkungan bisnis.¹⁶

2. *Marketing* dalam Meningkatkan Jumlah Anggota pada Pembiayaan Mitra Usaha di BMT Fastabiq Cabang Jekulo Kudus

Agar BMT Fastabiq Cabang Jekulo dapat meningkatkan nasabah atau anggota, salah satunya pada produk pembiayaan mitra usaha, maka diperlukannya strategi *marketing*. Sebelum melakukan kegiatan pemasaran, ada hal-hal yang harus dipersiapkan oleh *marketing*, diantaranya adalah sebagai berikut:¹⁷

a. Penampilan

Penampilan penting untuk menambah kepercayaan diri bagi *marketing*, membangun keyakinan bagi nasabah, membangun nilai positif bagi perusahaan, meningkatkan pelayanan, dan menjaga kepuasan pelanggan. *Marketing* meskipun melaksanakan kegiatan di lapangan tetapi harus tetap berpenampilan rapi, sopan, dan wangi.

*“Dalam melayani nasabah, kita ada aturan-aturan dalam segi berpakaian mas, misal pake celana hitam, baju yang sopan dan bersepatu”*¹⁸

b. Alat Kerja

Sebelum melakukan kegiatan pemasaran, *marketing* harus mempersiapkan alat kerja seperti *bolpoint*, buku, slip setoran, slip penarikan, serta sepeda motor jika melakukan kegiatan di lapangan.

c. Media Pendukung

Media dalam mendukung pekerjaan *marketing* adalah brosur, buku simpanan anggota, *souvenir* (kalender, buku catatan, tas).

d. *Planning* atau Perencanaan

Sebelum melakukan kegiatan pemasaran, *marketing* harus melakukan perencanaan, seperti memasarkan kepada

¹⁶ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, h. 119

¹⁷ Wawancara dengan mas Hadits, *Marketing* BMT Fastabiq pada tanggal 5 Desember 2021.

¹⁸ Wawancara dengan mas Hadits, *Marketing* BMT Fastabiq pada tanggal 5 Desember 2021.

keluarga terdahulu, kemudian lingkungan sekitar, kerabat/kenalan, masyarakat luas. Dengan adanya perencanaan tersebut maka *marketing* sudah memikirkan apa yang akan ia lakukan nantinya dan dengan perencanaan tersebut *marketing* akan mampu menjalankan tugasnya dengan baik.

e. Komunikasi

Dalam kegiatan pemasaran, *marketing* harus mahir dalam berkomunikasi. Bukan hanya berbicara tetapi juga harus menjadi pendengar yang cerdas. Dalam melakukan komunikasi, *marketing* tidak boleh menggunakan kata-kata kasar, tidak menghakimi, tidak mencela, dapat memahami posisi nasabah, dan bersifat fleksibel.

f. Sikap dan Perilaku

- 1) Bekerja keras, artinya *marketing* harus seoptimal mungkin untuk memenuhi target yang sudah ditentukan. Setiap harinya *marketing* harus keluar kantor dan keliling untuk mencari nasabah.
- 2) Disiplin, artinya *marketing* harus menaati segala peraturan yang telah ditetapkan. Datang ke kantor tepat waktu, memenuhi target yang ditentukan, menjalankan amanah yang telah diberikan nasabah maupun BMT Fastabiq Cabang Jekulo dan bertanggung jawab atas dana-dana dan pekerjaannya.
- 3) Sopan Santun, artinya dalam kesehariannya *marketing* harus mampu bersikap sopan santun dan tidak menyinggung perasaan nasabah. Sopan diterapkan pada saat menagih angsuran atau yang lainnya dan apabila terjadi suatu kesalahan maka *marketing* harus tetap bersikap sopan dan jangan sampai terbawa emosi.
- 4) Jujur, artinya dalam melakukan kegiatan kesehariannya *marketing* harus bersikap jujur. Misalnya dalam memasarkan produk pembiayaan mitra usaha, maka *marketing* tidak boleh melebih-lebihkan keunggulan produk yang sifatnya menipu atau bohong.
- 5) *Istiqomah* atau konsisten, sebab dalam suatu perusahaan syariah konsistensi dari seorang *marketing* menjadi cermin dari perusahaan tersebut. Sehingga *marketing* di BMT

Fastabiq Cabang Jekulo harus selalu konsisten dalam segala hal.¹⁹

Pembiayaan merupakan aktivitas Lembaga Keuangan Syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak nasabah yang membutuhkan dana. Pembiayaan memberikan hasil yang paling besar diantara penyaluran dana lainnya yang dilakukan oleh Lembaga Keuangan Syariah.²⁰ Pembiayaan yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah berbeda dengan kredit yang diberikan oleh bank konvensional. Dalam Lembaga Keuangan Syariah *return* atas pembiayaan tidak dalam bentuk bunga, akan tetapi dalam bentuk lain sesuai dengan akad-akad yang disediakan di lembaga tersebut. Dalam Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998, kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.

Menurut Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998, pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Di dalam Lembaga Keuangan Syariah, pembiayaan yang diberikan kepada pihak pengguna dana berdasarkan pada prinsip syariah. Aturan yang digunakan yaitu sesuai dengan aturan hukum Islam.²¹

C. Analisis Data Penelitian

1. Kendala-kendala yang Dihadapi Marketing dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Anggota pada Pembiayaan Mitra Usaha di BMT Fastabiq Jekulo

Cabang Jekulo Setiap perusahaan yang berdiri baik perusahaan besar atau pun kecil, dalam kegiatan usahanya

¹⁹ Wawancara dengan Ibu Sri Sutyati, Kepala Cabang Operasional BMT Fastabiq pada tanggal 5 Desember 2021.

²⁰ Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Prenadamedia Grup, 2011, h. 105

²¹ Ismail, *Perbankan Syariah...h. 106*

tentunya mengalami kendala-kendala di dalamnya. Hal tersebut juga terjadi di BMT Fastabiq Cabang Jekulo Kudus. Kendala tersebut bisa terjadi di dalam atau pun di luar perusahaan. Dengan adanya kendala yang ada tentunya dapat menjadi penghambat dalam mencapai tujuan dan operasionalnya, sehingga BMT Fastabiq Cabang Jekulo melakukan beberapa solusi yang tepat untuk meminimalisir kendala yang ada. Dalam hal ini kendala-kendala yang dihadapi oleh *marketing* dalam upaya meningkatkan jumlah anggota pada pembiayaan mitra usaha BMT Fastabiq Cabang Jekulo dan solusi yang harus dilakukan yaitu:

a. Produk

Kendala yang dihadapi *marketing* dalam segi produk yaitu:

- 1) Pemahaman masyarakat yang masih kurang terhadap produk di BMT Fastabiq Cabang Jekulo, khususnya pembiayaan mitra usaha. Solusi yang dilakukan adalah *marketing* lebih mengenalkan produk pembiayaan mitra usaha yang berlandaskan prinsip syariah kepada masyarakat bahwa dengan melakukan pembiayaan mitra usaha masyarakat dapat mengembangkan usahanya. Hal tersebut dapat dilakukan dengan sosialisasi yang dilakukan oleh *marketing* dan penyebaran informasi melalui brosur maupun lewat media sosial/internet.
- 2) Banyaknya pesaing dari pihak lain baik dari sesama BMT atau pun dari bank konvensional sehingga menjadikan nasabah banyak pilihan dalam memilih produk yang diinginkan. Solusi yang dilakukan adalah dengan memberikan pelayanan yang lebih baik seperti survei lokasi yang cepat dan proses pencairan yang singkat, karena dengan pelayanan yang baik menjadikan nasabah merasa puas dengan lembaga keuangan tersebut. Selain itu juga dapat melakukan kemudahan dalam hal proses pembiayaan.

b. Lokasi

Kendala yang dihadapi dalam segi lokasi yaitu luas kantor yang sempit. Sehingga nasabah pun cenderung tidak mempercayai *marketing* ketika melakukan promosi produk, khususnya produk pembiayaan mitra usaha kepada masyarakat. Masyarakat yang belum mengetahui BMT Fastabiq Cabang Jekulo pastinya meragukan jika mereka

hendak menjadi nasabahnya. Mereka berpikir jika kantornya saja sempit pasti aset yang dimilikinya juga sedikit, sehingga masyarakat meragukan apakah BMT Fastabiq Cabang Jekulo mampu membiayai usahanya ketika mereka menjadi nasabah dalam pembiayaan mitra usaha. Selain itu kendala lain mengenai luas kantor yang sempit yaitu, jika banyak nasabah yang datang ke kantor cenderung tidak dapat masuk ruangan semua. Sehingga masyarakat pun harus berpikir dua kali untuk menjadi nasabah BMT Fastabiq Cabang Jekulo. Solusi yang dilakukan yaitu dengan menggunakan strategi jemput bola, yang dilakukan oleh *marketing*.

Sehingga dalam proses pelayanan operasional, misalnya dalam pembayaran angsuran pembiayaan mitra usaha dapat ditarik oleh *marketing* ke rumah nasabah. Sehingga nasabah tidak perlu datang ke kantor. Selain itu *marketing* juga harus dapat mengambil hati masyarakat, misalnya dengan melakukan promosi dengan cara berperilaku yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

c. Promosi

Untuk kendala yang dihadapi *marketing* dari segi promosi yaitu kurangnya tenaga *marketing* yang ada di BMT Fastabiq Cabang Jekulo, sehingga promosi yang dilakukannya pun kurang maksimal. Selain itu, tidak ada promosi khusus untuk produk pembiayaan mitra usaha. Solusi yang dilakukan adalah dengan lebih memperbanyak promosi terkait produk tersebut kepada masyarakat dan melakukan pendekatan-pendekatan khusus kepada masyarakat, misalnya dalam melakukan promosi *marketing* harus bersikap baik, ramah, sopan, dan jujur. Selain itu *marketing* harus menganggap masyarakat sebagai saudaranya sendiri, dengan cara itu maka masyarakat akan merasa senang dengan *marketing*. Sehingga, masyarakat dapat tertarik hatinya untuk menjadi nasabah di BMT Fastabiq Cabang Jekulo. Karena masyarakat sekitar yang berprofesi sebagai pengusaha kecil dan lokasi kantor yang strategis dekat dengan kawasan industri dan pasar Mbareng Jekulo Kudus sehingga jika promosi atau pengenalan produk dilakukan secara maksimal dan dilakukan dengan pendekatan-pendekatan khusus maka akan meningkatkan jumlah nasabah dalam pembiayaan mitra usaha.

d. Loyalitas Masyarakat terhadap Bank Konvensional

Tingkat loyalitas masyarakat yang tinggi kepada bank konvensional. Masyarakat menganggap bank konvensional sama dengan bank syariah atau BMT, hanya nama saja yang membedakannya. Sehingga masyarakat lebih memilih bank konvensional karena masyarakat menganggap bank konvensional memberikan kemudahan dalam pelayanannya, proses operasional yang mudah dan cepat dibandingkan dengan BMT. Solusi yang dilakukan adalah dengan peningkatan layanan di BMT Fastabiq Cabang Jekulo, seperti pelayanan yang dilakukan oleh *marketing* dengan sistem jemput bola kepada nasabah. Sehingga lebih memudahkan dan menguntungkan nasabah. Kemudian, meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah dan juga memberikan kemudahan pelayanan kepada nasabah. Selain itu, *marketing* harus menjelaskan dan meyakinkan kepada masyarakat bahwa BMT Fastabiq Cabang Jekulo adalah Lembaga Keuangan Syariah yang bebas dari riba.

2. Strategi *Marketing* dalam Meningkatkan Jumlah Anggota pada Pembiayaan Mitra Usaha di BMT Fastabiq Cabang Jekulo Kudus

Strategi *marketing* merupakan hal yang sangat penting karena penentu dari suatu perusahaan apakah produk yang dimiliki suatu perusahaan dapat diminati masyarakat atau tidak. Setiap perusahaan dalam memasarkan produk harus memiliki strategi pemasaran agar produk tersebut dapat diminati oleh masyarakat. Selain strategi yang baik, keberadaan seorang *marketing* juga dianggap sangat penting. Karena dengan *marketing* yang baik, maka strateginya pun dapat terlaksana dengan baik. Sehingga, perusahaan dapat menikmati hasil yang memuaskan.²²

Seperti pada BMT Fastabiq Cabang Jekulo. Dalam kegiatan operasionalnya kerja keras *marketing* sangat diperlukan agar mendapatkan anggota yang banyak. Hal yang dilakukan yaitu dengan meyakinkan masyarakat bahwa BMT Fastabiq Cabang Jekulo dapat dipercaya dan sistem operasionalnya sesuai dengan peraturan yang telah diberikan. Karena dalam pemasaran produknya *marketing* di BMT Fastabiq Cabang Jekulo

²² Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Grup, 2011), h. 105

menerapkan pemasaran sesuai syariah atau sesuai dengan yang dilakukan oleh Rasulullah SAW. Mereka sangat memegang teguh etika dan nilai-nilai dalam melakukan pemasaran kepada masyarakat. Mereka akan sangat menghindari memberikan janji bohong, ataupun terlalu melebih-lebihkan produk yang ditawarkan. Karena di BMT Fastabiq mempunyai prinsip yang harus dipegang, yaitu kepercayaan.

Agar BMT Fastabiq Cabang Jekulo dapat meningkatkan anggota, salah satunya pada produk pembiayaan mitra usaha, maka diperlukannya strategi *marketing*. Sebelum melakukan kegiatan pemasaran, ada hal-hal yang harus dipersiapkan oleh *marketing*, diantaranya adalah sebagai berikut:²³

a. Penampilan

Penampilan penting untuk menambah kepercayaan diri bagi *marketing*, membangun keyakinan bagi nasabah, membangun nilai positif bagi perusahaan, meningkatkan pelayanan, dan menjaga kepuasan pelanggan. *Marketing* meskipun melaksanakan kegiatan di lapangan tetapi harus tetap berpenampilan rapi, sopan, dan wangi.

b. Alat kerja

Sebelum melakukan kegiatan pemasaran, *marketing* harus mempersiapkan alat kerja seperti *bolpoint*, buku, slip setoran, slip penarikan, serta sepeda motor jika melakukan kegiatan di lapangan.

c. Media Pendukung

Media dalam mendukung pekerjaan *marketing* adalah brosur, buku simpanan anggota, *souvenir* (kalender, buku catatan, tas).

d. *Planning* atau perencanaan

Sebelum melakukan kegiatan pemasaran, *marketing* harus melakukan perencanaan, seperti memasarkan kepada keluarga terdahulu, kemudian lingkungan sekitar, kerabat/kenalan, masyarakat luas. Dengan adanya perencanaan tersebut maka *marketing* sudah memikirkan apa yang akan ia lakukan nantinya dan dengan perencanaan tersebut *marketing* akan mampu menjalankan tugasnya dengan baik.

²³ Wawancara dengan mas Hadits, *Marketing* BMT Fastabiq pada tanggal 5 Desember 2021.

e. Komunikasi

Dalam kegiatan pemasaran, *marketing* harus mahir dalam berkomunikasi. Bukan hanya berbicara tetapi juga harus menjadi pendengar yang cerdas. Dalam melakukan komunikasi, *marketing* tidak boleh menggunakan kata-kata kasar, tidak menghakimi, tidak mencela, dapat memahami posisi nasabah, dan bersifat fleksibel.

f. Sikap dan Perilaku

- 1) Bekerja keras, artinya *marketing* harus seoptimal mungkin untuk memenuhi target yang sudah ditentukan. Setiap harinya *marketing* harus keluar kantor dan keliling untuk mencari nasabah.
- 2) Disiplin, artinya *marketing* harus menaati segala peraturan yang telah ditetapkan. Datang ke kantor tepat waktu, memenuhi target yang ditentukan, menjalankan amanah yang telah diberikan nasabah maupun BMT Fastabiq Cabang Jekulo dan bertanggung jawab atas dana-dana dan pekerjaannya.
- 3) Sopan Santun, artinya dalam kesehariannya *marketing* harus mampu bersikap sopan santun dan tidak menyinggung perasaan nasabah. Sopan diterapkan pada saat menagih angsuran atau yang lainnya dan apabila terjadi suatu kesalahan maka *marketing* harus tetap bersikap sopan dan jangan sampai terbawa emosi.
- 4) Jujur, artinya dalam melakukan kegiatan kesehariannya *marketing* harus bersikap jujur. Misalnya dalam memasarkan produk pembiayaan mitra usaha, maka *marketing* tidak boleh melebih-lebihkan keunggulan produk yang sifatnya menipu atau bohong.
- 5) *Istiqomah* atau konsisten, sebab dalam suatu perusahaan syariah konsistensi dari seorang *marketing* menjadi cermin dari perusahaan tersebut. Sehingga *marketing* di BMT Fastabiq Cabang Jekulo harus selalu konsisten dalam segala hal.

Dalam memasarkan produk pembiayaan mitra usaha langkah-langkah yang harus dilakukan oleh *marketing* yaitu:²⁴

- 1) Memprospek atau mencari calon nasabah potensial. Hal tersebut dapat dilakukan *marketing* dengan cara:
- 2) Mengetahui latar belakang calon nasabah seperti tempat tinggal, jenis usaha, dll).
- 3) Menggali data nasabah baik dari lembaga keuangan lain atau dari tetangga.
- 4) *Marketing* harus memiliki data pendukung, yaitu sebelum ia menawarkan produknya, maka ia sudah mempunyai informasi tentang calon nasabah yang akan ditujuinya tersebut. Dengan demikian maka kemungkinan besar nasabah akan tertarik dan menyetujuinya.
- 5) Persiapan memprospek dilakukan dengan cara:
 - a) Membuat daftar nasabah yang akan dikunjungi.
 - b) Menyiapkan perlengkapan yang dibutuhkan.
 - c) Menentukan tujuan dan tempat yang akan dituju, melakukan pendekatan dengan calon nasabah.
 - d) *Marketing* harus memiliki perencanaan yang matang. Dengan adanya perencanaan tersebut maka *marketing* sudah memikirkan apa yang akan ia lakukan nantinya dan dengan perencanaan tersebut *marketing* akan mampu menjalankan tugasnya dengan baik.
- 6) Melakukan pertemuan dengan nasabah. Hal tersebut harus dilakukan dengan sebaik-baiknya karena kontak awal dengan nasabah dapat mempengaruhi hasil agar nasabah dapat terpikat. Dalam pertemuan dengan nasabah tersebut, *marketing* harus:
 - a) Memiliki keterampilan yang baik dalam berkomunikasi.
 - b) Dapat mempengaruhi seorang nasabah dan melakukan prosedur pendekatan secara bertahap dan tidak membingungkan nasabah.
 - c) Dapat menjelaskan produk dengan baik dengan penuh kejujuran dan apa adanya apa yang ada di BMT Fastabiq Cabang Jekulo.

²⁴ Wawancara dengan Ibu Sri Sutiyati, Kepala Cabang Operasional BMT Fastabiq pada tanggal 5 Desember 2021.

- d) Mampu menampung dan menyelesaikan konflik nasabah.
 - e) Dapat melakukan negoisasi agar semua pihak merasa puas.
- 7) Persiapan kontak tersebut dilakukan dengan memilih waktu dan tempat yang tepat untuk bertemu dengan nasabah dan menyiapkan dokumen-dokumen pendukung.
- 8) *Marketing* harus menggali kebutuhan nasabah saat ini dengan cara:
- a) Menggali fakta informasi terkait dengan situasi usaha yang dimiliki nasabah, hal tersebut bertujuan untuk membuka pintu hati nasabah agar merasa tersanjung. Contoh: Toko Bapak ramai sekali, Bapak ini pedagang yang sangat beruntung.
 - b) Menciptakan problem bagi nasabah yang bertujuan untuk memikirkan tentang produk yang ditawarkan. Contoh: Pesaing disini banyak juga ya pak, pasti banyak yang beli di toko sebelah juga.
 - c) Memberikan saran kepada nasabah terkait kebutuhan yang diperlukan dalam mengatasi problem tersebut. Contoh: Kalo boleh saya sarankan, lebih baik Bapak memperbesar dan memperbanyak dagangan lagi agar minat pembeli semakin banyak.
 - d) Menjelaskan produk kepada nasabah dengan baik agar nasabah dapat merasa yakin dengan produk yang ditawarkan. Dalam menjelaskan produk tersebut, *marketing* harus berbicara dengan logis, menghindari janji-janji bohong, dan sesuai dengan etika *marketing* syariah.
 - e) Apabila sudah mendapatkan nasabah, maka *marketing* harus dapat menjaga hubungan yang baik dengan nasabah. Hal itu dapat membuat nasabah akan merasa dihargai dan merasa dijadikan sebagai keluarganya sendiri. Sehingga nasabah akan percaya kepada *marketing* dan loyal kepada *marketing*

Setelah melakukan persiapan-persiapan tersebut, strategi *marketing* yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan mitra usaha di BMT Fastabiq Cabang Jekulo yaitu:

1) Melakukan *Marketing Mix* atau Bauran Pemasaran

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT Fastabiq Cabang Jekulo adalah dengan menggunakan *marketing mix* yaitu:

a) *Product*

Produk merupakan sesuatu yang penting bagi perusahaan, karena konsumen akan mengenal perusahaan melalui produk yang ditawarkan. Tujuan menawarkan produk adalah untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Produk yang ditawarkan BMT Fastabiq Cabang Jekulo dalam hal ini adalah produk pembiayaan mitra usaha. Pembiayaan tersebut merupakan fasilitas pembiayaan yang diperuntukkan bagi nasabah dalam pendirian usaha atau pengembangan usaha. Bagi nasabah yang menginginkan modal berupa kepemilikan barang atau peralatan usaha atau modal yang diperuntukkan bagi nasabah yang terkendala dalam pembayaran biaya sewa tempat usaha, atau biaya sewa lain yang diperlukan guna pengembangan usaha agar usahanya tersebut menjadi lebih besar dan menguntungkan. Dalam pembiayaan ini menggunakan akad *murabahah* atau *ijarah*.

b) *Price*

Penentuan harga merupakan hal yang penting dalam kegiatan bauran pemasaran (*marketing mix*), karena harga penyebab laku atau tidaknya produk yang ditawarkan. Dalam produk pembiayaan mitra usaha BMT Fastabiq Cabang Jekulo memberikan ketentuan dengan jangka waktu pembiayaan minimal 3 bulan dan maksimal 3 tahun bagi hasil yang ditetapkan oleh BMT Fastabiq Cabang Jekulo. Nasabah dapat memilih berapa lama ia akan melakukan pembiayaan dengan mempertimbangkan kemampuan mengangsur dan penghasilan rata-rata nasabah.

c) *Place*

Bagi lembaga keuangan, pemilihan lokasi sangatlah penting. Dalam penentuan lokasi kantor cabang atau kantor kas, lembaga keuangan harus mampu mengidentifikasi sasaran pasar yang dituju. Lokasi BMT Fastabiq Cabang Jekulo adalah lokasi

yang strategis dan mudah diakses oleh masyarakat karena berada di tengah-tengah keramaian masyarakat dan dekat dengan area industri dan UMKM. Yaitu terletak di Jalan Siliwangi Kompleks Pasar Mbareng Jekulo Kudus.

d) *Promotion*

Promosi yang dilakukan oleh marketing yaitu dengan cara strategi *door to door* atau jempuit bola, yaitu dengan mendatangi masyarakat dari rumah ke rumah satu persatu untuk menawarkan produk. Hal tersebut memudahkan nasabah dan BMT Kompleks Pasar Jekulo Kudus, karena keduanya saling menguntungkan. Hanya harus mengirim pesan kepada marketing karena setiap marketing mempunyai wilayahnya sendiri sehingga akan mempermudah kerjanya. Tidak hanya pada saat mengambil angsuran saja, pada saat pencairan dana pun nasabah juga dapat mewakilinya kepada marketing dengan begitu marketing yang menyampaikan dana tersebut kepada nasabah dan nasabah tidak perlu repot datang ke kantor dengan ketentuan marketing harus mendokumentasikan pada saat penyerahan dana dan penandatanganan berkas-berkas.

Sistem informasi berantai atau mulut ke mulut, yaitu nasabah BMT Kompleks Pasar Jekulo Kudus yang sudah merasa nyaman ikut membantu dalam memasarkan produk. Tidak jarang bagi mereka menginfokan atau hanya sekedar menawarkan kepada rekan atau sanak saudara untuk menjadi nasabah di BMT Fastabiq Cabang Jekulo.

- (1) Periklanan, yaitu melalui promosi dengan menggunakan brosur, spanduk, baik media cetak maupun media elektronik.
- (2) Publisitas, yaitu promosi untuk menarik calon nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, serta kegiatan lainnya. Di BMT Fastabiq Cabang Jekulo dilakukan dengan cara menyelenggarakan kegiatan senam, bazar, jalan sehat mengelilingi desa, pengajian, dan donor darah. Kegiatan tersebut biasanya dilaksanakan pada hari Sabtu di kantor pusat atau pun di kantor-

kantor cabang. Kegiatan tersebut mempunyai tujuan untuk membangun citra baik perusahaan di benak masyarakat.

e) *Process*

hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan selalu dituntut untuk memberikan proses pelayanan yang handal dan selalu berupaya meningkatkan proses pelayanan yang lebih baik lagi bagi nasabah. Jadi dari uraian mengenai proses dalam rangka bentuk bauran pemasaran maka dapat diketahui adanya proses pemberian kredit yang lebih fleksibel kepada nasabah / anggota dan juga informasi perkembangan BMT sebagai bentuk rasa aman bagi nasabah juga disampaikan dalam website dan ini menjadikan proses BMT dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dinilai baik.

f) *People*

Karyawan yang dimiliki BMT Fastabiq cabang Jekulo memiliki etika yang baik, dapat dipercaya (amanah), berkompeten, ramah, sopan, serta komunikatif dalam memberikan informasi kepada konsumen. Hal ini merupakan upaya dalam melaksanakan pemasaran syariah sehingga mampu meningkatkan daya tarik dan daya beli konsumen. Pemilik bisnis dan karyawan yang mampu memberikan pelayanan prima pada konsumen, maka konsumen akan merasa senang, puas dan loyal terhadap produk tersebut.

g) *Physical Evidence*

BMT Fastabiq cabang Jekulo yang bersih, harum, nyaman, serta tempatnya strategis merupakan bukti fisik untuk memberikan layanan prima kepada konsumen. Selain itu banyak testimoni positif dari konsumen baik secara langsung atau dari mulut ke mulut maupun testimoni online di media sosial dan *e-commerce*.

h) *Payment*

Untuk memudahkan pembayaran, BMT Fastabiq cabang Jekulo menerima pembayaran secara langsung (cash) atau, transfer. Kemudahan ini semata-mata untuk memenuhi kepuasan konsumen

i) *Priority*

Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan selalu dituntut untuk memberikan prioritas yang tinggi dan selalu berupaya meningkatkan priorotasnya sehingga dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada nasabah. Nasabah-nasabah yang sudah berulang kali mamakai jasa BMT dan dikategorikan lancer menjadi prioritas dari BMT Fastabiq Jekulo, mereka mendapatkan fasilitas pelayanan ekstra dari BMT, hal ini dilakukan BMT untuk menjadikan BMT Fastabiq Jekulo lebih mendapatkan kepercayaan dari nasabahnya dalam masalah permodalan.

2) Melakukan Strategi Bersaing dengan Sehat

Setiap perusahaan ingin hidup dan dapat bertahan di pasar yang semakin kompetitif dalam lingkungan yang terus berubah, oleh karena itu strategi *marketing* yang baik akan mampu menciptakan keunggulan bersaing yang berkesinambungan. Di BMT Fastabiq Cabang Jekulo, dalam menghadapi persaingan dengan lembaga keuangan lain, dalam kegiatan operasionalnya *marketing* harus meningkatkan kualitas pelayanannya yang baik dengan calon nasabah atau pun dengan nasabah. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik maka akan meningkatkan jumlah nasabah khususnya pada pembiayaan mitra usaha.

Dari strategi *marketing* yang diterapkan di BMT Fastabiq Cabang Jekulo dapat membuahkan hasil, hal itu dapat dilihat dari tabel peningkatan anggota pada produk pembiayaan mitra usaha, yaitu sebagai berikut:²⁵

Tabel 4.1
Tabel Peningkatan Anggota Pembiayaan Mitra Usaha

Tahun	Jumlah Anggota
2019	97 Anggota
2020	124 Anggota

Dari tabel diatas diketahui bahwa jumlah anggota dari tahun 2019 ke tahun 2020 mengalami peningkatan anggota sebanyak 27 anggota, sehingga strategi yang

²⁵ Wawancara dengan mas Hadits, *Marketing* BMT Fastabiq pada tanggal 5 Desember 2021.

diterapkan dalam upaya peningkatan jumlah nasabah atau anggota pada pembiayaan mitra usaha di BMT Fastabiq Cabang Jekulo dapat membuahkan hasil.

